

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินผู้สมัคร
รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น Prime Minister's Export Award 2023
ประเภทรางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566

• **คุณสมบัติผู้สมัคร ประกอบด้วย**

- 1) เป็นนิติบุคคลที่มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายในไทย และมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่มีสัญชาติไทยมากกว่าร้อยละ 50 โดยผู้สมัครต้องระบุและเลือกประเภทรางวัลที่ประสงค์สมัครให้ชัดเจน ประกอบด้วย ระดับแบรนด์ ได้แก่ Existing Brand / Emerging Brand และประเภทแบรนด์ที่ต้องการสมัครขอรับรางวัล ได้แก่ Corporate Brand, Product Brand
- 2) เป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ของกิจการที่ดีและไม่มีประวัติเสียหายในการดำเนินธุรกิจ เช่น ไม่มีพฤติกรรมในการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หรือมีเจตนาลอกเลียนแบบสินค้าของผู้อื่น หรือ ไม่เคยได้รับการร้องเรียนภายใน 3 ปี ก่อนวันปิดรับสมัครขอรับรางวัล ทั้งนี้ หากมีการร้องเรียนและมีข้อยุติแล้วให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการต่อไป โดยกรมของสงวนสิทธิ์ที่จะเพิกถอน หรือเรียกรางวัลคืนหากปรากฏในภายหลังว่าผู้ได้รับรางวัลมีคุณสมบัติ ที่ไม่เหมาะสม หรือมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้
- 3) ผู้สมัครที่เคยได้รับรางวัล Prime Minister Export Award ประเภทใดประเภทหนึ่งจะมีสิทธิสมัครขอรับรางวัลประเภทนั้นได้อีก เมื่อครบ 5 ปี นับแต่ปีที่ได้รับรางวัล
- 4) เป็นผู้ดำเนินธุรกิจที่มีเครื่องหมายการค้าของตนเอง ทั้งนี้สำหรับผู้สมัครประเภท Product Brand ให้เลือกแบรนด์สินค้าที่ประสงค์สมัครเพียง 1 แบรนด์ต่อการสมัคร 1 ครั้ง
- 5) มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- 6) มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหรืออยู่ระหว่างการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตราสินค้าที่สมัครในต่างประเทศ (ยกเว้น Emerging Brand)
- 7) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีการรับรองมาตรฐานในระดับประเทศหรือระดับสากล
- 8) เป็นบริษัทที่มีการดำเนินการส่งออกสินค้าหรืออยู่ระหว่างดำเนินการส่งออกสินค้าที่สมัครขอรับรางวัล (ยกเว้น Emerging Brand)
- 9) ผู้สมัครต้องยินยอมให้คณะกรรมการเยี่ยมชมตรวจสอบโรงงานที่สร้างรายได้หลักให้กับบริษัท สำหรับกรณีที่เป็นแบรนด์จ้างผลิต ต้องยินยอมให้คณะกรรมการเยี่ยมชมตรวจสอบโรงงานที่บริษัทได้จ้างผลิต (OEM) ด้วย

• **การจำแนกระดับและประเภทแบรนด์ (ผู้สมัครจะต้องระบุประเภทและระดับของแบรนด์ในการสมัคร)**

1. ระดับ Existing Brand : แบรนด์ที่มีมายาวนาน โดยจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Corporate Brand และ Product Brand
2. ระดับ Emerging Brand : แบรนด์เกิดใหม่ที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในช่วง 1-4 ปี และได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Corporate Brand และ Product Brand

