

- ประเภทรางวัลที่สมัคร
 Best Exporter Best Innovation Best Thai Brand Best OTOP Best Halal
 Best Service Enterprise Award : สาขาโรงพยาบาล/คลินิกเฉพาะทางในโรงพยาบาล/ศูนย์แพทย์เฉพาะทาง
 Best Service Enterprise Award : สาขารัฐกิจดิจิทัลคอนเทนต์
 Best Service Enterprise Award : สาขารัฐกิจซอฟต์แวร์
 Best Service Enterprise Award : สาขารัฐกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

2. ชื่อบริษัทภาษาไทย (นิติบุคคลจดทะเบียน)

.....

3. หมายเลขทะเบียนนิติบุคคล

.....

4. สัดส่วนผู้ถือหุ้นไทยร้อยละ.....ต่างชาติร้อยละ.....

5. ที่ตั้งโรงงาน

.....

6. สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ / Instagram / Facebook

.....

7. เครื่องหมายการค้า

7. ประเภทสินค้า

รูปตราสินค้า

รูปสินค้า

8. ขนาดของกิจการ เล็ก กลาง ใหญ่

มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (ไม่รวมที่ดิน) บาท

จำนวนการจ้างงาน..... คน

นิยามศัพท์ การแบ่งขนาดบริษัทเป็น 3 ขนาด ประกอบด้วยขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ (ตามประกาศกฎกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม พ.ศ. 2545) ดังนี้

- บริษัทขนาดเล็ก (S) หมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 50 ล้านบาท
- บริษัทขนาดกลาง (M) หมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 200 ล้านบาท
- บริษัทขนาดใหญ่ (L) หมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานเกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (ไม่รวมที่ดิน) เกิน 200 ล้านบาท

9. เจ้าหน้าที่ประสานงาน (1)ตำแหน่ง.....

โทร.....อีเมล.....

10. เจ้าหน้าที่ประสานงาน (2)ตำแหน่ง.....

โทร.....อีเมล.....

11. ผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท (ชื่อ-สกุล).....

ตำแหน่ง.....โทร.....

ชื่อ	หลักเกณฑ์รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม ปี 2562
หมวดที่ 1 การบริหารองค์กร	
1	ธรรมาภิบาลขององค์กร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
	<input type="checkbox"/> มีหลักความโปร่งใส เช่น มีการจัดทำระบบตรวจสอบภายในองค์กร <input type="checkbox"/> มีหลักนิติธรรม เช่น มีการปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น การจัดส่งงบการเงิน การชำระภาษี <input type="checkbox"/> มีหลักคุณธรรม เช่น มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์และมีประสิทธิภาพ <input type="checkbox"/> มีหลักความคุ้มค่า เช่น มีการรณรงค์ให้พนักงานใช้ทรัพยากร เช่น น้ำ ไฟ กระดาษ อย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม <input type="checkbox"/> มีหลักการมีส่วนร่วม เช่น มีการส่งเสริมให้พนักงานร่วมกันเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างให้สัมฤทธิ์ผลและเป็นรูปธรรม <input type="checkbox"/> มีหลักความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น มีการกำหนดผังหน้าที่ความรับผิดชอบ กฎระเบียบองค์กรที่ชัดเจน
2	มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (เลือกเพียงข้อเดียว)
	<input type="checkbox"/> มีแผนการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อมที่หน่วยงานอื่นเป็นผู้จัดอย่างน้อยต่อเนื่อง 1 ปีขึ้นไป และเป็นไปตามแผนที่กำหนด <input type="checkbox"/> มีแผนการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นเจ้าของโครงการอย่างน้อยต่อเนื่อง 1 ปีขึ้นไป และเป็นไปตามแผนที่กำหนด <input type="checkbox"/> มีแผนการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นเจ้าของโครงการอย่างน้อยต่อเนื่อง 2 ปีขึ้นไป และเป็นไปตามแผนที่กำหนด <input type="checkbox"/> มีแผนการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นเจ้าของโครงการอย่างน้อยต่อเนื่อง 3 ปีขึ้นไป และเป็นไปตามแผนที่กำหนด
หมวดที่ 2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์	
3	แนวคิดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์) ในรอบ 1 - 2 ปี ที่ผ่านมา (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
	<input type="checkbox"/> มีหน่วยงาน R&D ทั้งในและนอกสถานที่เพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือ มีการใช้งานวิจัยของนักวิจัยในประเทศหรือต่างประเทศ <input type="checkbox"/> มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อมีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล <input type="checkbox"/> มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดหรือลูกค้าต่างประเทศ <input type="checkbox"/> มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

