

## โครงการ แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2568

(BRAND'S Young Blood 2025)

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

### หลักการและเหตุผล

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้มีหน้าที่ในการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอ ปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด จากผู้บริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจ ไม่หวังสิ่งตอบแทน เพื่อนำไปใช้รักษาผู้ป่วยทั่วประเทศ ทั้งในรูปโลหิต ส่วนประกอบโลหิต และผลิตภัณฑ์โลหิต ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการโดยยึดมั่นในนโยบายคุณภาพ คือ โลหิตและผลิตภัณฑ์ของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ มีคุณภาพ ปลอดภัย ทั้งผู้ให้และผู้รับ

ในปัจจุบันความต้องการใช้โลหิตของโรงพยาบาลทั่วประเทศมีความต้องการเบิกใช้โลหิตเฉลี่ยเดือนละ 216,470 ยูนิต (ข้อมูลเดือนมกราคม - ธันวาคม 2567) แต่โลหิตบริจาคที่ได้รับจากศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติและภาคบริการโลหิตแห่งชาติ 12 แห่งทั่วประเทศ ได้รับโลหิตเฉลี่ยเดือนละ 103,975 ยูนิตเท่านั้น (ข้อมูลเดือนมกราคม - ธันวาคม 2567) เมื่อสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ หมายความว่า ทุกการรักษาพยาบาล การผ่าตัด ได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติ เช่นเดียวกัน จึงมีความต้องการใช้โลหิต 100 เปอร์เซ็นต์ และมีเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ จึงต้องรณรงค์จัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอและทันห่วงที่สำหรับใช้ในการรักษา และตามมาตรฐานงานบริการโลหิต ต้องมีโลหิตสำรองคงคลังอย่างน้อย 3,000 ยูนิตต่อวัน เพื่อสำรองเก็บไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน อาทิ เกิดเหตุคลังแสงระเบิด เพลิงไหม้ ภัยพิบัติ เพื่อให้ทันห่วงที่ต่อการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายและภาคีร่วมในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เชิญชวนการบริจาคโลหิต เพื่อกระตุ้นให้มีผู้บริจาคโลหิตเพิ่มขึ้น ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จึงร่วมมือกับ บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์ซุ๊ปไก่สกัด ซึ่งได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของโลหิตในการรักษาผู้ป่วย จัดทำ โครงการ แบรินด์ พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต 2568 (BRAND'S Young Blood 2025) โดยตั้งเป้าหมายโลหิตที่ได้รับบริจาค จำนวน 125,000 ยูนิตทั่วประเทศ และปี 2568 ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ของโครงการ BRAND'S Young Blood หรือ “แบรินด์...พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต” กิจกรรมภายใต้โครงการได้ถูกยกระดับขึ้น เพื่อเพิ่มพูนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่สร้างให้กับสังคมไทย ส่งเสริมการบริจาคโลหิตอย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินกิจกรรมการแข่งขัน เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการบริจาคโลหิตและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชนไทย เพื่อสนับสนุนการบริจาคโลหิตในวงกว้าง โดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายไปยังนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีช่วงระยะเวลาการบริจาคโลหิตได้ยาวนานและยั่งยืนต่อไปในอนาคต โครงการฯ มุ่งหวังให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงถึงการเปลี่ยน “พลังเล็ก ๆ” จากการบริจาคโลหิตให้เป็น “พลังที่ยิ่งใหญ่” ในการช่วยเหลือชีวิตเพื่อนมนุษย์ และร่วมรณรงค์ชวนเยาวชนร่วมบริจาคโลหิตเป็นประจำทุก 3 เดือนอย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อพลังชีวิตให้กับเพื่อนมนุษย์ และนำมาเป็นโลหิตสำรองคงคลังไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบสังคมร่วมกัน ด้วยการรณรงค์การบริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ให้เยาวชนร่วมบริจาคโลหิต เป็นประจำ ทุก 3 เดือนอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญในการบริจาคโลหิตและสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมด้วยการเป็น “ผู้ให้” ทำความดีด้วยหัวใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน
3. เพื่อรณรงค์จัดหาโลหิตที่มีคุณภาพให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น สำรองโลหิตคงคลังไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน

## กลุ่มเป้าหมาย

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

## ระยะเวลาดำเนินงาน

เดือนมกราคม – เดือนธันวาคม 2568 (รวม 12 เดือน)

## สถานที่บริจาคโลหิต

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

## กิจกรรม

1. กิจกรรม BRAND'S Young Blood 2025: Tech for Life Challenge จัดการแข่งขัน เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและสร้างจิตสำนึกในการบริจาคโลหิตในหมู่เยาวชนในวงกว้าง ชิงโล่พระราชทาน พร้อมเกียรติบัตร ทุนการศึกษาและของรางวัล
2. กิจกรรม World Blood Donor Day (วันผู้บริจาคโลหิตโลก)
3. กิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้โครงการฯ จำนวน 2 ครั้ง

## สื่อประชาสัมพันธ์

1. จัดส่งไฟล์ Banner เชิญชวนบริจาคโลหิตให้แก่สถาบันการศึกษาเพื่อประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า
2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์
3. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์

## แผนการดำเนินงาน

ลำดับ	รายละเอียดการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ (ปี 2568)												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 2025 จากผู้อำนวยการ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย	X												
2.	จัดทำหนังสือขอพระราชทานโล่รางวัล จากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	X												
3.	วางแผนการประชาสัมพันธ์													
3.1	จัดทำโปสเตอร์ / สื่อออนไลน์	X												
3.2	ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ													
4.	การออกหน่วยรับบริจาคโลหิต													
5.	แถลงข่าวเปิดโครงการ	23												
6.	กิจกรรม BRAND'S Young Blood 2025: Tech for Life Challenge													
6.1	เปิดรับสมัคร แนะนำโครงการ และ workshop เพิ่มทักษะ				17 มี.ค.									
					- 7 พ.ค.									

	6.2 กิจกรรม Open House				8									
	6.3 ประกาศผลผู้เข้ารอบ 10 ทีม					23								
	6.4 Semi-Final Pitching 10 ทีม นำเสนอไอเดียภาพรวม เพื่อคัดเลือกเหลือ 5 ทีม (ออนไลน์)						19							
	6.5 รับคำปรึกษาจาก mentor							23 - 28						
	6.6 พัฒนาแบบจำลอง							20 มิ.ย. - 31 ก.ค.						
	6.7 Final-Pitching 5 ทีมสุดท้าย นำเสนอ prototype (ออนไลน์) และประกาศผลรางวัลผู้ชนะ 3 อันดับ								1					
	6.8 สรุปผลงานการแข่งขัน									1 ส.ค. - 30 ก.ย.				
7.	กิจกรรม World Blood Donor Day (วันผู้บริจาคโลหิตโลก)						13							
8.	กิจกรรม Road Show จำนวน 2 ครั้ง								X			X		
9.	สรุปผลการดำเนินงาน (ปิดโครงการปี 2568 และเปิดโครงการ ปี 2569)													17

### เป้าหมายโครงการ

1. ได้รับโลหิตจากการบริจาค ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 125,000 ยูนิต ทั่วประเทศ
2. มียอดการบริจาคโลหิต เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% จากปี 2567

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

## กิจกรรม BRAND'S Young Blood 2025: Tech for Life Challenge

กิจกรรมครบรอบ 25 ปี โครงการแบรนด์ยังบลัด (BRAND'S YOUNG BLOOD 25<sup>th</sup> Anniversary)

เนื่องจากปี 2568 ถือเป็นโอกาสครบรอบ 25 ปี ของโครงการ BRAND'S Young Blood หรือ “แบรนด์...พลังเลือดใหม่ ต่อพลังชีวิต” กิจกรรมภายใต้โครงการได้ถูกยกระดับขึ้น เพื่อเพิ่มพูนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่สร้างให้กับสังคมไทย ส่งเสริมการบริโภคโลหิตอย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินกิจกรรม BRAND'S Young Blood 2025: Tech for Life Challenge เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและสร้างจิตสำนึกในการบริโภคโลหิตในหมู่เยาวชนในวงกว้าง โดยเป็นกิจกรรมการแข่งขัน Tech Case Competition ออกแบบไอเดียเทคโนโลยีสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการบริโภคโลหิตในกลุ่มเยาวชนไทย และตอบโจทย์ว่า “เทคโนโลยีจะช่วยดึงดูด และ/ หรือ อำนวยความสะดวกให้เยาวชนไทยมาบริโภคโลหิตมากขึ้นได้อย่างไร” ผลงานที่ใช้ในการแข่งขันรอบสุดท้าย คือ แบบจำลองที่ความละเอียดสูง (High-Fidelity Prototype) ของ Application หรือ Website

### วัตถุประสงค์

1. สร้างกลุ่มผู้นำคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ และความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการบริโภคโลหิต
2. ต่อยอดและขยายผลโครงการ BRAND'S Young Blood รวมถึงยกระดับทักษะดิจิทัลให้กับนิสิตนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับโครงการ BRAND'S Brain Camp ซึ่งเป็นอีกหนึ่งโครงการของบริษัทฯ ที่มุ่งพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้กับเยาวชนไทยผ่านความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)
3. สร้างแบบจำลองนวัตกรรมเทคโนโลยีให้สภาอากาศชานไทยนำไปพัฒนาต่อเพื่อใช้งานได้จริง

### คุณสมบัติผู้เข้าร่วม

1. เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ โดยไม่จำกัดคณะ สาขาวิชา และชั้นปี มีอายุไม่ต่ำกว่า 17 ปี
2. ต้องส่งผลงานเป็นทีม (ทีมละ 3-5 คน) โดยจำกัดการส่ง 1 ผลงานต่อ 1 ทีม
3. ครอบครัวยุติของพนักงาน บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด และศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ไม่มีสิทธิ์ส่งผลงานเข้าประกวด

### หลักฐานการสมัคร

1. กรอกใบสมัครเข้าร่วมการประกวดอย่างครบถ้วนและชัดเจนผ่านการสแกน QR Code บนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการหรือผ่าน link: <https://forms.gle/9aa2Br2rdBLhBeKp7>
2. แนบผลงานในรูปแบบไฟล์นำเสนอตามกรอบและเงื่อนไขที่กำหนด

### ลักษณะของผลงาน

1. ผลงานที่ใช้แนบในการสมัครเข้าร่วมโครงการเป็นการนำเสนอแนวความคิดการออกแบบ Application หรือ Website ที่ตอบโจทย์ว่า “เทคโนโลยีจะช่วยดึงดูด และ/ หรือ อำนวยความสะดวกให้เยาวชนไทยมาบริโภคโลหิตมากขึ้นได้อย่างไร” กำหนดให้เป็นไฟล์ลักษณะแนวนอน (Landscape) นามสกุล .pdf จำกัดไม่เกิน 5 หน้า ไม่รวมหน้าปกและอ้างอิง (หากมี)
2. ผลงานที่ใช้ในการแข่งขันรอบสุดท้ายเป็นแบบจำลองที่ความละเอียดสูง (High-Fidelity Prototype) ของ Application หรือ Website โดยต้องสามารถจำลองให้เห็นถึงการใช้งานจริงของผลงานนวัตกรรม
3. ผลงานทั้งหมดจะต้องดำเนินการพัฒนาด้วยตนเอง โดยไม่ได้เกิดจากการลอกเลียนแบบ ทำซ้ำ หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น และไม่เคยได้รับรางวัลจากหน่วยงานอื่นมาก่อน
4. ผลงานทั้งหมดจะภาพ เนื้อหาและข้อความ ต้องไม่หมิ่นเหม่หรือกระทบต่อสถาบัน ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ไม่ส่อไปในทางโป้ ลามก อนาจาร หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีของไทย
5. ผลงานที่เกิดขึ้นในระหว่างกิจกรรมถือเป็นสิทธิ์ของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยทางศูนย์สามารถนำแนวความคิดไปต่อยอดในการพัฒนานวัตกรรมแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เพื่อให้บริการประชาชนได้จริง

## โดยแบ่งเป็น 3 กิจกรรมดังนี้

1. กิจกรรมแนะนำโครงการ และ Workshop เพิ่มทักษะ (ออนไลน์)
2. กิจกรรม Semi-Final Pitching Day (ออนไลน์)
3. กิจกรรม Final Pitching Day (ออนไซต์)

## ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม

วันที่ 15 มีนาคม - 30 กรกฎาคม 2568

## กำหนดส่งใบสมัครและผลงาน

วันสุดท้ายในการส่งผลงาน วันที่ 30 เมษายน 2568

## สื่อประชาสัมพันธ์

1. จัดทำโปสเตอร์ ป้ายไวเนล เชิญชวนบริจาคโลหิตให้แก่สถาบันการศึกษา
2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์
3. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์

## การตัดสินผลงาน แบ่งเป็น 3 รอบ

**รอบที่ 1** คัดเลือกผลงานจากผู้ส่งทั้งหมดให้เหลือ 10 ผลงาน เพื่อเข้าสู่รอบ Semi-Final โดยตัดสินจากการนำเสนอในรูปแบบไฟล์ Power Point ไม่เกิน 5 หน้าที่แนบมาพร้อมกับใบสมัคร

**รอบที่ 2** คัดเลือกผลงานจาก 10 ผลงานที่เข้ารอบให้เหลือ 5 ผลงาน เพื่อเข้าสู่รอบ Final โดยตัดสินจากการนำเสนอแบบจำลองที่ความละเอียดต่ำ (Low-Fidelity Prototype) ในกิจกรรม Semi-Final Pitching Day (ออนไลน์)

**รอบที่ 3** คัดเลือกผลงานจาก 5 ผลงานที่เข้ารอบให้เหลือ 3 ผลงานที่ชนะการแข่งขัน (อันดับที่ 1-3) โดยตัดสินจากการนำเสนอแบบจำลองที่ความละเอียดสูง (High-Fidelity Prototype) ในกิจกรรม Final Pitching Day (ออนไซต์)

## เกณฑ์การตัดสินผลงาน

1. รูปแบบการนำเสนอ
2. การตอบโจทย์ปัญหาการบริจาคโลหิต
3. ความคิดสร้างสรรค์
4. การใช้งานได้จริงของเทคโนโลยี
5. ความยั่งยืนของโครงการ
6. คะแนนความนิยม

## คณะกรรมการตัดสิน

1. ผู้แทนจากบริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด
2. ผู้แทนจากศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย
3. ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรพันธมิตรอื่น ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)

## ประกาศผลผู้ได้รับทุนการศึกษา

การประกาศผลผู้ได้รับทุนการศึกษาจะเกิดขึ้นในช่วงสุดท้ายของกิจกรรม Final Pitching Day

1. ประกาศผลผู้ได้รับทุนการศึกษา วันที่ 31 สิงหาคม 2568

ผ่านทาง [www.facebook.com/nbctrc](http://www.facebook.com/nbctrc) และ [www.facebook.com/BRANDSWorldThailand](http://www.facebook.com/BRANDSWorldThailand)

2. การตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

## ทุนการศึกษาสำหรับผู้ชนะเลิศการแข่งขัน Young Blood Hackathon 2025

รายการ	รางวัล	ทุนการศึกษา
ทุนการศึกษาสำหรับผู้ชนะเลิศ	รับโล่พระราชทานจาก สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พร้อมเกียรติบัตร	50,000 บาท
ทุนการศึกษาสำหรับ รองชนะเลิศ อันดับที่ 1	เกียรติบัตร	30,000 บาท
ทุนการศึกษาสำหรับ รองชนะเลิศ อันดับที่ 2	เกียรติบัตร	20,000 บาท

### การรับทุนการศึกษา

1. ผู้ที่ได้รับทุนการศึกษาต้องมารับทุนการศึกษาด้วยตนเอง (เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดหาผู้บริจาคโลหิตและสื่อสารองค์กร ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จะประสานงานและแจ้งรายละเอียดให้ทราบในภายหลัง)
2. กรณีไม่สามารถมารับด้วยตนเอง ต้องมอบฉันทะ พร้อมสำเนาบัตรประชาชนของผู้มอบและผู้รับมอบฉันทะ ลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง
3. หากไม่มารับรางวัลตามกำหนดที่แจ้งถือว่าการสละสิทธิ์

## กิจกรรม WORLD BLOOD DAY

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย และ บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด จัดกิจกรรมที่ศูนย์ฯ ในวันผู้บริจาคโลหิตโลก

### รายละเอียดการจัดกิจกรรม

1. กิจกรรมอบรมให้ความรู้ (1 หัวข้อ)
  - ครั้งหนึ่งฉันคือ “ผู้ให้”
  - ไขความลับการบริจาคโลหิต
  - การเดินทางของ “โลหิต”
2. กิจกรรมบริจาคโลหิต

วัน-เวลา 13 มิถุนายน 2568 เวลา 8.30 – 16.30 น.

กลุ่มเป้าหมาย นิสิตนักศึกษา

สถานที่ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย

## กิจกรรม Roadshow โครงการ BRAND'S Young Blood 2025

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย และ บริษัท ชันโทรี เบเวอเรจ แอนด์ ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด จัดกิจกรรม Roadshow โครงการ BRAND'S Young Blood 2025 ขึ้น เพื่อออกเยี่ยมหน่วยบริจาคโลหิตประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้โครงการฯ และจัดกิจกรรมรณรงค์บริจาคโลหิตในสถาบันการศึกษา

### รายละเอียดการจัดกิจกรรม

1. กิจกรรม Road Show จำนวน 2 ครั้ง (หน่วยที่มีจำนวน 12-16 เตียง)

#### รูปแบบกิจกรรม

- 1.1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้โครงการฯ และจัดกิจกรรมรณรงค์บริจาคโลหิตผ่านสื่อออนไลน์ของสถาบันการศึกษาที่ออกหน่วยรับบริจาคโลหิต
- 1.2 กิจกรรมออกหน่วยรับบริจาคโลหิต
2. กิจกรรมบริจาคโลหิตตามมหาวิทยาลัย (ตามตารางรับบริจาค)  
ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Series Banner (ออนไลน์) ให้กับทางมหาวิทยาลัย เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาลงทะเบียนร่วมบริจาคโลหิต

### กลุ่มเป้าหมาย

1. นิสิตนักศึกษาภายในสถาบันการศึกษา
2. ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ และพนักงานผู้ปฏิบัติงานภายในสถาบันการศึกษา