



สภากาชาดไทย
THAI RED CROSS SOCIETY

ที่ ศล.ว. 5883 / 2569

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย
ถนนอังรีดูนังต์ ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

เลขที่รับ	913
วันที่	27 ก.พ. 2569
เวลา	10.15

23 กุมภาพันธ์ 2569

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เผยแพร่โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ “โครงการ แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2569 (BRAND'S Young Blood 2026) ”

เรียน อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงการฯ จำนวน 1 ชุด
2. สื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ขนาด A4 จำนวน 3 แผ่น

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ร่วมกับ บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด จัดทำโครงการ “แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2569 (BRAND'S Young Blood 2026)” เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญในการบริจาคโลหิตและสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมด้วยการเป็น “ผู้ให้” ทำความดีด้วยหัวใจโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน โดยได้จัดกิจกรรมโลหิตและกิจกรรมประกวดหนังสั้น BRAND'S Young Blood Short Film Contest หัวข้อ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ซึ่งได้พระราชทาน พร้อมเกียรติบัตรทุนการศึกษาและของรางวัล และการประกวดออกแบบ Add Your Template สำหรับ IG Story “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ทุนการศึกษา พร้อมเกียรติบัตรและของรางวัล ระหว่างเดือน 1 กุมภาพันธ์ – 31 กรกฎาคม 2569 (ตามรายละเอียดในโครงการฯ แนบ)

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว ในสถานบันการศึกษาของท่านตามที่ท่านเห็นสมควร ดังนี้

1. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์บริจาคโลหิต (กรณีเป็นหน่วยจัดกิจกรรมบริจาคโลหิต)
2. โปสเตอร์เชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม ขนาด A4

ทั้งนี้ได้มอบหมายให้ นายปฐวี ขวลิตรยรยง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โทรศัพท์ 02-263-9600-99 ต่อ 1743 , 097- 979 – 9960 เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ แพทย์หญิงดุจใจ ชัยวานิชศิริ)

ผู้อำนวยการศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ

สภากาชาดไทย

ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร

โทรศัพท์ และโทรสาร 0-2255-4567

.....

โครงการ แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2569
(BRAND'S Young Blood 2026)

เจ้าของโครงการ : ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย
ผู้สนับสนุนโครงการ : บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด

หลักการและเหตุผล

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้มีหน้าที่ในการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุดจากผู้บริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจ ไม่หวังสิ่งตอบแทน เพื่อนำไปใช้รักษาผู้ป่วยทั่วประเทศ ทั้งในรูปโลหิต ส่วนประกอบโลหิต และผลิตภัณฑ์โลหิต ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการโดยยึดมั่นในนโยบายคุณภาพ คือ โลหิตและผลิตภัณฑ์ของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ มีคุณภาพ ปลอดภัยทั้งผู้ให้และผู้รับ

ในแต่ละปีมีความต้องการใช้โลหิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8-10 โดยในปี 2568 ได้รับโลหิตบริจาคจำนวน 2,470,706 ยูนิต มีผู้บริจาคโลหิตความถี่ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 1,085,413 คน ผู้บริจาคโลหิตความถี่ 2 ครั้งต่อปี จำนวน 304,430 คน ผู้บริจาคโลหิตความถี่ 3 ครั้งต่อปี จำนวน 147,529 คน ผู้บริจาคโลหิตความถี่ 4 ครั้งต่อปี จำนวน 70,174 คน ผู้บริจาคโลหิตความถี่มากกว่า 4 ครั้งต่อปี จำนวน 6,214 คน ในสถานการณ์ปกติ การรับบริจาคโลหิตของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ ภาคบริการโลหิตแห่งชาติ 12 แห่งทั่วประเทศ และสาขาบริการโลหิตโรงพยาบาลประจำจังหวัด ทั่วประเทศจะได้รับโลหิตบริจาคจำนวนมากกว่า 2 แสนยูนิตต่อเดือน เมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ หมายความว่าทุกการรักษาพยาบาล การผ่าตัด ได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติเช่นเดียวกัน จึงมีความต้องการใช้โลหิต 100 เปอร์เซ็นต์ และมีเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และตามมาตรฐานงานบริการโลหิตต้องมีโลหิตสำรองคงคลังอย่างน้อย 3,000 ยูนิตต่อวัน เพื่อสำรองเก็บไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน อาทิ อุบัติเหตุ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ รวมถึงเหตุการณ์ความรุนแรงที่มีผู้บาดเจ็บที่ต้องใช้โลหิตเป็นจำนวนมาก