4	<p>กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้า (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) การนำเสนอความเป็นตัวตนที่ชัดเจน และโดดเด่นของสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เน้นย้ำให้ ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ประสบการณ์ที่ประทับใจและความมั่นใจในตราสินค้า <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การสร้างคุณค่าของตราสินค้า (Brand Value) การนำเสนอคุณค่าที่ได้จากตราสินค้าเพื่อให้รับรู้ได้ถึงความคุ้มค่า ความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การเจาะกลุ่มเป้าหมายของ ตราสินค้า (Brand Positioning) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เจาะตลาด เพื่อให้ตราสินค้าเข้าไป เป็นหนึ่งในใจลูกค้า สร้างความผูกพันและภักดีต่อตราสินค้า <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) การสื่อสารไปยังลูกค้าผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด ที่เหมาะสมเพื่อตอกย้ำให้เกิดการรับรู้ตราสินค้า <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าที่ส่งผลกลับมาสู่ภาพลักษณ์แบรนด์ของประเทศ (Country Brand)
5	<p>การบริหารตราสินค้าในต่างประเทศ (Brand Management) (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> มีนโยบาย การวางแผนด้านกลยุทธ์ วัตถุประสงค์/เป้าหมายและการควบคุมทางการตลาดที่ ชัดเจนในระยะสั้นและระยะยาว <input type="checkbox"/> มีการศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ <input type="checkbox"/> มีการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด <input type="checkbox"/> มีกลยุทธ์การบริหารการขายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า <input type="checkbox"/> มีผลที่ได้จากความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อสร้างตราสินค้า (Brand) ในช่วง 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) โดยสามารถแสดงหลักฐานประกอบแยกเป็นรายปีได้
6	<p>มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายในต่างประเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> มีการทำธุรกิจออนไลน์ผ่าน e-commerce platform ของตนเอง เช่น website หรือ application ของบริษัท เป็นต้น <input type="checkbox"/> มีการทำการตลาดและการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัล (digital marketing/social media) <input type="checkbox"/> มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา รถโฆษณา โบรชัวร์ แผ่นพับ <input type="checkbox"/> มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าหรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โปรดแนบหลักฐานการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย
<p>หมวดที่ 3 การพัฒนาเพื่อขยายฐานลูกค้า</p>	
7	<p>มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ (เลือกเพียงข้อเดียว)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1-2 ประเทศ <input type="checkbox"/> 3-4 ประเทศ <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ประเทศ <p>โปรดแนบหลักฐานการจดทะเบียน</p>

8	<p>มีการนำผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าของตนเองไปวางจำหน่ายในต่างประเทศ (เลือกเพียงข้อเดียว)</p>
	<p> <input type="checkbox"/> 1-3 ประเทศ <input type="checkbox"/> 4-6 ประเทศ <input type="checkbox"/> 7-10 ประเทศ <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ประเทศ </p> <p>โปรดแนบหลักฐาน อาทิ ใบกำกับสินค้า (Invoice) ใบตราส่ง (Bill of Lading) หรือ Airway Bil</p>
<p>หมวดที่ 4 การวัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้</p>	
9	<p>การจัดการสารสนเทศและองค์ความรู้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<p> <input type="checkbox"/> มีการบันทึกขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ <input type="checkbox"/> มีการถ่ายทอดความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักต่อภายในองค์กรหรือชุมชน <input type="checkbox"/> มีกระบวนการสืบทอด/รักษา/ส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่อสมาชิกภายในองค์กรหรือชุมชน <input type="checkbox"/> มีการเปิดให้เยี่ยมชมสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์แก่บุคคลทั่วไปทั้งคนไทยและคนต่างประเทศ <input type="checkbox"/> มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับชุมชน ธุรกิจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง </p>
<p>หมวดที่ 5 บุคลากร</p>	
10	<p>สวัสดิการพนักงาน นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<p> <input type="checkbox"/> มีสวัสดิการที่มุ่งพัฒนาลูกจ้าง เช่น การส่งเสริมการศึกษาทั้งในและนอกเวลาทำงาน การอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำงานทั้งในและนอกสถานที่ทำงาน หรือมอบหนังสือ เป็นต้น <input type="checkbox"/> มีสวัสดิการนันทนาการและสุขภาพอนามัย เช่น การจัดทัศนศึกษา การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ พนักงานการให้ความรู้เรื่องสุขภาพอนามัย เป็นต้น ได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทยขั้นพื้นฐาน (มรท. 8001-2553) </p>
<p>หมวดที่ 6 การดำเนินงาน</p>	
11	<p>การใช้วัตถุดิบในการผลิตเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<p> <input type="checkbox"/> มีการใช้วัตถุดิบในประเทศ มากกว่าร้อยละ 70 <input type="checkbox"/> มีการใช้วัตถุดิบในประเทศ มากกว่าร้อยละ 30 <input type="checkbox"/> มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือมีการลดการใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือเป็นพิษต่อผู้บริโภค เช่น การลดใช้ แร่ใยหิน ตะกั่ว ปรอท โลหะหนัก หรือสารที่เป็นพิษอื่นๆ <input type="checkbox"/> มีโครงการพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้เกิดการทดแทนอย่างยั่งยืน <input type="checkbox"/> มีการใช้วัตถุดิบที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ข้าวหอมมะลิไทย, ไหมไทย, ผ้าฝ้ายทอมือ หรือสิ่งที่เป็นบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ </p>
12	<p>การพัฒนาด้านกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</p>
	<p> <input type="checkbox"/> มีการเพิ่มประสิทธิภาพปัจจัยการผลิตทางด้านเทคโนโลยีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ และมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง <input type="checkbox"/> มีการเพิ่มศักยภาพและพัฒนาบุคลากรสำหรับกระบวนการผลิต <input type="checkbox"/> มีการเพิ่มประสิทธิภาพโดยการลดต้นทุนการผลิต </p>