สรุปคำนิยามและคำจำกัดความของ Corporate Brand / Product Brand / Emerging Brand

Corporate Brand	แบรนด์ขององค์กร หรือบริษัท ที่มีแนวทางปฏิบัติในการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อแบรนด์องค์กร ในทุกมิติของระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าต่างๆ ที่อยู่ภายใต้แบรนด์องค์กรหรือแบรนด์ของลูกค้า องค์กรที่รับจ้างผลิต (OEM) โดยผ่านการทำงานร่วมกัน ในเชิงกลยุทธ์องค์กรจนเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ
Product Brand	แบรนด์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่บริษัทผลิตขึ้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นผลิตให้ โดยมีการบริหารจัดการให้มีคุณภาพและมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ
Emerging Brand	แบรนด์ขององค์กรหรือสินค้าที่เพิ่งขึ้นใหม่ (จดทะเบียนนิติบุคคลและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในช่วง 1-4 ปี) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ใหม่ ที่ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว พร้อมกลยุทธ์ที่มีศักยภาพที่จะเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งในอนาคต สามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ

● **เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้**

- ส่วนที่ 1** **ข้อมูลพื้นฐาน** (ไม่มีคะแนน) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตรวจสอบประวัติผู้สมัคร
- ส่วนที่ 2** **เกณฑ์การพิจารณาจากการตรวจเอกสาร (รวม 100 คะแนน)**
ผู้สมัครต้องนำส่งเอกสารที่จำเป็นตามหัวข้อที่ปรากฏในใบสมัคร โดยการประเมินคะแนนจะให้จากหลักฐาน ทั้งนี้ หากผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คณะอนุกรรมการฯ จะพิจารณาสัมภาษณ์ในหมวดที่ 2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์ต่อไป
- ส่วนที่ 3** **การสัมภาษณ์ผู้ผ่านเกณฑ์** โดยให้นำเสนอการดำเนินงานในหมวดที่ 2 (รวม 46 คะแนน)
ทั้งนี้ หากผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คณะอนุกรรมการฯ จะพิจารณาตรวจเยี่ยมสถานประกอบการต่อไป
- ส่วนที่ 4** **การตรวจเยี่ยมสถานประกอบการ** โดยพิจารณาในหมวด 1 และ 3-7 (รวม 54 คะแนน)
- หมายเหตุ:** รายย่อย (Mi) ขนาดย่อม (S) และ Emerging Brand มีเกณฑ์ผ่านร้อยละ 70 ขึ้นไป /
ขนาดกลาง (M) มีเกณฑ์ ผ่านร้อยละ 75 ขึ้นไป / ขนาดใหญ่ (L) มีเกณฑ์ผ่านร้อยละ 80 ขึ้นไป

นิยามศัพท์ พิจารณาการอ้างอิงจากจำนวนการจ้างงาน และรายได้ ในภาคการผลิต และภาคการค้าและบริการ เพื่อใช้ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริม สนับสนุน และช่วยเหลือผู้ประกอบการเป็นสำคัญ แบ่งเป็น 2 ภาคกลุ่ม และ 3 ขนาด ดังนี้

1. ภาคการผลิต

- | | | |
|-----------------------|----------------------|--------------------------------------|
| 1.1 รายย่อย (Micro) | การจ้างงาน 1-5 คน | หรือ รายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท |
| 1.2 ขนาดย่อม (Small) | การจ้างงาน 6-50 คน | หรือ รายได้มากกว่า 1.8 - 100 ล้านบาท |
| 1.3 ขนาดกลาง (Medium) | การจ้างงาน 51-200 คน | หรือ รายได้มากกว่า 100 – 500 ล้านบาท |

2. ภาคการค้าและบริการ

- | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------------------------|
| 2.1 รายย่อย (Micro) | การจ้างงาน 1-5 คน | หรือ รายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท |
| 2.2 ขนาดย่อม (Small) | การจ้างงาน 6-30 คน | หรือ รายได้มากกว่า 1.8 - 50 ล้านบาท |
| 2.3 ขนาดกลาง (Medium) | การจ้างงาน 31-100 คน | หรือ รายได้มากกว่า 50 – 300 ล้านบาท |

หมายเหตุ : ในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่ง แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่งให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน – โครงสร้างองค์กร (Organizational Profile) (ไม่มีคะแนน)