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายและภาคีร่วมในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ เชิญชวนการบริจาคโลหิต เพื่อกระตุ้นให้มีผู้บริจาคโลหิตเพิ่มขึ้น ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จึงร่วมมือกับ บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ชุปไก่สกัด ซึ่งได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของโลหิตในการรักษาผู้ป่วย จัดทำ โครงการ

แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2569 (BRAND'S Young Blood 2026) โดยตั้งเป้าหมายโลหิตที่ได้รับบริจาค จำนวน 125,000 ยูนิตทั่วประเทศ โดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายไปยังนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากเยาวชนถือว่าเป็นกลุ่มที่มีช่วงระยะเวลาการบริจาคโลหิตได้ยาวนานและยั่งยืนในอนาคต โครงการฯ มุ่งหวังให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมแสดงถึง “พลังเล็กๆ” ด้วยการบริจาคโลหิต ให้เป็น “พลังที่ยิ่งใหญ่” ในการช่วยเหลือชีวิตเพื่อนมนุษย์ และร่วมรณรงค์ชวนเพื่อนๆ เยาวชนร่วมบริจาคโลหิตเป็นประจำทุก 3 เดือนอย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อพลังชีวิตให้กับเพื่อนมนุษย์ และนำมาเป็นโลหิตสำรองคงคลังไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน รวมถึงส่งเสริมสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบสังคมร่วมกัน ด้วยการรณรงค์การบริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ให้เยาวชนร่วมบริจาคโลหิต เป็นประจำทุก 3 เดือนอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญในการบริจาคโลหิตและสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมด้วยการเป็น “ผู้ให้” ทำความดีด้วยหัวใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน
3. เพื่อรณรงค์จัดหาโลหิตที่มีคุณภาพให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น สรรองโลหิตคงคลังไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน

กลุ่มเป้าหมาย

1. นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ
2. กลุ่มเยาวชนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 17-22 ปี
3. ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ และพนักงานผู้ปฏิบัติงานภายในสถาบันการศึกษา

ระยะเวลาดำเนินงาน

เดือนมกราคม – เดือนธันวาคม 2569 (รวม 12 เดือน)

สถานที่บริจาคโลหิต

1. ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย
2. ภาควิชาบริการโลหิตแห่งชาติทั่วประเทศ
3. หน่วยรับบริจาคโลหิตประจำที่ (Fixed Station) จำนวน 6 แห่ง
4. หน่วยเคลื่อนที่สถาบันการศึกษา ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ

กิจกรรม

1. กิจกรรมประกวดหนังสั้น BRAND'S Young Blood Short Film Contest หัวข้อ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ซึ่งโล่พระราชทาน พร้อมเกียรติบัตร ทุนการศึกษาและของรางวัล
2. กิจกรรมประกวดออกแบบ Add Your Template สำหรับ IG Story “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ซึ่งทุนการศึกษา พร้อมเกียรติบัตรและของรางวัล
3. กิจกรรม World Blood Donor Day (วันผู้บริจาคโลหิตโลก)
4. กิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้โครงการฯ จำนวน 2 ครั้ง

สื่อประชาสัมพันธ์

1. จัดทำโปสเตอร์ ป้ายไวเนล เชิญชวนบริจาคโลหิตให้แก่สถาบันการศึกษา
2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์
3. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์

