

รางวัลอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมดีเด่น
(The Prime Minister's Small and Medium Industry Award)
ประเภทการบริหารธุรกิจสู่สากล (Global SME)



ติดต่อได้ที่ : กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ชั้น 5
ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

นางสาวปรีดา อ่อนประดิษฐ์
นายวีระพล ผ่องสุภา
นายภรณ์โรจน์ สุริยะไชยวัชร
นางสาวทิษฏยา วงศ์ธวัชกุล
นายเทวนันท์ ทองหยาด
นางสาวณัฐารมย์ อีสริยนานนท์

โทรศัพท์ : 0 2202 4575
0 2202 4493

Email : globalsmeaward@gmail.com

เกณฑ์การประเมินคัดเลือกอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมดีเด่น
ประจำปี พ.ศ. 2564
ประเภทการบริหารธุรกิจสู่สากล (Global SME)

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตและมีการส่งออก			เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก		
เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก แบ่งออกเป็น 6 หมวด คะแนนรวม 1,000 คะแนน มีรายละเอียดดังนี้			เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก แบ่งออกเป็น 6 หมวด คะแนนรวม 1,000 คะแนน มีรายละเอียดดังนี้		
หมวดที่ 1	บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล	100 คะแนน	หมวดที่ 1	บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล	100 คะแนน
หมวดที่ 2	การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan)	100 คะแนน	หมวดที่ 2	การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan)	100 คะแนน
หมวดที่ 3	การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management)	200 คะแนน	หมวดที่ 3	การบริหารการตลาดและการส่งออก (Marketing Management and Exporting)	200 คะแนน
หมวดที่ 4	การบริหารต้นทุนและการบริหารส่งมอบ (Cost and Delivery Management)	100 คะแนน	หมวดที่ 4	การบริหารงานคุณภาพและผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management)	200 คะแนน
หมวดที่ 5	การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management) ในระดับสากล	300 คะแนน	หมวดที่ 5	การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Management)	100 คะแนน
หมวดที่ 6	ผลการดำเนินกิจการ (Business Result)	200 คะแนน	หมวดที่ 6	ผลการดำเนินกิจการ (Business Result)	300 คะแนน
คะแนนรวม		1,000 คะแนน	คะแนนรวม		1,000 คะแนน
หมวดที่ 1 บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล 100 คะแนน 1.1 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และนโยบายทางธุรกิจเพื่อนำองค์กรไปสู่ระดับสากล ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการ การบริหารจัดการ ไปจนถึงบุคลากรในองค์กร 1.2 ผู้บริหารสื่อสารและมอบหมายนโยบายทางธุรกิจภายในสถานประกอบการให้สามารถเข้าถึงบุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ 1.3 ผู้บริหารมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจไปสู่สากลที่เป็นรูปธรรม 1.4 ผู้บริหารมีนโยบายการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล 1.5 ผู้บริหารมีการจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน			หมวดที่ 1 บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล 100 คะแนน 1.1 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และนโยบายทางธุรกิจเพื่อนำองค์กรไปสู่ระดับสากล ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการ การบริหารจัดการ ไปจนถึงบุคลากรในองค์กร 1.2 ผู้บริหารสื่อสารและมอบหมายนโยบายทางธุรกิจภายในสถานประกอบการให้สามารถเข้าถึงบุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ 1.3 ผู้บริหารมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจไปสู่สากลที่เป็นรูปธรรม 1.4 ผู้บริหารมีนโยบายการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล 1.5 ผู้บริหารมีการจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน		
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan) 100 คะแนน 2.1 มีการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจและจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจที่ชัดเจน 2.2 มีการวางแผนการจัดการทรัพยากรและแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระดับสากล 2.3 มีการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง			หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan) 100 คะแนน 2.1 มีการกำหนดผู้ที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจและมีการจัดทำแผนธุรกิจที่ชัดเจน 2.2 มีการวางแผนการจัดการให้เกิดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระดับสากล 2.3 มีการกำหนดกลยุทธ์การส่งออก (ระยะสั้น-กลาง-ยาว) โดยมีการกำหนดตลาดต่างประเทศเป้าหมายหรือกำหนดมูลค่าการส่งออกที่แน่นอน 2.4 มีแผนการรับมือสำหรับการปรับตัวด้านการส่งออกภายใต้สถานการณ์ที่ไม่ปกติต่างๆ ที่ชัดเจน 2.5 มีแผนการทบทวน ปรับปรุง และพัฒนา เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง		

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตและมีการส่งออก	เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก
หมวดที่ 3 การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management) 200 คะแนน 3.1 มีการบริหารจัดการองค์กรที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการผลิตสั่งซื้อวัตถุดิบ การบริหารทรัพยากรการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพได้ในระยะเวลาส่งมอบ 3.2 มีกระบวนการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า 3.3 มีการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดต่างประเทศ 3.4 มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ 3.5 ได้รับการรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการ มาตรฐานการผลิต หรือมาตรฐานสินค้าหรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เหมาะสมในระดับสากล เช่น ISO9000 GMP HACCP เป็นต้น 3.6 ได้รางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ หรือเครื่องหมายส่งเสริมสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ หมวดที่ 4 การบริหารต้นทุนและการบริหารส่งมอบ (Cost and Delivery Management) 100 คะแนน 4.1 มีการเก็บข้อมูลและบริหารการส่งมอบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย 4.2 มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และบริหารโครงสร้างต้นทุนผลิตภัณฑ์ 4.3 มีการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งมอบและลดต้นทุน หมวดที่ 5 การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management) ในระดับสากล 300 คะแนน 5.1 มีการศึกษา วิจัยตลาด และวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร รวมถึงจัดทำส่วนผสมทางการตลาด และวงจรชีวิตของสินค้า 5.2 มีแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการด้านตลาดและการขาย ทั้งในและต่างประเทศ 5.3 มีการติดตามประเมินผลตัวชี้วัดหลัก เช่น ยอดขาย ส่วนแบ่งตลาดและจำนวนลูกค้า 5.4 มีบุคลากรที่มีความสามารถและมีจำนวนเพียงพอรองรับการบริหารการตลาดและการขาย 5.5 มีอัตราการเติบโตของยอดขายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง 5.6 มีการสร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้า สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ 5.7 มีการเก็บข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า สำนวณความพึงพอใจของลูกค้า และปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 5.8 มีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม มาใช้ในการบริหารการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ หมวดที่ 6 ผลการดำเนินงาน (Business Result) 200 คะแนน 6.1 มีผลการประกอบการโดยรวมเป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ 6.2 มีกระบวนการแก้ไขข้อร้องเรียนและการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการของลูกค้า	หมวดที่ 3 การบริหารการตลาดและการส่งออก (Marketing Management and Exporting) 200 คะแนน 3.1 มีการศึกษาและจัดทำข้อมูลวิจัยด้านการตลาด กฎหมายและเงื่อนไขการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศ และวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรเพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด 3.2 มีการกำหนดเป้าหมาย มูลค่าการส่งออก และแผนงานด้านการส่งออกทั้งปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตที่ชัดเจน รวมถึงมีการติดตาม ประเมินผลและปรับปรุงตัวชี้วัดอย่างสม่ำเสมอ 3.3 มีระบบการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ รวมถึงมีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอในการรองรับการบริหารการตลาดและการขาย 3.4 มีการสร้างภาพลักษณ์ สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ 3.5 มีการเก็บข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า สำนวณความพึงพอใจของลูกค้า และปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3.6 มีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม มาใช้ในการบริหารการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ หมวดที่ 4 การบริหารงานคุณภาพและผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management) 200 คะแนน 4.1 มีการวางแผนการสรรหาและการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีต้นทุนและคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้ รวมถึงมีการทบทวนปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 4.2 มีกระบวนการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า 4.3 สินค้าที่ส่งออกได้รับการรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการ มาตรฐานสินค้าหรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับและเหมาะสมในระดับสากล เช่น GMP HACCP ISO HALAL BRC KOSHER IFS เป็นต้น หมวดที่ 5 การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Management) 100 คะแนน 5.1 มีการจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ต้นทุนด้านการจัดการด้านโลจิสติกส์ อาทิ การจัดการคลังสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง เป็นต้น 5.2 มีการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการบริหารต้นทุนและการจัดการด้านโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ 5.3 มีกระบวนการจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า จนถึงการจัดส่งไปยังลูกค้าต่างประเทศ 5.4 มีแผนการจัดการ ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการด้านโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง หมวดที่ 6 ผลการดำเนินงาน (Business Result) 300 คะแนน 6.1 องค์กรมีผลการประกอบการโดยรวมสอดคล้องตามกลยุทธ์ทางการตลาดและส่งออกที่กำหนดไว้ 6.2 มีอัตราการเติบโตของยอดขายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง 6.3 มีกระบวนการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของสินค้าที่ส่งออก การตรวจสอบ และแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจนภายในระยะเวลาที่กำหนดของสินค้าที่ส่งออกแต่ละชนิด

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตและมีการส่งออก	เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก
6.3 มีการนำหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส มาใช้ในการบริหารองค์กร ทั้งหลักนิติธรรม คุณธรรมต่อลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ 6.4 มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ไม่บิดเบือนตราสินค้าและชื่อบริษัท ไม่ลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการของผู้อื่น รวมถึงการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด 6.5 มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งศาสนา ศีลธรรม ประเพณีวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่น เช่น มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องตามข้อเท็จจริง มีการจ้างแรงงานและจ่ายค่าตอบแทนตามกฎหมาย 6.6 มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางสังคมและการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม	6.4 มีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง มีหลักฐานการดำเนินการด้านการส่งออกที่ถูกกฎหมายทั้งในและต่างประเทศ 6.5 มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ไม่บิดเบือนตราสินค้า/เครื่องหมายการค้า ชื่อบริษัท รวมถึงไม่ลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการของผู้อื่น รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด 6.6 ได้รับรางวัล ใบประกาศ การเชิดชูเกียรติด้านการส่งออกจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในประเทศและประเทศที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