1. ประเภทรางวัลที่สมัคร
2. ชื่อบริษัท
3. หมายเลขทะเบียนนิติบุคคล
4. สัดส่วนผู้ถือหุ้นไทย / ต่างชาติ
5. ที่ตั้งโรงงาน
6. สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ / Instagram / Facebook / Twitter
7. เครื่องหมายการค้า (ระบุและต้องแนบหลักฐานการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทยและในต่างประเทศ)
8. ประเภทสินค้า
9. ขนาดของกิจการ
10. มาตรฐานสินค้าที่ได้รับการรับรอง (ระบุและต้องแนบหลักฐาน)
11. ชื่อ นามสกุล ผู้ติดต่อประสานงานกับกรม
12. ชื่อ นามสกุล ผู้มีอำนาจลงนาม

ส่วนที่ 2 เกณฑ์การพิจารณาจากการตรวจเอกสาร (รวม 100 คะแนน)

ส่วนที่ 3 การสัมภาษณ์ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ (รวม 46 คะแนน)

ส่วนที่ 4 การตรวจเยี่ยมสถานประกอบการ (รวม 54 คะแนน)

หมวด	ข้อ	ส่วนที่ 2 (คะแนนรอบที่ 1)	ส่วนที่ 3 (คะแนนรอบที่ 2)	ส่วนที่ 4 (คะแนนรอบที่ 3)
		ตรวจเอกสาร	สัมภาษณ์	ตรวจเยี่ยมสถาน ประกอบการ
หมวดที่ 1 การบริหารองค์กร	1 – 3	12 คะแนน	-	12 คะแนน
หมวดที่ 2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์	4 – 7	46 คะแนน	46 คะแนน	-
หมวดที่ 3 การพัฒนาเพื่อขยายฐานลูกค้า	8 – 9	8 คะแนน	-	8 คะแนน
หมวดที่ 4 การวัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้	10	5 คะแนน	-	5 คะแนน
หมวดที่ 5 บุคลากร	11	5 คะแนน	-	5 คะแนน
หมวดที่ 6 การดำเนินงาน	12 – 15	15 คะแนน	-	15 คะแนน
หมวดที่ 7 ความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจ	16 – 17	9 คะแนน	-	9 คะแนน
คะแนนเต็ม		100 คะแนน (ต้องมีคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70/75/80 ตามขนาดสถานประกอบการ ตามลำดับ)	46 คะแนน (ต้องมีคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70/75/80 ตามขนาดสถานประกอบการ ตามลำดับ)	54 คะแนน (ต้องมีคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70/75/80 ตามขนาดสถานประกอบการ ตามลำดับ)
		หมายเหตุ Emerging Brand ใช้เกณฑ์เดียวกับ Micro และ S ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70		

1. ประเภทรางวัลที่สมัคร ☐ Best Thai Brand
2. ชื่อบริษัท/ ห้างหุ้นส่วน (นิติบุคคลจดทะเบียน)
ภาษาไทย Company/Organization
3. ที่ตั้งโรงงาน.....
Address.....
4. หมายเลขทะเบียนนิติบุคคล.....5. สัดส่วนผู้ถือหุ้นไทยร้อยละ..... ต่างชาติร้อยละ.....
- 6.สถานะของบริษัท ☐ ผู้ผลิต ☐ ผู้ส่งออก ☐ ผู้แทนจำหน่าย ☐ ผู้ค้าส่ง ☐ ผู้ค้าปลีก ☐ อื่นๆโปรดระบุ.....
- 7.สินค้า (โปรดระบุหมวดสินค้าที่ตรงกับสินค้าของบริษัท)
☐ อาหารและเครื่องดื่ม ☐ แพชั่น ☐ ของใช้และตกแต่งบ้าน ☐ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ ☐ การบริการ ☐ อื่นๆโปรดระบุ.....
- 8.ประสบการณ์ด้านการส่งออก.....ปี 9.รางวัลที่เคยได้รับ.....
- 10.สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์/ Instagram / Facebook.....
11. เครื่องหมายการค้า (แนบหลักฐาน) 12. ประเภทสินค้า