13	การพัฒนาด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
	<input type="checkbox"/> มีการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) หรือมีมาตรการป้องกันอันตราย <input type="checkbox"/> มีการอบรมการใช้งานอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรในการทำงาน <input type="checkbox"/> มีการติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันที่เครื่องจักร (Machine Guard) <input type="checkbox"/> มีการพัฒนาด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นไปตามกฎหมาย หรือมาตรฐานสากล
14	การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
	<input type="checkbox"/> มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ (Incoming Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือ <input type="checkbox"/> มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ระหว่างการผลิต (In Process Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือ <input type="checkbox"/> มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (Final Inspection) ด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคหรือภูมิปัญญาที่น่าเชื่อถือ <input type="checkbox"/> มีการบันทึกข้อมูลเพื่อตรวจสอบย้อนหลัง
หมวดที่ 7 ความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจ	
15	ผลประกอบการ
	<p>15.1 ร้อยละของยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครต่อยอดจำหน่ายรวมทั้งหมดภายในและต่างประเทศรวมตราสินค้าอื่น (Total Sales) เฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง (เลือกเพียงข้อเดียว)</p> <p>ปี 2561 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร บาท ยอดจำหน่ายรวม.....บาท ปี 2560 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร บาท ยอดจำหน่ายรวม.....บาท ปี 2559 ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัคร บาท ยอดจำหน่ายรวม.....บาท ยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครเฉลี่ย 3 ปี (ก) ยอดจำหน่ายรวมเฉลี่ย 3 ปี (ข)บาท ร้อยละ (ก) / (ข).....</p> <p><input type="checkbox"/> ร้อยละ 25 ขึ้นไป <input type="checkbox"/> ร้อยละ 10 ขึ้นไป</p> <p>15.2 การเพิ่มขึ้นของยอดส่งออกตราสินค้าที่สมัครขอรับรางวัล (Brand's export growth) คำนวณโดยใช้ข้อมูล ปี 2559, 2560, 2561 เทียบกับปีก่อนหน้า (เลือกเพียงข้อเดียว)</p> <p><input type="checkbox"/> ยอดส่งออกสินค้าที่สมัครเพิ่มขึ้นติดต่อกัน 2 ปี <input type="checkbox"/> ยอดส่งออกสินค้าที่สมัครเพิ่มขึ้น 1 ปี <input type="checkbox"/> ยอดส่งออกสินค้าที่สมัครคงที่ หรือไม่เพิ่มขึ้น</p>

16	มาตรฐานคุณภาพสินค้าที่ได้รับ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
	<input type="checkbox"/> มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของเอกชน เช่น มาตรฐานของมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (ฉลากเขียว) <input type="checkbox"/> ได้รับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานในประเทศที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น GMP, อย. <input type="checkbox"/> มาตรฐานของสมาคม/องค์กร/หน่วยธุรกิจในประเทศต่างๆ เช่น มาตรฐานของสมาคมค้าปลีก <input type="checkbox"/> มาตรฐานระดับสากล เช่น ISO, HACCP, Organic, FAIRTRADE Carbon foot print เป็นต้น โปรดแนบหลักฐานไปรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ
	<input type="checkbox"/> ขอรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดเป็นความจริง และยินดีแสดงหลักฐานทั้งหมดต่อคณะกรรมการในรอบสัมภาษณ์ต่อไป
	ลายมือชื่อผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท
	วันที่.....

*หมายเหตุ: 1. เพื่อให้การสมัครเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้สมัครจะต้องแนบเอกสารหลักฐานผ่านระบบออนไลน์ตามหัวข้อที่ระบุ
2. หัวข้อที่ไม่ได้ระบุไว้ ผู้สมัครจะต้องเตรียมข้อมูลหรือหลักฐาน จัดทำเป็นเอกสารประกอบใน powerpoint นำเสนอ
เพื่อใช้ในขั้นตอนการพิจารณาตัดสินรอบแรกของคณะกรรมการในช่วงปลายเดือนเมษายน 2562