แผนการดำเนินงาน

ลำดับ	รายละเอียดการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ (ปี 2569)											หมายเหตุ		
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.		ธ.ค.	
1.	ขออนุมัติโครงการ BRAND'S Young Blood 2026 จากผู้อำนวยการ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย	X													
2.	จัดทำหนังสือขอพระราชทานโล่รางวัล จากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	X													
3.	วางแผนการประชาสัมพันธ์														
	3.1 จัดทำโบสเตอร์ / สื่อออนไลน์	X													
	3.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ														
4.	การออกหน่วยรับบริจาคโลหิต														
5.	แถลงข่าวเปิดโครงการ (24 ธ.ค.69)														
6.	การประกวดหนังสั้น BRAND'S Young Blood Short Film Contest หัวข้อ "Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่"														
	6.1 รับสมัครและส่งผลงาน														
	6.2 คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงาน รอบที่ 1									5					
	6.3 ประกาศผลผู้ผ่านการพิจารณาคัดเลือก รอบที่ 1									10					
	6.4 วันสุดท้ายในการส่งผลงานของผู้ผ่านการพิจารณาคัดเลือก รอบที่ 1 ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว									25					
	6.5 ร่วมโหวตผลงาน Like และ Share ผ่านบัญชี TIKTOK ของทีม (1 ทีมต่อ 1 บัญชี)									1-30					
	6.6 คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงานชนะเลิศ, รองชนะเลิศ อันดับที่ 1 รองชนะเลิศ อันดับที่ 2										15				
	6.7 ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล										30				
7.	การประกวดออกแบบ Add Your Template สำหรับ IG Story "Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่"														
	7.1 รับสมัครและส่งผลงาน														
	7.2 คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงาน รอบที่ 1									5					
	7.3 ประกาศผลผู้ผ่านการพิจารณาคัดเลือก									10					

	7.4 วันสุดท้ายในการส่งผลงานของผู้ผ่านการพิจารณาคัดเลือก รอบที่ 1 ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว							25					
	7.5 ร่วมโหวตผลงาน Like และ Share ผ่านบัญชี Instagram ของผู้ประกวด (1 ผลงานต่อ 1 บัญชี)								1-30				
	7.6 คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก ผลงานชนะเลิศ, รองชนะเลิศ อันดับที่ 1 รองชนะเลิศ อันดับที่ 2									15			
	7.7 ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล									30			
8.	กิจกรรม World Blood Donor Day (วันผู้บริจาคโลหิตโลก)						14						
9.	กิจกรรม Road Show จำนวน 2 ครั้ง			X				X					
10	สรุปผลการดำเนินงาน (เปิดโครงการปี 2569 และเปิดโครงการปี 2570)												X

เป้าหมายโครงการ

1. ได้รับโลหิตจากการบริจาค ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 125,000 ยูนิต ทั่วประเทศ
2. มียอดการบริจาคโลหิต เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% จากปี 2568

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

สร้างเยาวชนคนรุ่นใหม่เป็นผู้บริจาคโลหิตรายใหม่ และมีผู้บริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้น สร้างจิตสำนึกในการเป็น “ผู้ให้” ต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ ทำความดีด้วยหัวใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน และจัดหาโลหิตที่มีคุณภาพ จำนวน 125,000 ยูนิต ตามเป้าหมายโครงการ เพื่อสำรองโลหิต คงคลังไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน

การประกวดหนังสั้น BRAND'S Young Blood Short Film Contest

หัวข้อ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่”

การประกวดหนังสั้น BRAND'S Young Blood Short Film Contest หัวข้อ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ในโครงการ แบรินด์ พลังเลือดใหม่ 2569 (BRAND'S Young Blood 2026) เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้นิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสแสดงความสามารถในการเสนอแนวคิด ภาพและเสียงที่สื่อสารถึงความสำคัญของการบริจาคโลหิต สร้างแรงบันดาลใจและปลูกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่ร่วมกันบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำทุก 3 เดือน สร้างจิตสำนึกและความภูมิใจของการเป็น “ผู้ให้” เพื่อมอบโอกาสและต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ ทำความดี ด้วยหัวใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

คุณสมบัติผู้ส่งผลงาน

1. เป็นนิสิตหรือนักศึกษาที่ขึ้นทะเบียนกับสถาบันการศึกษาอย่างถูกต้อง และมีอายุระหว่าง 17 – 22 ปี
2. ผู้ส่งผลงาน 1 ทีม (ทีมละไม่เกิน 5 คน) สามารถส่งผลงานได้เพียงทีมละ 1 ผลงานเท่านั้น
3. ผู้ส่งผลงานต้องระบุที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ ที่สามารถติดต่อได้สะดวกในประเทศไทย
4. ครอบครัวยุทธศาสตร์ของพนักงาน บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด และ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ไม่มีสิทธิส่งผลงานเข้าประกวด

หลักฐานการสมัคร

1. สำเนาบัตรประจำตัวนิสิตนักศึกษา (ทุกคนในทีม) โดยต้องเห็นรูปถ่ายชัดเจน
2. กรอกใบสมัครเข้าร่วมการประกวดของสมาชิกทุกคนในทีมอย่างครบถ้วนและชัดเจน
3. ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่ thaibloodcentre.redcross.or.th

ลักษณะของผลงาน

1. หัวข้อในการนำเสนอ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” สื่อสารถึงการสร้างแรงบันดาลใจและปลูกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่ร่วมกันบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง สร้างจิตสำนึกและความภูมิใจของการเป็น “ผู้ให้”
2. ผลงานเป็นคลิปวิดีโอสั้นอัตราส่วนแสดงผลแนวตั้ง 9:16 ความละเอียดตั้งแต่ Full HD ขึ้นไป โดยต้องถ่ายทำด้วยตนเองเท่านั้น ความยาว 60 -- 90 วินาที
3. ผู้เข้าประกวดจะต้องส่งไฟล์วิดีโอเป็น 3 ส่วน
 - 3.1 Master Video เป็นไฟล์นามสกุล .mov
 - 3.2 Master Video เป็นไฟล์นามสกุล .mp4
 - 3.3 File Project .xml หรือ File Project อื่นๆ (เพื่อตรวจสอบฟุตเทจที่นำมาประกอบวิดีโอทั้งหมดว่าไม่ได้ Generative Affiliate Intelligence (AI) หรือละเมิดลิขสิทธิ์อื่นใด)

4. ห้ามใช้เครื่องมือ Generative Affiliate Intelligence (AI) ทุกแพลตฟอร์ม หรือ Stock Video ในการสร้างสรรค์ผลงานทุกกรณี
5. ภาพ เนื้อหา ข้อความและเสียง ในผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องไม่ลบหลู่ต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ไม่พาดพิงเรื่องการเมือง ไม่ใช่ถ้อยคำที่เป็นการดูถูก ดูหมิ่น เสียดสี ก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคม รวมถึงไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม จริยธรรม หรือหลักศาสนาใดๆ
6. เพรมสุดท้ายให้ขึ้นข้อความและภาพโลโก้ของ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย และโครงการแบรนด์ยังบลัด
7. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องมีภาพและเสียงที่ชัดเจน สามารถรับชมและรับฟังได้อย่างชัดเจน
8. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องเป็นต้นฉบับที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ และไม่เคยผ่านการประกวดจากที่ใดมาก่อน
9. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดทุกผลงาน ถือเป็นสิทธิ์ของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย สามารถนำเสนอหรือไม่นำเสนอได้ สามารถนำมาแก้ไข เพิ่มเติม หรือ จัดทำซ้ำ และเผยแพร่สู่สาธารณะได้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และไม่สามารถขอรับคืน ไม่ว่ากรณีใดๆ
10. การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

กำหนดส่งผลงาน

1. กรอกใบสมัครเข้าร่วมการประกวดอย่างครบถ้วน ชัดเจน และส่งไฟล์ผลงาน มาที่ email : brandsyoungbloodproject@gmail.com
2. ระยะเวลารับสมัครและส่งผลงาน ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2569 – 31 กรกฎาคม 2569
3. สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร โทรศัพท์ 02-255-4567, 02-263-9600 ต่อ 1743 (ในวันและเวลาราชการ)

การตัดสินผลงาน แบ่งเป็น 2 รอบ ได้แก่

รอบที่ 1

- คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงานที่ผ่านรอบที่ 1 จำนวน 10 ผลงาน
- ผลงานที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ หากจะต้องมีการแก้ไขหรือปรับปรุงรายละเอียดทางเจ้าหน้าที่จะติดต่อกลับให้ผู้สมัครได้แก้ไขก่อนที่จะนำไปโพสต์ หรือเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อความถูกต้อง
- ทีมที่ผ่านการคัดเลือกและแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะต้องนำผลงานขึ้นโพสต์ ผ่านบัญชี TIKTOK ของทีม (1 ทีมต่อ 1 บัญชี) เพื่อร่วมโหวต (ด้วยการคลิก Like)
- ระยะเวลาร่วมโหวต ระหว่างวันที่ 1 กันยายน - 30 กันยายน 2569

รอบที่ 2

- ตัดสินจากคะแนนของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 70% และคะแนนจากยอด Like และ Share 30%
- การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

เกณฑ์การตัดสินผลงาน

คะแนนของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (70%) พิจารณาดังนี้

1. แก่นเรื่อง (Theme) และเนื้อหาในการนำเสนอถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย	30	คะแนน
2. เทคนิคของหนังสือ เช่น การจัดภาพ มุมกล้อง วารเก็บภาพ การตัดต่อ	30	คะแนน
3. คุณภาพการผลิต ระบบเสียง ระบบภาพ มีความชัดเจน	20	คะแนน
4. แนวคิด ความคิดสร้างสรรค์ ที่ช่วยให้เกิดความประทับใจและจดจำ	20	คะแนน

คะแนนจากผลโหวตยอด Like และ Share (30%) พิจารณาดังนี้

1. การนับคะแนนโดย 1 like = 1 คะแนน, 1 Share = 3 คะแนน
2. คะแนนโหวตมากที่สุดอันดับแรกได้ 30 คะแนน (อันดับถัดไปจะเรียงตามคะแนนโหวต)
3. ห้ามการซื้อโหวต*

**หมายเหตุ:* ห้ามมีการซื้อโหวตและ like กรณีพบว่าทีมใดได้มาซึ่งผลโหวตจากกระบวนการไม่สุจริต คณะกรรมการจะตัดสินให้ผลงานนั้นเป็นโมฆะ และตัดสิทธิ์การเข้าร่วมประกวดไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม

คณะกรรมการตัดสิน

1. ผู้แทนจาก ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย 2 คน
2. ผู้แทนจาก บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด 2 คน
3. ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรพันธมิตรอื่นๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์(CEA)

ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล

1. ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล วันที่ 30 ตุลาคม 2569
ผ่านทาง www.facebook.com/nbctrc
2. การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

รางวัล

รายการ	รางวัล	ทุนการศึกษา	ผลิตภัณฑ์แบรนด์
รางวัลชนะเลิศ	รับโล่พระราชทานจาก สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พร้อมเกียรติบัตร	50,000 บาท	พร้อมผลิตภัณฑ์ แบรนด์ซูปเปอร์เก็ต ดื่มฟรีตลอดปี
รองชนะเลิศ อันดับที่1	เกียรติบัตร	30,000 บาท	
รองชนะเลิศ อันดับที่2	เกียรติบัตร	20,000 บาท	

การรับรางวัล

1. ผู้ที่ได้รับรางวัลต้องมารับรางวัลด้วยตนเอง ในวันแถลงข่าวเปิดโครงการแบรนด์ยังบัสต์ของปีถัดไป (ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จะประสานงานและแจ้งให้ทราบในภายหลัง)
2. กรณีไม่สามารถมารับด้วยตนเอง ต้องมอบฉันทะพร้อมสำเนาบัตรประชาชนของผู้มอบและผู้รับมอบฉันทะเซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง
3. หากไม่มารับรางวัลตามกำหนดที่แจ้งถือว่าสละสิทธิ์ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

การประกวดออกแบบ Add Your Template สำหรับ IG Story

หัวข้อ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่”

การประกวดออกแบบ Add Yours Template สำหรับ Instagram Story ภายใต้ Concept “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” ในโครงการ แบนด์ ‘พลังเลือดใหม่ 2569 (BRAND’S Young Blood 2026) เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้นิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสแสดงความสามารถในการเสนอแนวความคิดผ่านการออกแบบ Add Yours Template โดยประกอบด้วย การออกแบบสัญลักษณ์ตัวแทนของฮีโร่ และข้อความที่สร้างแรงบันดาลใจและปลุกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่ร่วมกันบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำทุก 3 เดือน สร้างจิตสำนึกและความภูมิใจของการเป็น “ผู้ให้” เพื่อมอบโอกาสและต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ ทำความดีด้วยหัวใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

คุณสมบัติผู้ส่งผลงาน

1. เป็นนิสิตหรือนักศึกษาที่ขึ้นทะเบียนกับสถาบันการศึกษาอย่างถูกต้อง และมีอายุระหว่าง 17-22 ปี
2. ผู้ส่งผลงาน 1 คน สามารถส่งผลงานได้ไม่เกิน 2 ผลงาน
3. ผู้ส่งผลงานต้องระบุที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ ที่สามารถติดต่อได้สะดวกในประเทศไทย
4. ครอบครัวยุทธศาสตร์ของพนักงาน บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด และศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ไม่มีสิทธิ์ส่งผลงานเข้าประกวด

หลักฐานการสมัคร

1. สำเนาบัตรประจำตัวนิสิตนักศึกษา โดยต้องเห็นรูปถ่ายชัดเจน
2. กรอกใบสมัครเข้าร่วมการประกวดอย่างครบถ้วนและชัดเจน
3. ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่ thaibloodcentre.redcross.or.th

ลักษณะของผลงาน

1. หัวข้อในการนำเสนอ “Give Blood. Be A Hero. พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่” สื่อสารถึงการสร้างแรงบันดาลใจและปลุกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่ร่วมกันบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง สร้างจิตสำนึกและความภูมิใจของการเป็น “ผู้ให้”
2. ผลงานการออกแบบ Instagram Add Yours Template จะต้องมีรายละเอียดตามที่โครงการกำหนด โดยมีอัตราส่วนแสดงผลแนวตั้ง 9:16 ความละเอียด 1080 x 1920 pixels ขึ้นไป
 - 2.1 ออกแบบ “Character” ตัวแทนของฮีโร่ในการสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนร่วมบริจาคโลหิต
 - 2.2 ออกแบบ “ข้อความ” ที่สร้างแรงบันดาลใจและปลุกพลังเยาวชนร่วมบริจาคโลหิต จำนวน 4 ข้อความ
3. ผู้เข้าประกวดจะต้องนำส่งผลงานเป็น 3 ส่วน
 - 3.1 Character Design เป็นไฟล์นามสกุล .png (Transparent Background) และไฟล์นามสกุล .ai (Illustrator)
 - 3.2 Typography Design เป็นไฟล์นามสกุล .png (Transparent Background) และไฟล์นามสกุล .ai (Illustrator)
 - 3.3 Master Template Design นามสกุล .png (Transparent Background) และไฟล์นามสกุล .ai (Illustrator)
4. ผลงานที่ส่งประกวด จะต้องเป็นผลงานที่สร้างสรรค์โดยตนเองเท่านั้น ห้ามใช้เครื่องมือ Generative Affiliate Intelligence (AI) ทกแพลตฟอร์ม ในการสร้างสรรค์ผลงาน ทุกกรณี

5. ภาพ และข้อความ ในผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องไม่ลบหลู่ต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ไม่พาดพิงเรื่องการเมือง ไม่ใช่ถ้อยคำที่เป็นการดูถูก ดูหมิ่น เสียดสี ก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคม รวมถึงไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม จริยธรรม หรือหลักศาสนาใดๆ
6. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องเป็นต้นฉบับที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ และไม่เคยผ่านการประกวดจากที่ไหนมาก่อน
7. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดทุกผลงาน ถือเป็นสิทธิ์ของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย สามารถ นำเสนอหรือไม่นำเสนอได้ สามารถนำมาแก้ไข เพิ่มเติม หรือ จัดทำซ้ำ และเผยแพร่สู่สาธารณะได้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และไม่สามารถขอรับคืน ไม่ว่ากรณีใดๆ
8. การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

กำหนดส่งผลงาน

1. กรอกใบสมัครเข้าร่วมการประกวดอย่างครบถ้วน ชัดเจน และส่งไฟล์ผลงาน มาที่
email : brandsyoungbloodproject@gmail.com
2. ระยะเวลารับสมัครและส่งผลงาน ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2569 – 31 กรกฎาคม 2569
3. สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร
โทรศัพท์ 0 2255 4567, 0 2263 9600 ต่อ 1743 (ในวันและเวลาราชการ)

การตัดสินผลงาน แบ่งเป็น 2 รอบ ได้แก่

รอบที่ 1

- คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผลงานที่ผ่านรอบที่ 1 จำนวน 10 ผลงาน
- ผลงานที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ หากจะต้องมีการแก้ไขหรือปรับปรุงรายละเอียดทางเจ้าหน้าที่จะติดต่อกลับให้ผู้สมัครได้แก้ไขก่อนที่จะนำไปโพสต์ หรือเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อความถูกต้อง
- ผลงานที่ผ่านการคัดเลือกและแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะต้องนำผลงานขึ้นโพสต์ ผ่านบัญชี Instagram ของผู้ประกวด (1 ผลงาน ต่อ 1 บัญชี) เพื่อร่วมโหวต (จำนวนการนำไปใช้งาน)
- ระยะเวลาร่วมโหวต ระหว่างวันที่ 1 กันยายน - 30 กันยายน 2569

รอบที่ 2

- ตัดสินจากคะแนนของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 70% และคะแนนจากยอดการนำไปใช้งาน 30%
- การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

เกณฑ์การตัดสินผลงาน

คะแนนของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (70%) พิจารณาดังนี้

- | | | |
|---|----|-------|
| 1. ความคิดสร้างสรรค์และความคิดมีเอกลักษณ์เฉพาะ | 40 | คะแนน |
| 2. การตีความของข้อความตรงคอนเซปต์ (กระตุ้นให้เยาวชนร่วมบริจาคโลหิต) | 30 | คะแนน |
| 3. ความสามารถในการออกแบบ | 30 | คะแนน |

คะแนนจากผลโหวตยอด Like และ Share (30%) พิจารณาดังนี้

1. การนับคะแนนจากยอดผู้ใช้ Template (1 การใช้ = 1 คะแนน)
2. คะแนนโหวตมากที่สุดอันดับแรกได้ 30 คะแนน (อันดับถัดไปจะเรียงตามคะแนนโหวต)

คณะกรรมการตัดสิน

1. ผู้แทนจาก ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย 2 คน
2. ผู้แทนจาก บริษัท ซันโตรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด 2 คน
3. ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรพันธมิตรอื่น ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)

ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล

1. ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล วันที่ 30 ตุลาคม 2569
ผ่านทาง www.facebook.com/nbctrc
2. การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด

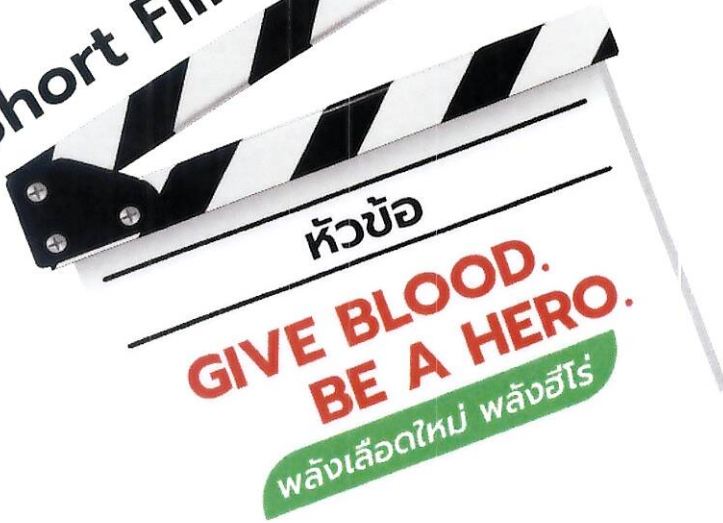
รางวัล

รายการ	รางวัล	ทุนการศึกษา	ผลิตภัณฑ์แบรนด์
รางวัลชนะเลิศ	เกียรติบัตร	20,000 บาท	พร้อมผลิตภัณฑ์
รองชนะเลิศ อันดับที่ 1	เกียรติบัตร	10,000 บาท	แบรนด์ซูเปอร์สีกัด
รองชนะเลิศ อันดับที่ 2	เกียรติบัตร	5,000 บาท	ดื่มฟรีตลอดปี

การรับรางวัล

1. ผู้ที่ได้รับรางวัลต้องมารับรางวัลด้วยตนเอง ในวันแถลงข่าวเปิดโครงการแบรนด์ยังบลัดของปีถัดไป (ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จะประสานงานและแจ้งให้ทราบในภายหลัง)
2. กรณีไม่สามารถมารับด้วยตนเอง ต้องมอบฉันทะพร้อมสำเนาบัตรประชาชนของผู้มอบและผู้รับมอบฉันทะเซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง
3. หากไม่มารับรางวัลตามกำหนดที่แจ้งถือว่าสละสิทธิ์ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

Short Film Contest



BRAND'S
YOUNG
BLOOD
2026
แบรนด์ยังบลัด



การประกวดหนังสั้น

ปลูกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่ร่วมกันบริจาคโลหิต

ซึ่งโล่พระราชทาน

สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า

กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

พร้อมชิงทุนการศึกษารวม **100,000** บาท

สมัครและส่งผลงานได้ตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2569

สแกน QR Code
เพื่อดูรายละเอียดและใบสมัคร



ติดต่อสอบถามได้ที่

หมายเลขอ้างอิง ๑๙๐๑๑L๕๐LL๗๓๔๗๗

URL <https://esaraban.vru.ac.th/archive/identityTags>

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมประกวด

- นิสิต นักศึกษา ขึ้นทะเบียนกับสถาบันการศึกษาอย่างถูกต้อง (อายุ 17-22 ปี)
- ส่งผลงานทีม (ทีมละไม่เกิน 5 คน) ทีมละ 1 ผลงานเท่านั้น

.....



ประกวดออกแบบ
ADD YOUR
TEMPLATE
Design CONTEST

สำหรับ instagram story
หัวข้อ **GIVE BLOOD. BE A HERO.**

พลังเลือดใหม่ พลังฮีโร่

ปลูกพลังเยาวชนคนรุ่นใหม่
ร่วมกันบริจาคโลหิต

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมประกวด

- บัณฑิต นักศึกษา ขึ้นทะเบียนกับสถาบันการศึกษาอย่างถูกต้อง (อายุ 17-22 ปี)
- ผู้ส่งผลงาน 1 คน สามารถส่งผลงานได้ไม่เกิน 2 ผลงาน

สแกน QR Code
เพื่อดูรายละเอียดและใบสมัคร



ชิงทุนการศึกษารวม
35,000 บาท

สมัครและส่งผลงานได้ตั้งแต่วันที่ ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2569



โครงการ แบรนด์...พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2569

BRAND'S YOUNG BLOOD 2026
แบรนด์ยังบลัด

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ร่วมกับ
บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด

เชิญชวนนักศึกษาเยาวชนคนรุ่นใหม่

รวมพลังร่วมบริจาคโลหิต



เป้าหมาย **125,000** ยูนิตทั่วประเทศ

พบกันที่.....

วันที่.....



สอบถามรายละเอียด : ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร

หมายเลขอ้างอิง ๑๙๐๑๑L๕๐LL๗๓๔๗๗

URL <https://esaraban.vru.ac.th/archive/identityTags>

7, 0 2263 9600 ต่อ 1743