รูปเครื่องหมายการค้า

รูปสินค้า

13. ขนาดของกิจการ ☐ รายย่อย (Micro) ☐ ขนาดเล็ก (Small) ☐ ขนาดกลาง (Medium) ☐ ขนาดใหญ่ (Large)
- 1) รายย่อย (Micro) การจ้างงาน 1 – 5 คน หรือรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท
- 2) ขนาดเล็ก (Small) การจ้างงาน 6 – 50 คน หรือรายได้มากกว่า 1.8 – 100 ล้านบาท
- 3) ขนาดกลาง (Medium) การจ้างงาน 51 – 200 คน หรือรายได้มากกว่า 100 – 500 ล้านบาท
- 4) ขนาดใหญ่ (Large) การจ้างงาน 201 คนขึ้นไป หรือรายได้มากกว่า 500 ล้านบาท

ในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่ง แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่ง ให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

ที่มา : กฎกระทรวง กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ออกตามความในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

- 14.ระบบแบรนด์และประเภทแบรนด์ที่สมัคร
☐ แบรนด์ที่มีมายาวนาน (Existing Brand)
☐ Corporate Brand ☐ Product Brand
☐ แบรนด์เกิดใหม่ (Emerging Brand)
☐ Corporate Brand ☐ Product Brand

มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (ไม่รวมที่ดิน).....บาท จำนวนการจ้างงานคน จำนวนแรงงานไทย.....คน

15. เจ้าหน้าที่ประสานงาน (1).....ตำแหน่ง.....

โทร.....อีเมล.....

16. เจ้าหน้าที่ประสานงาน (2).....ตำแหน่ง.....

โทร.....อีเมล.....

17.ผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท (ชื่อ-สกุล).....

ตำแหน่งโทร.....

☐ ขอรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดเป็นความจริง และยินดีแสดงหลักฐานทั้งหมดต่อคณะกรรมการในรอบสัมภาษณ์ต่อไป

☐ ข้าพเจ้ายินยอมให้คณะทำงาน จัดเก็บรวบรวม ใช้และเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบในการพิจารณาการคัดเลือกและรวมถึงวัตถุประสงค์อื่นๆ ภายในโครงการ”รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น Prime Minister’s Export Award 2023” เท่านั้น

ลายมือชื่อผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท

วันที่

*หมายเหตุ:

1. เพื่อให้การสมัครเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้สมัครจะต้องแนบเอกสารหลักฐานผ่านระบบออนไลน์ตามหัวข้อที่ระบุ

2. หัวข้อที่ไม่ได้ระบุไว้ผู้สมัครจะต้องเตรียมข้อมูลหรือหลักฐาน จัดทำเป็นเอกสารประกอบใน powerpoint นำเสนอ เพื่อใช้ในขั้นตอนการพิจารณาตัดสินรอบแรกของคณะกรรมการในช่วงเดือนเมษายน 2566

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
หมวดที่ 1 การบริหารองค์กร		12
1	มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 1.1 มีการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการกำหนดให้เศรษฐกิจชีวภาพ/เศรษฐกิจหมุนเวียน/เศรษฐกิจสีเขียว (BCG Economy) เป็นนโยบายขององค์กร	1
	☐ 1.2 มีการส่งเสริมเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติเรื่องสิ่งแวดล้อมทั่วทั้งองค์กร เช่น จัดให้มีโครงการ / แผนงาน / กิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง	1
	☐ 1.3 มีมาตรการการป้องกันผลกระทบด้านมลภาวะที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการทางธุรกิจ และการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ไฟฟ้า น้ำ พลังงาน	1
	☐ 1.4 มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ/หรือ กระบวนการผลิตที่ลดการสร้างของเสีย โดยให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและการบริโภค (Zero-Waste / Low Carbon Footprint)	1

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
2	มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 2.1 มีการกำหนดนโยบายหรือมีมาตรการตามหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ เช่น พนักงานลูกค้า คู่ค้า และประชาชนทั่วไปอย่างเท่าเทียม รวมถึงการยอมรับความหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา เพศสภาพ	1
	☐ 2.2 มีการกำหนดนโยบายหรือมีมาตรการด้านการคุ้มครองแรงงาน เช่น มีการจัดการด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสถานประกอบการ มีสวัสดิการแก่พนักงานกรณีประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยจากการปฏิบัติหน้าที่	1
	☐ 2.3 มีการรณรงค์ภายในองค์กรให้ตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบจากอบายมุข สิ่งมอมเมา เช่น การพนัน ยาเสพติด แอลกอฮอล์ ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม	1
	☐ 2.4 มีการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม หรือพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข	1
3	ธรรมาภิบาลขององค์กร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 3.1 มีหลักความโปร่งใสและหลักนิติธรรม เช่น มีการจัดทำระบบตรวจสอบภายในองค์กร มีการปฏิบัติตามกฎหมายการจัดส่งงบการเงิน การชำระภาษี	1
	☐ 3.2 มีหลักคุณธรรม เช่น มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์และมีประสิทธิภาพ	1
	☐ 3.3 มีหลักการมีส่วนร่วม เช่น มีการส่งเสริมให้พนักงานร่วมกันเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างให้สัมฤทธิ์ผลและเป็นรูปธรรม	1
	☐ 3.4 มีหลักความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น มีการกำหนดผังหน้าที่ความรับผิดชอบ กฎระเบียบองค์กรที่ชัดเจน	1
หมวดที่ 2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์		46
4	แนวคิดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์(ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์) ในรอบ 1 - 2 ปี ที่ผ่านมา (Product + Price)	5
	• กรณีเป็นประเภท Corporate Brand และ Product Brand (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 4.1 มีหน่วยงาน R&D ทั้งในและนอกสถานที่ เพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือมีการใช้งานวิจัยของนักวิจัยในประเทศหรือต่างประเทศ	2
	☐ 4.2 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อมีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล	1
	☐ 4.3 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	1
	☐ 4.4 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดหรือลูกค้าต่างประเทศ	1
	• กรณีเป็นประเภท Emerging Brand (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 4.1 การใช้บริการ R&D ของภาครัฐ	2
	☐ 4.2 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อมีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล	1
	☐ 4.3 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	1
	☐ 4.4 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดหรือลูกค้าต่างประเทศ	1
5	กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้า (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
	☐ 5.1 มีกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) การนำเสนอความเป็นตัวตนที่ชัดเจน และโดดเด่นของสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เน้นย้ำให้ ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ประสิทธิภาพที่ประทับใจและความมั่นใจในตราสินค้า	4
	☐ 5.2 มีกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของตราสินค้า (Brand Value) การนำเสนอคุณค่าที่ได้จากตราสินค้าเพื่อให้รับรู้ได้ถึง ความคุ้มค่า ความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม	4
	☐ 5.3 มีกลยุทธ์การเจาะกลุ่มเป้าหมายของ ตราสินค้า (Brand Positioning) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เจาะตลาด เพื่อให้ตราสินค้าเข้าไป เป็นหนึ่งในใจลูกค้า สร้างความผูกพันและภักดีต่อตราสินค้า	4

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
	☐ 5.4 มีกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) การสื่อสารไปยังลูกค้าผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด ที่เหมาะสมเพื่อต่อยอดให้เกิดการรับรู้ตราสินค้า	4
	☐ 5.5 มีกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าที่ส่งผลกลับมาสู่ภาพลักษณ์แบรนด์ของประเทศ (Country Brand)	4
6	การบริหารตราสินค้าในต่างประเทศ (Brand Management) (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	11
	☐ 6.1 มีการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์	3
	☐ 6.2 มีนโยบาย การวางแผนด้านกลยุทธ์ วัตถุประสงค์/เป้าหมายและการควบคุมทางการตลาดที่ ชัดเจนในระยะสั้น และระยะยาว	4
	☐ 6.3 มีผลที่ได้จากความพยายามในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อสร้างตราสินค้า (Brand) ในช่วง 3 ปี (พ.ศ. 2559-2562) โดยสามารถแสดงหลักฐานประกอบแยกเป็นรายปีได้	4
7	กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	10
	☐ 7.1 มีการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด	3
	☐ 7.2 มีกลยุทธ์การบริหารการขายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	3
	☐ 7.3 มีการทำธุรกิจออนไลน์ผ่านE-commerce Platformของตนเองเช่น Website หรือ Application ของบริษัท เป็นต้น	1
	☐ 7.4 มีการทำการตลาดและการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล (Digital Marketing / Social Media)	1
	☐ 7.5 มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา รถโฆษณา โบรชัวร์ แผ่นพับ	1
	☐ 7.6 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าหรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โปรตแบบหลักฐานการประชาสัมพันธ์และ กิจกรรมส่งเสริมการขาย	1
หมวดที่ 3 การพัฒนาเพื่อขยายฐานลูกค้า		8
8	มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศหรืออยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ	4
	• กรณีเป็นประเภท Corporate Brand และ Product Brand (เลือกเพียงข้อเดียว)	4
	☐ 8.1 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 1-2 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	1
	☐ 8.2 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 3-4 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	2
	☐ 8.3 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 5-6 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	3
	☐ 8.4 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวนมากกว่า 7 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	4
	• กรณีเป็นประเภท Emerging Brand (เลือกเพียงข้อเดียว)	4
	☐ 8.1 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 1 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	1
	☐ 8.2 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 2 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	2
	☐ 8.3 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ จำนวน 3 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	3
	☐ 8.4 มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ หรือ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ จำนวน 4 ประเทศขึ้นไป พร้อมแนบหลักฐาน	4

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
9	มีการนำผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าของตนเองไปวางจำหน่ายในต่างประเทศ	4
	• กรณีเป็นประเภท Corporate Brand และ Product Brand (เลือกเพียงข้อเดียว)	4
	☐ 9.1 จำนวน 1-3 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	1
	☐ 9.2 จำนวน 4-6 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	2
	☐ 9.3 จำนวน 7-10 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	3
	☐ 9.4 จำนวนมากกว่า 10 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	4
	• กรณีเป็นประเภท Emerging Brand (เลือกเพียงข้อเดียว)	4
	☐ 9.1 วางจำหน่ายใน E-commerce Platforms เช่น IG , Twitter , Website , Facebook พร้อมแนบหลักฐาน	1
	☐ 9.2 จำนวน 1 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	2
	☐ 9.3 จำนวน 2 ประเทศ พร้อมแนบหลักฐาน	3
	☐ 9.4 จำนวน 3 ประเทศขึ้นไป พร้อมแนบหลักฐาน	4
หมวดที่ 4 การวัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้		5
10	การจัดการสารสนเทศและองค์ความรู้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 10.1 มีการบันทึกขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์	1
	☐ 10.2 มีการถ่ายทอดความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักต่อภายในองค์กรหรือชุมชน	1
	☐ 10.3 มีกระบวนการสืบทอด/รักษา/ส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่อสมาชิกภายในองค์กรหรือชุมชน	1
	☐ 10.4 มีการเปิดให้เยี่ยมชมสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์แก่บุคคลทั่วไปทั้งคนไทยและคนต่างประเทศ	1
	☐ 10.5 มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับชุมชน ธุรกิจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1
หมวดที่ 5 บุคลากร		5
11	สวัสดิการพนักงาน นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 11.1 มีสวัสดิการที่มุ่งพัฒนาลูกจ้าง เช่น การส่งเสริมการศึกษาทั้งในและนอกเวลาทำงาน การอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำงาน ทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน หรือมอบอ่านหนังสือ เป็นต้น	1.5
	☐ 11.2 มีสวัสดิการนันทนาการและสุขภาพอนามัย เช่น การจัดทัศนศึกษา การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ พนักงานการให้ความรู้เรื่องสุขภาพอนามัย เป็นต้น	1.5
	☐ 11.3 ได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทยขั้นพื้นฐาน (มรท. 8001-2553)	2
หมวดที่ 6 การดำเนินงาน		15
12	การใช้วัตถุดิบในการผลิตเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 12.1 มีการผลิตและใช้วัตถุดิบในประเทศ มากกว่าร้อยละ 30	1
	☐ 12.2 มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือมีการลดการใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม หรือเป็นพิษต่อผู้บริโภค เช่นการลดใช้ แร่ใยหิน ตะกั่ว ปะเกว โลหะหนัก หรือสารที่เป็นพิษอื่นๆ	1
	☐ 12.3 มีการใช้วัตถุดิบที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ข้าวหอมมะลิไทย ไหมไทย ผ้าฝ้ายทอมือ หรือสิ่งที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ	1
	☐ 12.4 การนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำ ใช้งานผลิตภัณฑ์เดิมวงจร (Reuse/Refurbish/Sharing) หรือแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle/Upcycle) เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงการรักษาความมั่นคงทางวัตถุดิบและความสมดุลของสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อรับมือกับปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรในอนาคต	1

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
13	การพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 13.1 มีการเพิ่มประสิทธิภาพปัจจัยการผลิตทางด้านเทคโนโลยีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ และมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง	1
	☐ 13.2 มีการเพิ่มศักยภาพและพัฒนาบุคลากรสำหรับกระบวนการผลิต	1
	☐ 13.3 มีการเพิ่มประสิทธิภาพโดยการลดต้นทุนการผลิต	1
	☐ 13.4 มีการว่าจ้างโรงงานเพื่อผลิตสินค้า (OEM) โดยก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน/พื้นที่ ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ	1
	☐ 13.5 มีการนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาพัฒนากระบวนการผลิต	1
14	การพัฒนาด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	3
	☐ 14.1 มีการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) หรือมีมาตรการป้องกันอันตรายและมีการอบรมการใช้งานอุปกรณ์ก่อนเข้าปฏิบัติงาน	1
	☐ 14.2 มีการติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันที่เครื่องจักร (Machine Guard) และมีการอบรมการใช้งานอุปกรณ์ก่อนเข้าปฏิบัติงาน	1
	☐ 14.3 มีการพัฒนาด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นไปตามกฎหมาย หรือมาตรฐานสากล	1
15	การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	3
	☐ 15.1 มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ (Incoming Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่ น่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้	1
	☐ 15.2 มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ระหว่างการผลิต (In Process Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้	1
	☐ 15.3 มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย(Final Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้	1
หมวดที่ 7 ความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจ		9
16	ผลประกอบการ (Corporate Brand และ Product Brand 5 คะแนน/ Emerging Brand 5 คะแนน)	5
	• กรณีเป็นประเภท Corporate Brand และ Product Brand (เลือกเพียงข้อเดียว)	5
	16.1 ร้อยละของยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครต่อยอดจำหน่ายรวมทั้งหมดภายในและต่างประเทศรวมตราสินค้าอื่น (Total Sales) เฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง (เลือกเพียงข้อเดียว) ปี 2565 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร.....บาท ยอดจำหน่ายรวม บาท ปี 2564 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร.....บาท ยอดจำหน่ายรวม บาท ปี 2563 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร.....บาท ยอดจำหน่ายรวม บาท ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครเฉลี่ย 3 ปี (ก).....ยอดจำหน่ายรวมเฉลี่ย 3 ปี (ข)..... บาท ร้อยละ (ก) / (ข).....	
	☐ ร้อยละ 5 ขึ้นไป	3
	☐ ร้อยละ 3 - 5	2
	☐ ร้อยละ 1 - 2	1
	16.2 การเพิ่มขึ้นของยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครขอรับรางวัล (Brand's export growth) คำนวณโดยใช้ข้อมูล ปี 2563 2564 2565 เทียบกับปีก่อนหน้า (เลือกเพียงข้อเดียว)	
	☐ ยอดส่งออกสินค้าที่สมัครเพิ่มขึ้นติดต่อกัน 2 ปี	2
	☐ ยอดส่งออกสินค้าที่สมัครเพิ่มขึ้น 1 ปี	1

ข้อ	รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม (Best Thai Brand) ประจำปี 2566	คะแนน
	• กรณีเป็นประเภท Emerging Brand (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	5
	☐ 16.1 มีการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจสำหรับตลาดต่างประเทศที่ชัดเจน มีตลาดเป้าหมายและกรอบเวลาแน่ชัด (ถ้ามีให้ระบุรายละเอียดหรือจัดทำเป็นเอกสารแนบประกอบ อาทิ Business Canvas / แผนบุกเจาะตลาดต่างประเทศระยะสั้นและระยะยาว)	1
	☐ 16.2 มีการสื่อสารที่เป็นสากล อาทิ เว็บไซต์บริษัทภาษาอังกฤษ โซเชียลมีเดียหรือเอกสารประชาสัมพันธ์ภาษาต่างประเทศอื่นๆ เป็นต้น (โปรดแนบหลักฐาน)	1
	☐ 16.3 มีการเข้าร่วมกิจกรรมและ/หรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ อาทิ งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศหรือต่างประเทศ กิจกรรมเตรียมความพร้อมในการผลักดันสินค้ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ การเจรจาธุรกิจกับผู้ค้าต่างประเทศ เป็นต้น (โปรดแนบหลักฐาน)	1
	☐ 16.4 มีเครือข่ายการค้าในต่างประเทศ อาทิ มีพันธมิตรต่างชาติ เป็นสมาชิกกลุ่ม/สมาคมระหว่างประเทศ มีการลงทุนระหว่างประเทศ เป็นต้น (โปรดแนบหลักฐาน)	1
	☐ 16.5 มีการขายในช่องทาง e-commerce	1
17	มาตรฐานคุณภาพสินค้าที่ได้รับ (Corporate Brand และ Product Brand 4 คะแนน / Emerging Brand)	4
	• กรณีเป็นประเภท Corporate Brand และ Product Brand (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 17.1 มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของเอกชน เช่น มาตรฐานของมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (ฉลาดเขียว)	1
	☐ 17.2 ได้รับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น GMP, อย.	1
	☐ 17.3 มาตรฐานของสมาคม/องค์กร/หน่วยธุรกิจในประเทศต่างๆ เช่น มาตรฐานของสมาคมค้าปลีก	1
	☐ 17.4 มาตรฐานระดับสากล เช่น ISO, HACCP, Organic, FAIRTRADE Carbon foot print เป็นต้น	1
	โปรดแนบหลักฐานใบรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ	
	• กรณีเป็นประเภท Emerging Brand (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	4
	☐ 17.1 มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของเอกชน เช่น มาตรฐานของมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (ฉลาดเขียว)	1
	☐ 17.2 ได้รับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น GMP, อย.	1
	☐ 17.3 มาตรฐานของสมาคม/องค์กร/หน่วยธุรกิจในประเทศต่างๆ เช่น มาตรฐานของสมาคมค้าปลีก	2
	โปรดแนบหลักฐานใบรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ	