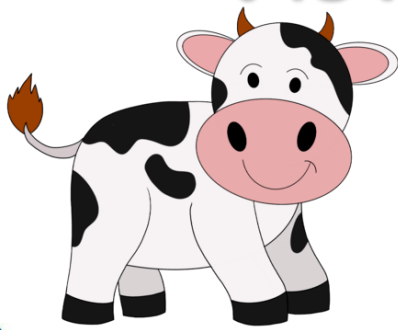




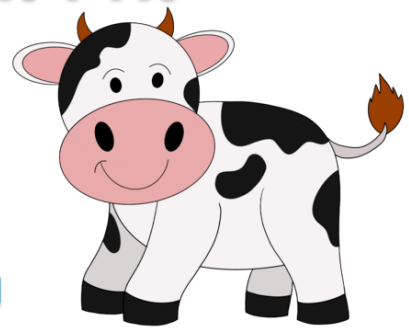
# THAI-DENMARK

MADE FROM FRESH MILK 100% NO POWDER ADDED

## รายงานผลการดำเนินงาน



### ประจำปี 2568



### ฝ่ายการตลาดและการขาย



## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
อำนาจหน้าที่ ฝ่ายการตลาดและการขาย .....	5
ฝ่ายการตลาดและการขาย .....	5
1. กองการตลาด .....	5
1.1 แผนกบริหารการตลาด.....	5
1.2 แผนกสื่อสารการตลาด.....	5
1.3 แผนกลูกค้าสัมพันธ์.....	6
2. กองการขาย.....	6
2.1 แผนกบริหารการขาย .....	6
2.2 แผนกการค้าภายในประเทศ.....	6
2.3 แผนกการค้าต่างประเทศ .....	7
ผลดำเนินงานด้านการจำหน่าย .....	8
รายงานสต็อกผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที่.....	11
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (นักวิชาการระดับ 6).....	15
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกบริหารการตลาด).....	16
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกสื่อสารการตลาด).....	18
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกลูกค้าสัมพันธ์).....	19
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกบริหารการขาย).....	21
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกการค้าภายในประเทศ).....	22
แผนงานประจำปีตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกการค้าต่างประเทศ).....	23
ผลการดำเนินงานโครงการเชิงยุทธศาสตร์ 7 โครงการ .....	24
กิจกรรม/ผลงาน/โครงการที่สำคัญ/ (นอกเหนือแผนงานประจำปี) .....	25
แผนบริการการตลาด.....	25
1. กิจกรรม/งาน : โครงการขออนุมัติจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี 2566-2570 (สำหรับปี 2568).....	25

แผนกสื่อสารการตลาด.....	29
1. กิจกรรม/งาน : โครงการ สื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing.....	29
2. กิจกรรม/งาน:โครงการ สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และจัดกิจกรรม School Visit .....	30
3. กิจกรรม/งาน : โครงการ ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568 (World Milk Day 2024).....	31
4. กิจกรรม/งาน : ประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค 2025 Thailand’s Most Admired Brand ทางนิตยสาร BrandAge และ BrandAge Online .....	32
5. กิจกรรม/งาน : โครงการ Live Streaming เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่าน E-Commerce Platform.....	34
6. กิจกรรม/งาน : โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที.....	36
7. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมLive Streaming ประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าวผสมวิตามิน และแร่ธาตุ (ตราไทย-เดนมาร์ค นิวทริแคล) พร้อมเสวนาในหัวข้อ “ตีมนมอย่างไร ให้ไกลโรค” .....	39
แผนกบริการการขาย .....	40
1. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New product) และกองโซว์ .....	40
2. กิจกรรม/งาน : จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ในรูปแบบการจำหน่าย B2B และ B2C (Cash Van) .....	42
3. กิจกรรม/งาน : การบริหารจัดการสต็อกนมไอเซน .....	43
4. กิจกรรม/งาน : กิจกรรม Road Show Thai – Denmark.....	45
5. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในงานต่างๆ .....	46
6. กิจกรรม/งาน : การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมให้กับหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ .....	47
แผนกการค้าภายในประเทศ.....	49
1. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เพื่อผลักดันสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคกระตุ้นยอดขายคืนกำไรให้กับลูกค้า .....	49
แผนกการค้าต่างประเทศ .....	52
1. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ใน สปป. ลาว ประจำปีงบประมาณ 2568 .....	52
2. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ในประเทศ กัมพูชา ประจำปีงบประมาณ 2568.....	54

3. กิจกรรม/งาน: โครงการจัดทำสินค้าพรีเมียมเพื่อส่งเสริมการขายสำหรับตลาดต่างประเทศ.....	55
การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก (MOU).....	56
ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน/แนวทางแก้ไข.....	56
เกณฑ์การประเมินการให้บริการ และผลการประเมิน.....	57
ผลสรุปการประเมินการให้บริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย.....	57
ประเมินความพึงพอใจ ด้านการให้บริการของฝ่ายการตลาดและการขาย ปี 2568.....	58
บุคลากร อ.ส.ค. (ระบุแผนก/กอง/ฝ่าย/สำนัก).....	58
การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร.....	61
การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่าง เสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind).....	62
การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน .....	62
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล .....	63
การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price) ...	63
ภาพกิจกรรมข่าวประจำปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 36 กิจกรรม) .....	64
ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 60 โพสต์).....	87

## อำนาจหน้าที่ ฝ่ายการตลาดและการขาย

### ฝ่ายการตลาดและการขาย

มีหัวหน้าฝ่าย (นักบริหาร 8) เป็นผู้รับผิดชอบมีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับ งานการศึกษา งานบริหารการตลาด วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และจัดทำแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ทุกชนิด งานส่งเสริมการตลาด การประสานงานกับหน่วยผลิต ในการวางแผนการผลิต การประสานงานกับแผนการตลาดและการขาย สำนักงานภาค การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ งานส่งเสริมการขาย งานขายผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ ตามช่องทางตลาดดั้งเดิมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล งานขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางตลาดสมัยใหม่ งานการค้าต่างประเทศ งานติดตามทวงถามหนี้ การดำเนินงานบริหารจัดการระบบรับซื้อร้องเรียนลูกค้าและผู้บริโภค (Consumer Service) งานบริหารระบบการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และปฏิบัติงานอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการและหรือผู้อำนวยการโดยแบ่งส่วนงานในระดับกอง ดังนี้

#### 1. กองการตลาด

มีหัวหน้ากอง (นักบริหาร 8) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานบริหารการตลาด วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และจัดทำแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ทุกชนิด งานส่งเสริมการตลาด การประสานงานกับหน่วยผลิตในการวางแผนการผลิต งานบริหารจัดการระบบ รับซื้อร้องเรียนลูกค้า และผู้บริโภค (Consumer Service) งานบริหารระบบการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าโดยแบ่งส่วนงานในระดับแผนก ดังนี้

##### 1.1 แผนกบริหารการตลาด

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร ๖) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับ

- งานกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการตลาด
- งานข้อมูลและสารสนเทศด้านข้อมูลการตลาด
- งานประเมินและวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด
- งานการประสานงานกับแผนกประชาสัมพันธ์ในการวางแผนสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) เพื่อสนับสนุนและสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดและการขาย
- งานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนากการตลาด
- งานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

##### 1.2 แผนกสื่อสารการตลาด

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร 6) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับ

- งานกำหนดกลยุทธ์ วางแผนตราสินค้า และตำแหน่งของสินค้า
- งานออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์
- งานพัฒนาผลิตภัณฑ์
- งานรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคนม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

อ.ส.ค. ภาค

- งานส่งเสริม สนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการขายทั้งในส่วนกลางและสำนักงาน
- งานรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวของธุรกิจคู่แข่ง
- งานอื่นๆตามที่ได้รับมอบหมาย

### 1.3 แผนกลูกค้าสัมพันธ์

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร 6) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารจัดการระบบรับซื้อร้องเรียนลูกค้า และผู้บริโภค (Consumer Service)

- งานบริหารจัดการระบบรับซื้อร้องเรียนลูกค้า และผู้บริโภค (Consumer Service)
- งานบริหารระบบการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า
- งานสารบรรณและเลขานุการ
- งานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

## 2. กองการขาย

มีหัวหน้ากอง (นักบริหาร 7) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับ งานบริหารการขาย งานขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางตลาดดั้งเดิมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล งานขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางตลาดสมัยใหม่ และงานการค้าต่างประเทศ โดยแบ่งส่วนงานในระดับแผนก ดังนี้

### 2.1 แผนกบริหารการขาย

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร ๖) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานกำหนดกลยุทธ์ และวางแผนการขาย

- งานกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการขาย
- งานข้อมูลและสารสนเทศด้านข้อมูลการขาย
- งานประเมินและวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการขาย
- งานแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายและพื้นที่เขตการขายผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ
- งานแผนพัฒนายอดขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางพิเศษและส่วนราชการ
- งานประสานและแจ้งกิจกรรมออกร้านแสดงสินค้าภายในประเทศ
- งานจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- งานอื่นๆตามที่ได้รับมอบหมาย

### 2.2 แผนกการค้าภายในประเทศ

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร 6) เป็นผู้รับผิดชอบมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับ

- งานขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางดั้งเดิมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- งานขายผลิตภัณฑ์นมตามช่องทางสมัยใหม่
- งานติดตามทวงถามหนี้การค้า

- งานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายงานอื่นๆตามที่ได้รับมอบหมาย

### 2.3 แผนการค้าต่างประเทศ

มีหัวหน้าแผนก (นักบริหาร 6) เป็นผู้รับผิดชอบ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับ

- งานวางกลยุทธ์ทางการตลาดและการขายต่างประเทศ
- งานแต่งตั้งตัวแทนและพื้นที่เขตการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมของตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ
- งานวิจัยและพัฒนาการตลาดและการขายต่างประเทศ
- งานวางแผนการจำหน่ายและพัฒนายอดขายผลิตภัณฑ์นมให้กับตัวแทนจำหน่ายและช่องทาง

พิเศษกับต่างประเทศ

- งานกิจกรรมการออกร้านงานแสดงสินค้าต่างประเทศ
- งานสารสนเทศและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและการขายต่างประเทศ
- งานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ผลดำเนินงานด้านการจำหน่าย

ผลดำเนินงานด้านการจำหน่าย



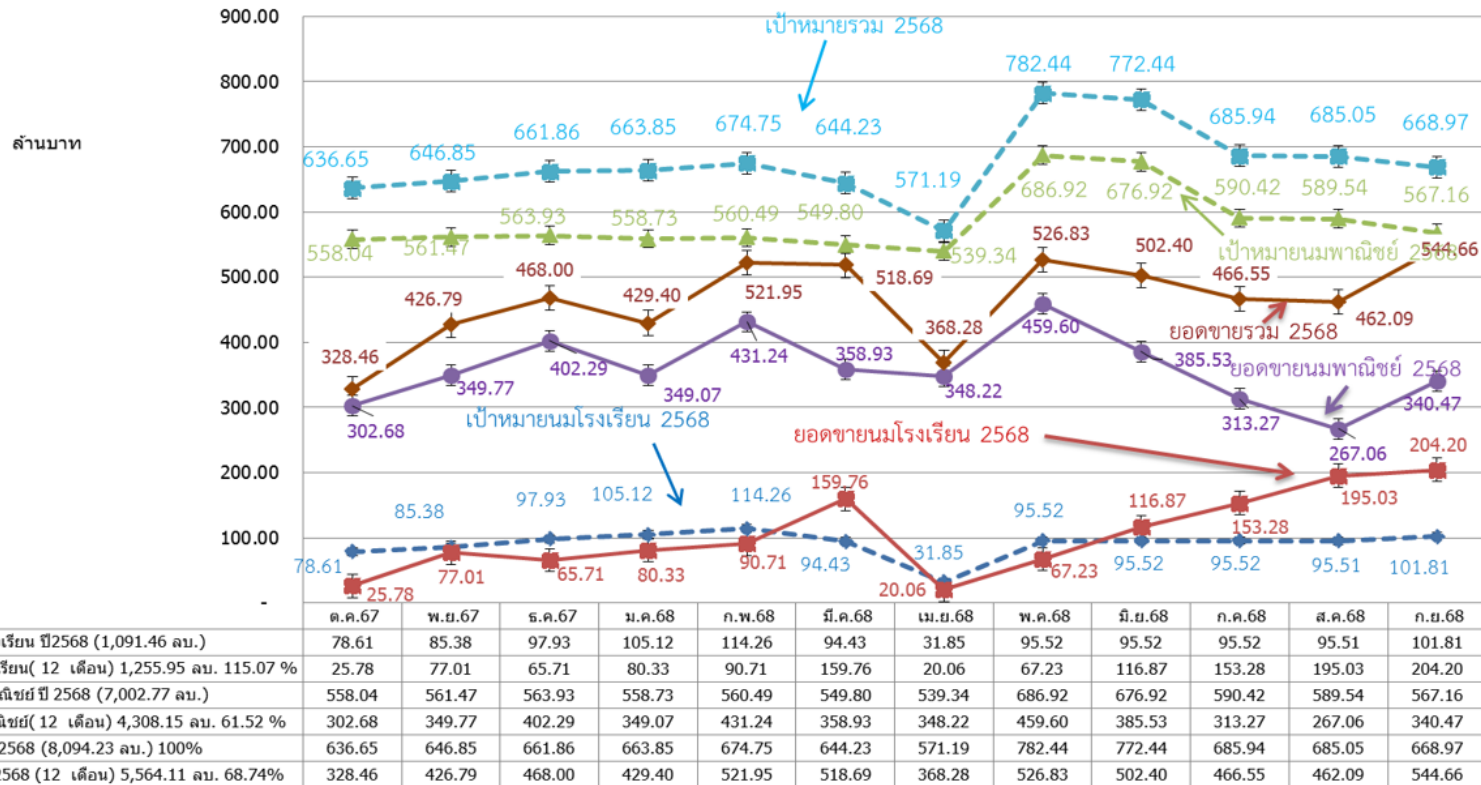
เป้าหมาย/ผลดำเนินการ 1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568 (รายช่องทาง)

ช่องทาง	เป้าหมายปี 2568	เป้าหมายคาดการณ์ปี 2568	ก.ย.-68			สะสม (1 ตุลาคม 2567 - 30 กันยายน 2568)				
			เป้าหมาย	ยอดขาย	%เทียบผลกับเป้าหมาย	เป้าหมาย	ยอดขาย	%/เทียบเป้าหมาย	%/เทียบเป้าหมายคาดการณ์	%/เทียบเป้าหมายปี
Modern Trade (MT)	3,109.77	2,766.00	259.77	173.59	66.82	3,109.77	1,995.86	64.18	72.16	64.18
Traditional Trade (TT)	2,925.43	2,635.75	220.93	97.07	43.93	2,925.43	1,391.70	47.57	52.80	47.57
Export	476.10	756.00	40.00	11.68	29.19	476.10	242.00	50.83	32.01	50.83
SCM	1,091.46	840.00	101.81	204.20	200.57	1,091.46	1,255.95	115.07	149.52	115.07
New Product	175.77	202.25	16.46	30.70	186.51	175.77	371.51	211.36	183.69	211.36
Refrigerated Milk	315.70	360.00	30.00	27.43	91.43	315.70	307.10	97.28	85.31	97.28
รวม	8,094.23	7,560.00	668.97	544.66	81.42	8,094.23	5,564.11	68.74	73.60	68.74

# ผลดำเนินงานด้านการจำหน่าย



เป้าหมายและผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม อ.ส.ค. ปี 2568 (1 - 30 กันยายน 2568)



# ผลดำเนินงานด้านการจำหน่าย

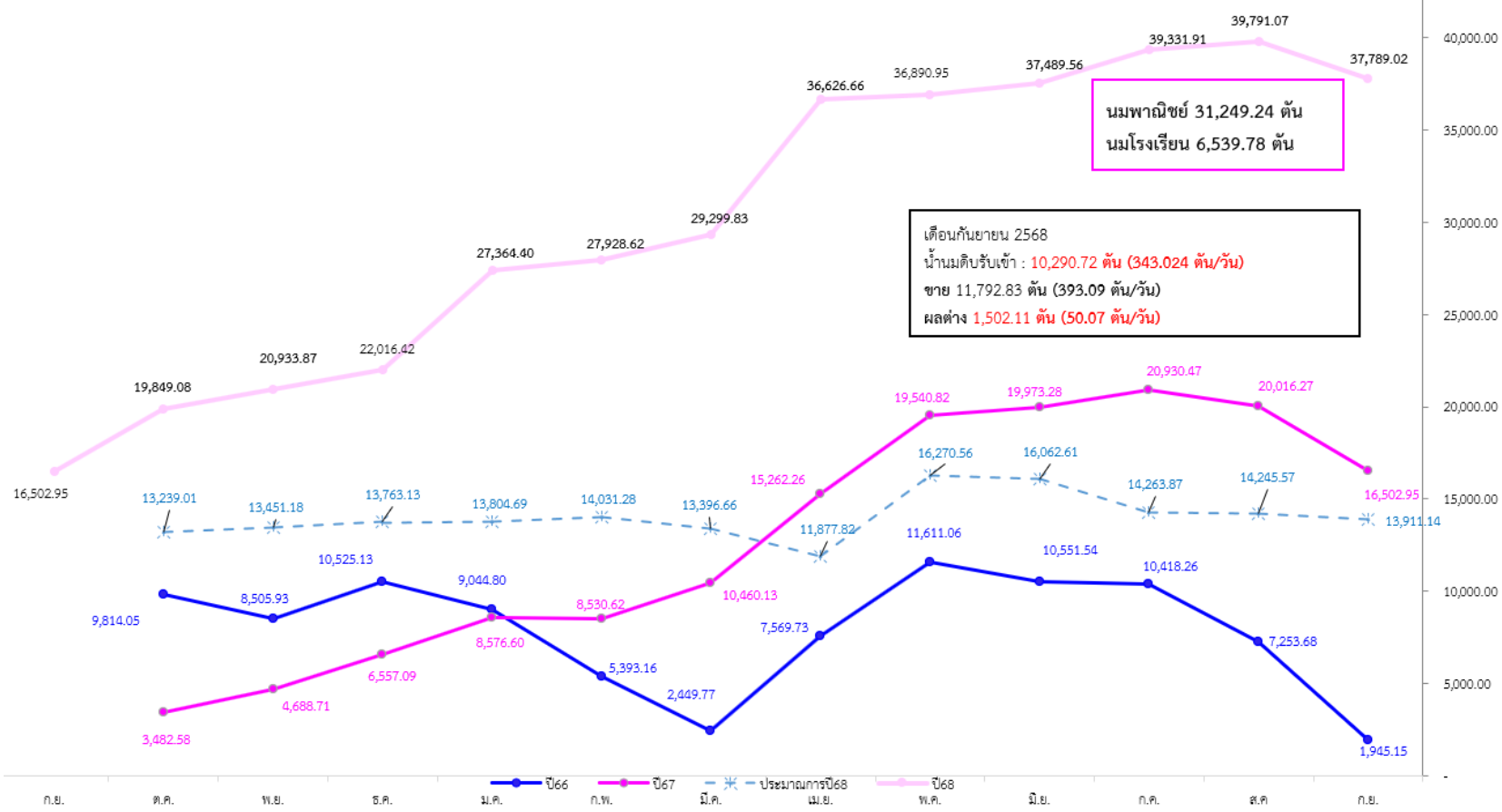


## การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม

รายการ	ตุลาคม 2567	พฤศจิกายน 2567	ธันวาคม 2567	มกราคม 2568	กุมภาพันธ์ 2568	มีนาคม 2568	เมษายน 2568	พฤษภาคม 2568	มิถุนายน 2568	กรกฎาคม 2568	สิงหาคม 2568	กันยายน 2568	รวม 12 เดือน
	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)
1. ช่องทางออนไลน์													
1.1 ช่องทางออนไลน์ (TT)	2,623,709.50	4,904,589.00	3,755,088.50	3,134,554.25	4,439,906.50	4,478,176.39	5,461,635.75	6,251,568.14	7,613,628.92	7,202,177.95	4,970,114.86	4,735,193.00	59,570,342.76
1.2 ช่องทางออนไลน์ (MT)	4,206,480.66	5,673,375.99	4,995,780.04	3,234,940.56	7,076,039.98	3,774,184.77	3,942,127.48	7,877,573.16	4,424,074.01	3,092,991.63	5,218,637.42	7,051,969.99	60,568,175.69
1.3 LIVE			22,347.00	47,073.00	50,877.00	76,020.00	48,957.00	60,830.00	67,119.00	75,343.00	71,698.00	45,077.00	565,341.00
2. การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ใน 7-11													
2.1 เมอิล 3 รส จืด หวาน ซ็อก	1,248,996.44	996,116.82	1,120,519.32	997,482.93	956,657.68	971,120.38	1,132,819.00	997,035.02	840,649.52	1,174,861.84	1,069,169.20	1,088,927.12	12,594,355.27
2.2 เมอิลกาแฟลัส					7,103,002.88	3,357,460.48	3,821,103.20	4,610,721.56	4,734,940.56	3,904,574.45	3,863,034.62	8,722,988.25	40,117,826.00
รวม	8,079,186.60	11,574,081.81	9,893,734.86	7,414,050.74	19,626,484.04	12,656,962.02	14,406,642.43	19,797,727.88	17,680,412.01	15,449,948.87	15,192,654.10	21,644,155.36	173,416,040.72

รายงานสต็อกผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.

รายงานสต็อกผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.



# สต็อกสินค้า ณ วันที่ 30 กันยายน 2568



## 4. สต็อกและวันหมดอายุนม ยู.เอช.ที.(รวม) ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

สนง. อ.ส.ค.	คลัง 1	คลัง 2											รวม
		เดือนหมดอายุ											
		ตุลาคม 2568	พฤศจิกายน 2568	ธันวาคม 2568	มกราคม 2569	กุมภาพันธ์ 2569	มีนาคม 2569	เมษายน 2569	พฤษภาคม 2569	มิถุนายน 2569	กรกฎาคม 2569		
1.สกก.	934.63	218.26	1,529.57	2,566.49	2,770.37	76.75	2,531.60	1,186.92	3,059.75	3,917.41	3,084.50	21,876.25	
2.สกต.	226.09	0.91	18.66	6.20	-	0.25	4.45	22.19	124.95	152.42	181.26	737.38	
3.สกอ.	474.55	481.20	738.12	1,000.51	313.74	928.58	1,684.76	1,350.31	2,173.27	1,985.61	1,526.71	12,657.37	
4.สก.นล.	386.02	-	-	6.75	-	0.82	-	6.33	472.84	473.84	1,126.22	2,472.81	
5.สก.นบ.	-	-	0.55	7.78	-	-	24.69	0.02	7.93	4.24	-	45.21	
<b>รวม</b>	<b>2,021.31</b>	<b>700.37</b>	<b>2,286.90</b>	<b>3,587.73</b>	<b>3,084.11</b>	<b>1,006.40</b>	<b>4,245.50</b>	<b>2,565.78</b>	<b>5,838.72</b>	<b>6,533.52</b>	<b>5,918.68</b>	<b>37,789.02</b>	

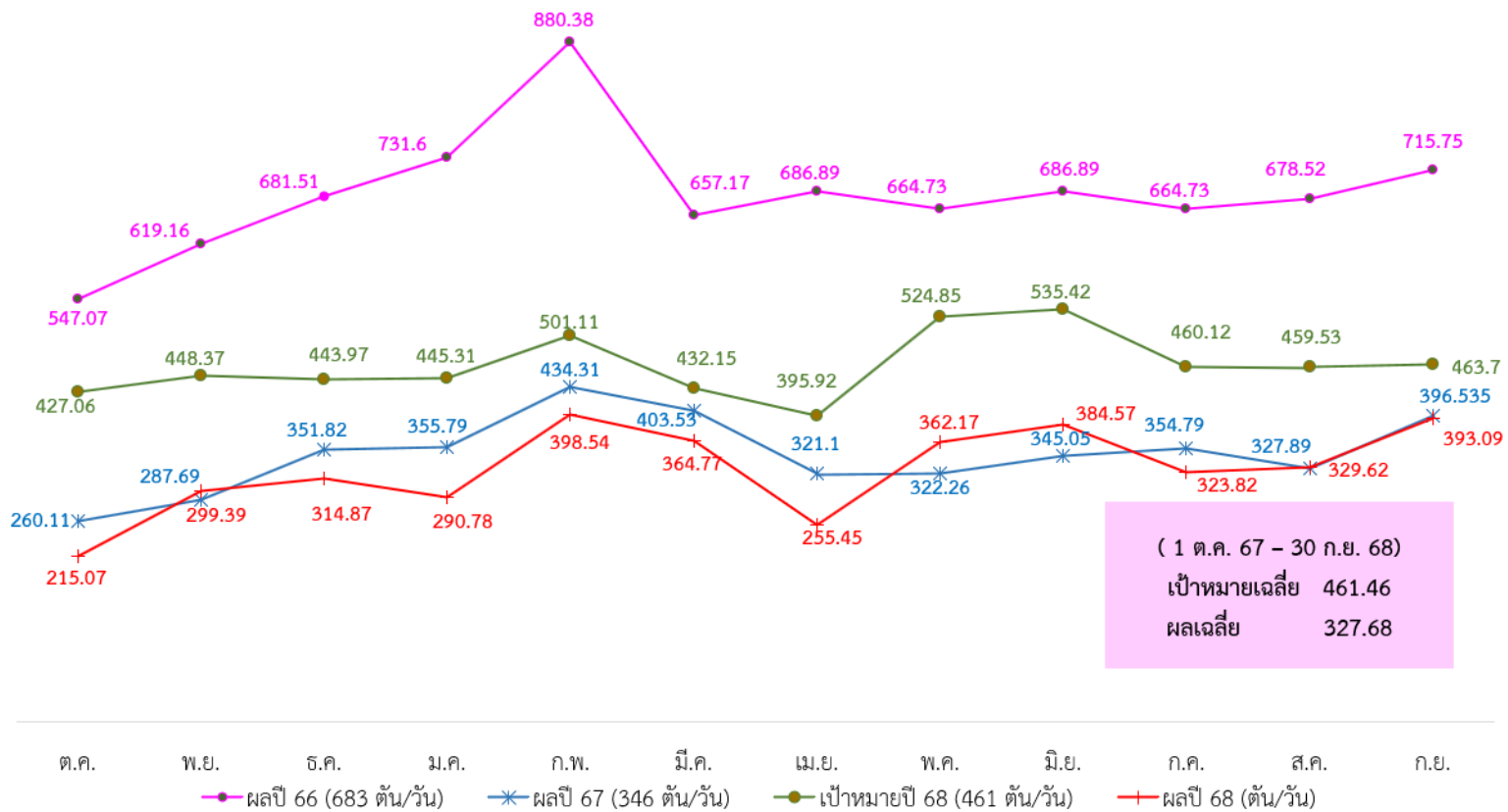
### 4.1 ผลผลิตก้นข้ามพาณิชย์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

สนง.อ.ส.ค.	คลัง 1	คลัง 2											รวม
		(คลัง 2)สีแดง	(คลัง 2) สีเหลือง				(คลัง 2) สีเขียว						
		ตุลาคม 2568	พฤศจิกายน 2568	ธันวาคม 2568	มกราคม 2569	กุมภาพันธ์ 2569	มีนาคม 2569	เมษายน 2569	พฤษภาคม 2569	มิถุนายน 2569	กรกฎาคม 2569		
1.สกก.	290.47	218.26	1,529.57	2,566.49	2,770.37	20.36	2,370.70	1,176.39	3,040.35	3,567.37	2,462.69	20,013.00	
2.สกต.	9.33	0.91	18.66	6.20	-	0.25	4.45	22.19	124.95	152.42	64.82	404.18	
3.สกอ.	474.55	481.20	738.12	1,000.51	313.74	928.58	1,677.94	1,307.78	1,308.55	697.52	573.67	9,502.17	
4.สก.นล.	115.98	-	-	6.75	-	0.82	-	6.33	298.47	254.96	629.60	1,312.91	
5.สก.นบ.	-	-	0.55	7.78	-	-	0.85	0.02	6.90	0.87	-	16.98	
<b>รวม</b>	<b>890.34</b>	<b>700.37</b>	<b>2,286.90</b>	<b>3,587.73</b>	<b>3,084.11</b>	<b>950.01</b>	<b>4,053.94</b>	<b>2,512.71</b>	<b>4,779.22</b>	<b>4,673.13</b>	<b>3,730.77</b>	<b>31,249.24</b>	
<b>รวมนมโชน</b>		<b>700.37</b>		<b>5,874.64</b>								<b>23,783.90</b>	

### 4.2 ผลผลิตก้นข้ามโรงเรียน ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

สนง. อ.ส.ค.	คลัง 1	คลัง 2											รวม
		(คลัง 2)สีแดง				(คลัง 2) สีเขียว							
		ตุลาคม 2568	พฤศจิกายน 2568	ธันวาคม 2568	มกราคม 2569	กุมภาพันธ์ 2569	มีนาคม 2569	เมษายน 2569	พฤษภาคม 2569	มิถุนายน 2569	กรกฎาคม 2569		
1.สกก.	644.16	-	-	-	-	56.39	160.91	10.54	19.40	350.04	621.81	1,863.25	
2.สกต.	216.76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	116.43	333.20	
3.สกอ.	-	-	-	-	-	-	6.82	42.54	864.72	1,288.09	953.04	3,155.20	
4.สก.นล.	270.04	-	-	-	-	-	-	-	174.36	218.88	496.62	1,159.90	
5.สก.นบ.	-	-	-	-	-	-	23.84	-	1.02	3.37	-	28.23	
<b>รวม</b>	<b>1,130.97</b>					<b>56.39</b>	<b>191.56</b>	<b>53.07</b>	<b>1,059.50</b>	<b>1,860.39</b>	<b>2,187.90</b>	<b>6,539.78</b>	
<b>รวมนมโชน</b>												<b>5,408.81</b>	

# ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม อ.ส.ค. ปี 66 – 68 ( 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68) ตัน/วัน



ยอดขายประจำวันที่ 1-30 เดือนกันยายน ปี 2568

ยอดขายประจำวันที่ 1-30 เดือน กันยายน ปี 2568 (เป้าหมาย 8,094.23 ลบ. MOU 461 ตัน/วัน)

ช่องทาง	หน่วย : ล้านบาท					Per Day	18.13	ประมาณการ
	เป้าหมายงบประมาณ	เป้าหมายประมาณการ	ยอดขาย	ร้อยละผลงานของงบประมาณ	ร้อยละผลงานของประมาณการ			
Modern Trade	259.77	190.00	173.60	66.83	91.37			
Traditional Trade	220.93	122.54	97.01	43.91	79.16			
Export	40.00	12.00	11.68	29.21	97.36			
SCM	101.81	146.00	203.59	199.97	139.44			
UHT_SCM	88.65		187.04					
Past_SCM	13.16		16.54					
New Product	16.46	16.46	30.70	186.52	186.52			
Lactose Free (UHT)	8.55		6.30					
UHT OMEGA PLUS	6.49		24.39					
Organic Past+Yoghurt Organic	0.49		-					
Drinking Yoghurt Mixberry	0.70		0.00					
Nutrical	-		0.64					
On Line (Top Value)			3.19					
Refrigerated milk	30.00	25.00	27.46	91.55	109.86			
SUMMARY	668.97	512.00	544.04	81.33	106.26	Per Day	18.13	ประมาณการ
REMAINING								512.00

หมายเหตุ: ยอดขายอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับ วันและเวลาในการเรียก EHP

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (นักวิชาการระดับ 6)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
กิจกรรมส่งเสริมองค์กรคุณธรรม ของฝ่ายการตลาดและการขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	ครั้ง	1	เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568 ฝ่าย การตลาดและการขาย (ฝ.กต.) ได้จัด กิจกรรมประกาศเจตนารมณ์ และลงนาม บันทึกข้อตกลง (เจตจำนง) และแสดง สัญลักษณ์ต่อการทุจริตของ ฝ.กต. ร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็น องค์กรคุณธรรม โดยยึดมั่นในหลักธรรม ทางศาสนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง วิถีวัฒนธรรมไทย และคุณธรรม 5 ประการ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา กตัญญู โดยมีผู้บริหารและพนักงานเข้า ร่วมกิจกรรม	100	
	ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	“ฝ่ายการตลาดฯ ร่วมใจแต่งกายชุดวัน จันทร์”	100	
	ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	“ฝ่ายการตลาดฯ ร่วมใจใส่ผ้าไทยทุกวัน อังคาร” เพื่อสืบสานวัฒนธรรมไทยและ ส่งเสริมความเป็นไทย	100	
	ครั้ง	1	ฝ่ายการตลาดและการขาย มีการกำหนด เป้าหมายจาก “ปัญหาที่อยากแก้ ความ ดีที่อยากทำ” ที่สอดคล้องกับหลักธรรม ทางศาสนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง วิถีวัฒนธรรมไทย และคุณธรรม 5 ประการ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา กตัญญู ฝ่ายการตลาดและการขาย จึง ได้จัดกิจกรรม “ตลาดนัด BKK On The Ground ครั้งที่ 3” เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2568	100	

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกบริหารการตลาด)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1.จัดทำแผนแม่บทด้านการตลาดประจำปีงบประมาณถัดไป	ครั้ง	1	ดำเนินการทบทวนแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี 2566-2570 (สำหรับปี 2569) ร่วมประชุม/อบรมและ Work shop ถ่ายทอดให้ความรู้และทบทวนแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี2569 ตามหลักเกณฑ์การประเมินและผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจใหม่เป็นในทิศทางเดียวกัน ทุกสำนักงานภาค ติดตามรายงานผลการดำเนินการ <a href="https://docs.google.com/Enablers">https://docs.google.com/Enablers</a> 8 ปี2568	100	
2. ทบทวนคู่มือการปฏิบัติงานประจำปี	ครั้ง	1	ทำบันทึกรวบรวมทบทวนตามแผนปฏิบัติการแผนงาน ผกต.ให้เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนด	100	
3. จัดประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม	ครั้ง	10	จัดบันทึกการประชุมเอกสารระเบียบวาระการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม พร้อมเก็บรวบรวมรายงานที่เกี่ยวข้อง	100	11 ครั้ง
4. จัดทำระเบียบวาระ 4.1 เรื่องรายงานผลการดำเนินงานด้านปริมาณน้ำนมดิบรับเข้าผลิตจริงและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม อ.ส.ค.	ครั้ง	10	จัดเตรียมเอกสารระเบียบวาระอนุกรรมการบริหารงาน อ.ส.ค. ตรงตามแผนงานที่กำหนด	100	12 ครั้ง
5. จัดทำระเบียบวาระ 5.1 เรื่องรายงานผลการดำเนินงานด้านปริมาณน้ำนมดิบรับเข้าผลิตจริงและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม อ.ส.ค.	ครั้ง	10	จัดเตรียมเอกสารระเบียบวาระคณะกรรมการ อ.ส.ค.	100	10 ครั้ง
6.รายงานข้อมูลการจำหน่าย	รายงาน	20	ส่งรายงานบันทึกข้อมูลการจำหน่ายพร้อม E-mail.	100	

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
7. รายงานข้อมูลต้นทุน	รายงาน	10	ทำบันทึกข้อมูลจัดเก็บรวบรวม ประจำทุกเดือนตามแผนงานครบถ้วน	100	
8. รายงานข้อมูลน้ำมันดิบ	รายงาน	10	ทำบันทึกรายงานข้อมูลน้ำมันดิบประจำทุกเดือนตามแผนงานที่กำหนดพร้อม E-mail.	100	
9. รายงานสต็อกประจำวัน/สัปดาห์	รายงาน	40	จัดทำบันทึกรายงานสต็อกประจำวัน/สัปดาห์พร้อม E-mail. เป็นไปตามแผนที่กำหนด	100	
10. รายงานประเมินผลรัฐวิสาหกิจ	รายงาน	1	รวบรวมข้อมูลเพื่อรายงานตามหลักเกณฑ์ประเมินรัฐวิสาหกิจ	100	
11. รายงาน KPI	รายงาน	2	กำหนดแผนงานตามหัวข้อ KPI ที่ได้รับและรายงานผล	100	

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกสื่อสารการตลาด)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1. จัดทำแผนสื่อสารการตลาด ปีงบประมาณถัดไป	ครั้ง	1	แผนการตลาดและงบประมาณประจำปี เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	100	
2. งานกำหนดกลยุทธ์และวางแผนตราสินค้า และตำแหน่งของสินค้า	ครั้ง	1	รวบรวมข้อมูล เอกสารการขออนุมัติต่างๆ เพื่อประกอบการวิเคราะห์เกี่ยวกับแผนการตลาด กลยุทธ์ วางแผนตราสินค้า และตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	100	
3. ศึกษาวิจัยผู้บริโภค การทดสอบภายใน และการทดสอบกับผู้บริโภค	ครั้ง	1	ผลทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และทดสอบความพึงพอใจรสชาติใหม่ๆ	100	
4. งานรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคนม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร	ครั้ง	1	งานรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคนมเนื่องในวันตีมนมโลก (World Milk Day) วันที่ 1 มิถุนายน ของทุกปี	100	
5. งานสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC) เพื่อสนับสนุนและสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาด และการขาย	ครั้ง	1	กิจกรรมสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย และควบคุมการผลิตสื่อ การใช้สื่อประเภทต่างๆ	100	
6. งานกิจกรรมการตลาดด้าน Sport Marketing	ครั้ง	1	กิจกรรมสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย และควบคุมดูแลการผลิตสื่อ การใช้สื่อประเภทต่างๆ ผ่านสโมสร สมาคม หรือการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ	100	
7. งานด้านเอกสารยื่น อย. และเอกสารรับรองระบบต่างๆ	ครั้ง	1	การขอ/การต่ออายุ เอกสารรับรองเอกสารใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของ อ.ส.ค.	100	
8. งานจัดทำนิติกรรมสัญญา	ครั้ง	1	สัญญา/นิติกรรม/ใบสั่งจ้าง ของโครงการต่างๆ	100	
9. งานควบคุมพัสดุ	ครั้ง	1	งานควบคุมพัสดุ	100	

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกลยุทธ์สัมพันธ์)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1. งานบริหารจัดการ/ดูแลรับข้อร้องเรียนลูกค้าและผู้บริโภคทุกช่องทาง	100	100	ได้ดำเนินการบริหาร จัดการแก้ไขข้อร้องเรียนได้ครบถ้วน 100%	100	เป็นภารกิจหลักในการบริหารจัดการและแก้ไขข้อร้องเรียนนมเสื่อมสภาพก่อนวันหมดอายุ
2. งานกรอกข้อมูลบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของแผนกประจำทุกเดือน	12	12	ได้กรอกข้อมูลครบถ้วนทันตามกำหนดเวลา จัดการแก้ไขครบ 100%	100	เป็นภารกิจในการบริหารจัดการองค์กรทุกๆ เดือน
3. รายงานสรุปข้อมูลนำเสนอประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นมวาระ 5.1 ลูกค้าร้องเรียนรายย่อยประจำทุกเดือน	12	12	นำเสนอประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นมในที่ประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตวาระ 5.1 ประจำทุกเดือน	100	เป็นภารกิจในการบริหารจัดการองค์กรทุกๆ เดือน
4. งานกรอกข้อมูลกำกับดูแลตัวชี้วัด KPI ของแผนกให้เป็นไปตามเป้าหมาย	12	12	ได้ดำเนินการบริหาร จัดการแก้ไขครบ 100%	100	เป็นภารกิจในการบริหารจัดการองค์กรทุกๆ เดือน
5. แผนการปรับปรุงคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้านมไทย-เดนมาร์ค ประจำปี 2568	1	100	ได้ดำเนินการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานและมอบทีมลูกค้าสัมพันธ์ประจำสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาคเพื่อปฏิบัติตาม	100	เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนนมไทย-เดนมาร์ค เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนบนเว็บไซต์ อ.ส.ค.
6. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการและ Work Shop หลักสูตร “การเสริมสร้างความพร้อมในการรับข้อร้องเรียนของลูกค้า” ภายใต้โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี 2566-2570 (สำหรับปี 2568)	1	100	ได้ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการและ Work Shop หลักสูตร “การเสริมสร้างความพร้อมในการรับข้อร้องเรียนของลูกค้า” ภายใต้โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี 2566-2570 (สำหรับปี 2568) ให้กับทีมลูกค้าสัมพันธ์ประจำสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาคเพื่อปฏิบัติ	100	เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้เป็นรูปแบบในการแก้ไขข้อร้องเรียนให้กับลูกค้าในทิศทางเดียวกัน

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
7. แผนการปรับปรุงกฎบัตรการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้านมไทย-เดนมาร์ก ประจำปี 2568	1	100	ได้ดำเนินการปรับปรุงกฎบัตรการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้านมไทย-เดนมาร์ก ประจำปี 2568	100	เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนนมไทย-เดนมาร์ก เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนบนเว็บไซต์ อ.ส.ค.
8. งานวางบิลการซื้อ-ขายผลิตภัณฑ์นมให้กับ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัดและบริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	12	100	วางบิลการซื้อ-ขายผลิตภัณฑ์นมให้กับ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด และ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ประจำทุกวันพุธและวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือน	100	วางบิลการซื้อ-ขายผลิตภัณฑ์นมให้กับ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัดและ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ณ สำนักงานใหญ่ประจำทุกวันพุธและวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือน

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนกบริหารการขาย)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1. กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New product) และกองโซว์	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - สร้างการรับรู้	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) และทำให้ยอดขายเพิ่ม - มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น	100	
2. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ในรูปแบบการจำหน่าย B2B และ B2C (Cash Van)	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อก - สร้างการรับรู้	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นม ทำให้ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า - มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น	100	
3. การบริหารจัดการสต็อกนมไอซ์	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อก	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นม ทำให้ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า	100	
4. กิจกรรม Road Show Thai – Denmark	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อก - สร้างการรับรู้	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นม ทำให้ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า - มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น	100	
5. กิจกรรมออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในงานต่างๆ	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อก - สร้างการรับรู้	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นม ทำให้ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า - มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น	100	
6. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมให้กับหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	% เพิ่มขึ้น	- ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อก - สร้างการรับรู้	- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์นม ทำให้ยอดขายเพิ่ม - ลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า - มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น	100	

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนการค้าภายในประเทศ)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย/เดือน	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1. การจัดรายการส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์เพื่อ ผลักดันสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภค กระตุ้นยอดขายคืนกำไรให้กับ ลูกค้า	ปี				
1.1 Tesco-Lotus : บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)	540	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 599.738 บาท โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	111.06 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.2 Go Wholsale : บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด โฮลเซลส์ จำกัด	18	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 14.327 บาท โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	79.59 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.3 Big C : บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	156	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 170.119 โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	109.05 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.4 Makro : บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)	660	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 404.896 โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	61.34 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.6 7-ELEVEN : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	600	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 541.573 บาท โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	90.26 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.5 Maxvalu : บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด	7.2	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 5.593 บาท โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	77.68 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68
1.1 TOPs : บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด	84	ล้านบาท	ผลการดำเนินงานยอดจำหน่าย 64.135 บาท โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	76.35 %	ณ วันที่ 1 ต.ค.67 - 30 ก.ย.68

แผนงานประจำตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 (แผนการค้าต่างประเทศ)

กิจกรรม/งาน	หน่วย	เป้าหมาย/เดือน	ผลงาน	%	หมายเหตุ
1. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ใน สปป. ลาว ประจำปีงบประมาณ 2568	% เพิ่มขึ้น	-สร้างการรับรู้ -ส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้า - สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	-ขึ้นป้ายโฆษณา (Static Billboard) บริเวณที่มีรถสัญจรจำนวนมาก/วัน -บริหารจัดการสื่อออนไลน์ Facebook Fanpage และจัดหา Influencer ใน สปป.ลาว	100	
2. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ในประเทศกัมพูชา ประจำปีงบประมาณ 2568	% เพิ่มขึ้น	-สร้างการรับรู้ -ส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้า - สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	-บริหารจัดการสื่อออนไลน์ Facebook Fanpage และจัดหา Influencer ในประเทศกัมพูชา	100	
3. โครงการจัดทำสินค้าพรีเมียมเพื่อส่งเสริมการขายสำหรับตลาดต่างประเทศ	% เพิ่มขึ้น	-เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคหน่วยสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ -เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คในตลาดต่างประเทศ	-จัดทำสินค้าพรีเมียม Thai-Denmark ประกอบด้วยเสื้อยืดและผ้าอเนกประสงค์	100	

ผลการดำเนินงานโครงการเชิงยุทธศาสตร์ 7 โครงการ ดังนี้

ลำดับ	โครงการเชิงยุทธศาสตร์	ผลการดำเนินงาน
1	AP11 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง (High Value Product) หรือธุรกิจที่ต่อเนื่อง	100%
2	AP13 โครงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย ผ่าน Digital Marketing	100%
3	AP14 โครงการ Top of Mind Brand การสร้างและประเมินการรับรู้แบรนด์	
4	AP15 โครงการรณรงค์การบริโภคนมของคนไทยภายในประเทศ	100%
<b>สนับสนุนโครงการเชิงยุทธศาสตร์ Enablers 8</b>		
5	Core Business Enablers หมวดที่ 4 ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ข้อย่อยที่ 2 การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Management)	100%

หมายเหตุ รายละเอียดผลการดำเนินแต่ละกิจกรรม

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1h3Ma-XLtDQFRm5HVftnwj\\_kprkl\\_9WI3I2XGZ\\_I2JAM/edit?gid=1183789315#gid=1183789315](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1h3Ma-XLtDQFRm5HVftnwj_kprkl_9WI3I2XGZ_I2JAM/edit?gid=1183789315#gid=1183789315)

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1h3Ma-XLtDQFRm5HVftnwj\\_kprkl\\_9WI3I2XGZ\\_I2JAM/edit?gid=1183789315#gid=1183789315](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1h3Ma-XLtDQFRm5HVftnwj_kprkl_9WI3I2XGZ_I2JAM/edit?gid=1183789315#gid=1183789315)

## กิจกรรม/ผลงาน/โครงการที่สำคัญ/ (นอกเหนือแผนงานประจำ)

### แผนกบริการการตลาด

1. กิจกรรม/งาน : โครงการขออนุมัติจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้า ปี 2566-2570 (สำหรับปี 2568)

ใช้งบประมาณ 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

### วัตถุประสงค์

เพื่อนำข้อมูลผลสำรวจประเมินความพึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ประจำปี 2568 มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การวางแผนการตลาดและการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ในปัจจุบันทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงการจัดเตรียมความพร้อมในด้านข้อมูลเอกสารและแผนการดำเนินการ ให้ตอบโจทย์ในแนวทางเกณฑ์การประเมินผล Enablers ที่ได้รับ ให้ถูกต้องครบถ้วน และยังคงรักษาระดับคะแนนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันตามนโยบายผู้บริหารต่อไป

1. เป็นการจัดการความสัมพันธ์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ
2. เป็นการบริหารจัดการความเสี่ยง ภาพลักษณ์และความโปร่งใสให้องค์กร
3. เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าทุกกลุ่ม
4. สร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด ผลกระทบเชิงบวก เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
5. ลดความเสี่ยงและผลกระทบเชิงลบทางสังคม ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบ

ที่เกี่ยวข้อง

6. สามารถคงความเป็นผู้นำในตลาดสินค้านมพร้อมดื่มและรักษาความเชื่อมั่นในแบรนด์ได้อย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

### เป้าหมายการดำเนินงาน

หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Core Business Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ หลักเกณฑ์การประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า สำหรับการประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าของรัฐวิสาหกิจ ในส่วนของ Module 2: การมุ่งเน้นลูกค้า ประกอบด้วยหลักสำคัญ ดังนี้

1. การจัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด
  - 1.1) ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด
2. การจำแนกลูกค้าและตลาดเป้าหมาย
  - 2.1) การจำแนกลูกค้า
3. การรับฟังลูกค้าในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต
  - 3.1) การรับฟังลูกค้า
  - 3.2) การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน

4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 4.1) การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
5. การสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
  - 5.1) การสนับสนุนลูกค้า
  - 5.2) การสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
  - 5.3) การจัดการข้อร้องเรียน

ระดับ	มีหลักเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ดังนี้
ระดับที่ 1	รัฐวิสาหกิจมีแนวทางการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจ โดยมีวิธีการประเมิน รวบรวมข้อมูล และรายงานผลการประเมินที่มีความน่าเชื่อถืออย่างเหมาะสม
ระดับที่ 2	รัฐวิสาหกิจมีการวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นของรัฐวิสาหกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพันและภาพลักษณ์ของรัฐวิสาหกิจ อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้า และส่วนตลาดรัฐวิสาหกิจศึกษาปัจจัยความต้องการ ความคาดหวังที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าครบถ้วนตามกลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด ตลอดจนมีแนวทางดำเนินการให้ได้มาซึ่งสารสนเทศด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อรัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคู่แข่งหรือที่มีต่อ คู่เทียบในบริบทการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน
ระดับที่ 3	รัฐวิสาหกิจกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับควบคุม ติดตาม เพื่อให้การประเมินความพึงพอใจความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน เป็นไปตามรูปแบบความถี่ และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดและดำเนินการติดตามการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก รัฐวิสาหกิจเพื่อให้การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพัน บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด
ระดับที่ 4	สารสนเทศที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน สะท้อนประสิทธิผลการดำเนินงานในการตอบสนองความต้องการความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์และบริการการสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน ภาพลักษณ์ ฯลฯ ของลูกค้าที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ รัฐวิสาหกิจนำผลที่ได้จากการประเมินด้านความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าตลอดจนสารสนเทศอื่นๆ ที่ได้จากการสำรวจไปใช้เป็นปัจจัยนำเข้าในการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดการพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ และกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองลูกค้าได้ตามความต้องการ และเหนือกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง และเพิ่มความผูกพันให้กับลูกค้า
ระดับที่ 5	รัฐวิสาหกิจประเมินประสิทธิผลของแนวทางการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันโดยพิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ เช่นความเหมาะสมของระเบียบวิธีวิจัย ความครอบคลุมของประเด็นในการสำรวจ ความเหมาะสมของการสุ่มตัวอย่างความเที่ยงตรง/น่าเชื่อถือของผลสำรวจ และร้อยละการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น ตลอดจนนำผลที่ได้จากการประเมินประสิทธิผลไปเรียนรู้ และจัดการความรู้ เพื่อนำไปปรับปรุงและทำนวัตกรรม โดยมีการจัดเก็บความรู้และนวัตกรรมที่ได้ลงระบบดิจิทัล

1. ดำเนินการทบทวนแบบสอบถามและข้อมูลสำหรับลูกค้าไทย-เดนมาร์ก
  - 1.1) สํารวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันและทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 1.3) การเตรียมความพร้อมเปิดเสรีทางการค้า (Free Trade Area)
  - 1.4) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ดำเนินการทบทวนแบบสอบถามและข้อมูลสำหรับลูกค้าคู่แข่งไทย-เดนมาร์ก(ลูกค้าแบรนด์อื่น ๆ)
  - 2.1) พฤติกรรมการเลือกซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 2.2) ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 2.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันและทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการ
  - 2.4) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. จัดทำเล่มเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจฯ 2 ปีย้อนหลังสรุปผลสำรวจประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ปี 2568 (เล่มสี จำนวน 15 เล่ม)
4. จัดประชุม/อบรมและ Work shop เพื่อนำเสนอผลการสำรวจความพึงพอใจความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ปี 2568 ให้กับผู้บริหาร อ.ส.ค.และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการตลาดและการขาย จำนวน 60 ท่าน

#### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ผลสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ปี ๒๕๖๘ นำมาใช้วิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพันและภาพลักษณ์ขององค์กร อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้า อันเป็นการสะท้อนประสิทธิภาพของการดำเนินงานในการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รับเพื่อปรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### ระยะเวลา

ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

# รูปภาพประกอบ



## แผนกสื่อสารการตลาด

### 1. กิจกรรม/งาน : โครงการ สื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing

ใช้งบประมาณ .....1,045,000 บาท. (หนึ่งล้านบาทสี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน..)

#### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ให้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์ก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในช่องทางออนไลน์ได้
- 2) ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในแบรนด์นมไทย-เดนมาร์ก
- 3) เพื่อกระตุ้นยอดขายให้ลูกค้าเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นมจากกิจกรรมโปรโมชัน/ส่วนลด/ส่วนแถม

#### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) ผลิตและเผยแพร่ Content เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และกิจกรรมทางการตลาดผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ Facebook, Instagram, Line OA
- 2) ตอบคำถามลูกค้า กรณีสอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ข้อมูลการจำหน่าย การร้องเรียนผลิตภัณฑ์นมเสื่อมสภาพ และปัญหาด้านอื่นๆ
- 3) ชื้อสื่อโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้สื่อโฆษณานมไทย-เดนมาร์ก

ระยะเวลา : ตั้งแต่เดือน 3 มกราคม 2568 – 3 ธันวาคม 2568

#### ผลที่ได้รับ

- 1) เป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ผ่านทางออนไลน์
- 2) สร้างการรับรู้ให้กับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นมของลูกค้า
- 3) ลูกค้าเกิดความประทับใจ และช่องทางมีอัตราการโต้ตอบกับลูกค้า 100%

#### รูปภาพประกอบ



## 2. กิจกรรม/งาน:โครงการ สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และจัดกิจกรรม School Visit

ใช้งบประมาณ 2,490,000 บาท (...สองล้านสี่แสนเก้าหมื่นบาทถ้วน...)

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ให้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์ก เป็น Top of Mind
- 2) เพื่อประชาสัมพันธ์นมไทย-เดนมาร์กในช่องทางทีวีและออนไลน์
- 3) เพื่อให้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์กสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้ตรงตาม Life Style คนยุคใหม่

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) ยื่นขออนุญาตจัดทำสโปตและคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์นมไทย-เดนมาร์ก
- 2) ถ่ายทำสโปตและคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์นมไทย-เดนมาร์ก ความยาวไม่น้อยกว่า 15 หรือ 30 วินาที
- 3) เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ตทีวี สื่อสังคมออนไลน์

ระยะเวลา : ตั้งแต่วันที่ 3 มกราคม 2568 – 2 มกราคม 2569

### ผลที่ได้รับ

- 1) เกิดการรับรู้ให้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์ก เป็น Top of Mind
- 2) ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในแบรนด์นมไทย-เดนมาร์ก
- 3) แบรนด์นมไทย-เดนมาร์กสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้ตรงตาม Life Style คนยุคใหม่

### รูปภาพประกอบ



3. กิจกรรม/งาน : โครงการ ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568 (World Milk Day 2024)

ใช้งบประมาณ .....

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ให้แบรนด์นมไทย-เดนมาร์ค เป็น Tops of Mind
- 2) ร่วมรณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคนมมากขึ้น
- 3) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกับกรมปศุสัตว์ และองค์การภาคีเครือข่าย ในการรณรงค์บริโภคนม

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) จัดทำแนวคิดกลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568 (World Milk Day 2025) โดยจัดกิจกรรมรณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคนมเพิ่มมากขึ้นต่อไป
- 2) ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568 (World Milk Day 2025)
- 3) จัดกิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568 (World Milk Day 2025) ในวันที่ 1 มิถุนายน 2568
- 4) รวบรวมสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันตีมนมโลก ประจำปี 2568

ระยะเวลา : วันที่ 31 พฤษภาคม 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) คนไทยเห็นความสำคัญของการตีมนมโคสดแท้ 100% ไม่ผสมนมผง ในทุกเพศทุกวัย
- 2) ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ความเข้าใจถึงคุณประโยชน์การตีมนม
- 3) สร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้แก่ผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย

### รูปภาพประกอบ



4. กิจกรรม/งาน : ประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค 2025 Thailand's Most Admired Brand ทาง นิตยสาร BrandAge และ BrandAge Online  
ใช้งบประมาณ 300,000 บาท (สามแสนบาทถ้วน....)

#### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

1. เพื่อสื่อสารแบรนด์ “นมไทย-เดนมาร์ค” เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ทำให้เกิดการรับรู้และเกิด Admired Brand รวมทั้งต่อยอดแบรนด์นมไทย-เดนมาร์ค นมโคแท้ 100% และเป็นอันดับ 1 ในหมวด “สินค้าบริโภค” กลุ่ม “นมพร้อมดื่มยูเอชที”
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร อันจะนำมาซึ่งการเผยแพร่ชื่อเสียง และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ นมไทย-เดนมาร์ค ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อตอบรับผลการวิจัย นำไปสู่ผลคะแนนของโครงการเชิงยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ 2568 ในหัวข้อ TOP of MIND BRAND

#### ขอบเขตการดำเนินงาน

1. จัดทำประเด็นคำถาม นัดหมาย และสัมภาษณ์ผู้บริหาร อ.ส.ค. เกี่ยวกับผลรางวัลที่ อ.ส.ค. ได้คะแนนมาเป็นอันดับ 1 ในหมวด “สินค้าบริโภค” กลุ่ม “นมพร้อมดื่มยูเอชที” ของรางวัล Thailand Most Admired Brand ประจำปี 2025 และรางวัลพิเศษ Thai Brand Award พร้อมถ่ายภาพผู้บริหาร อ.ส.ค. (ถ้ามี)
2. นำเนื้อหาที่ได้สัมภาษณ์ผู้บริหาร อ.ส.ค. มาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้
  - 2.1 Advertorial เนื้อในเต็มหน้าสี่สี ลงในนิตยสาร BrandAge จำนวน 4 หน้า (2รางวัล/ใช้เผยแพร่ครั้งละ 2 หน้า)
  - 2.2 Photo Quote ใน Facebook : BrandAge Online จำนวน 2 ภาพ (ใช้เผยแพร่ครั้งละ 1ภาพ)
  - 2.3 VDO สั้น (1-2 นาที) ลงใน TikTok “BrandAge Online” ในประเด็นเดียวกับที่ตีพิมพ์
3. นำส่งสื่อประชาสัมพันธ์ให้ อ.ส.ค. พิจารณาก่อนเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆ
4. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยตีพิมพ์ในนิตยสาร BrandAge ลงในเว็บไซต์ [www.brandage.com](http://www.brandage.com) และช่องทาง Facebook : BrandAge Online มีรายละเอียด ดังนี้
  - 4.1 เผยแพร่ Advertorial เนื้อในเต็มหน้าสี่สี ลงในนิตยสาร BrandAge ครั้งละ 2 หน้า จำนวน 2 ครั้ง (รวมทั้งหมด 4 หน้า)
  - 4.2 เผยแพร่ Advertorial เนื้อหาเดียวกับที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร BrandAge ลงในเว็บไซต์ [www.brandage.com](http://www.brandage.com) และช่องทาง Facebook : BrandAge Online จำนวน 2 ครั้ง
  - 4.3 เผยแพร่ Photo Quote ผ่านช่องทาง Facebook : BrandAge Online จำนวน 1 ครั้ง
  - 4.4 เผยแพร่สื่อโฆษณาไทย-เดนมาร์ค เนื้อในเต็มหน้าสี่สี ลงในนิตยสาร BrandAge 1 หน้า

4.5 เผยแพร่สื่อโฆษณาบนไทย-เดนมาร์ค ตำแหน่ง Top Banner บน [www.brandage.com](http://www.brandage.com) (ขนาด 1200 x 480 Pixels) จำนวนไม่น้อยกว่า 30 วัน

4.6 VDO สั้น (1-2 นาที) ลงใน TikTok “BrandAge Online” จำนวน 1 ครั้ง

5.5 เข้าร่วมงานมอบรางวัล 2025 Thailand’s Most Admired Brand เพื่อรับโล่ประกาศเกียรติคุณรางวัลพิเศษ และประกาศนียบัตร “2025 Thailand’s Most Admired Brand”

5.6 ส่งมอบงานประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ทางนิตยสาร BrandAge และBrandAge Online ให้แก่ อ.ส.ค.

**ระยะเวลา :** กุมภาพันธ์ 2568 - มิถุนายน 2568

### ผลที่ได้รับ

1. เกิดการรับรู้และเกิด Admired Brand รวมทั้งต่อยอดแบรนด์นมไทย-เดนมาร์ค นมโคแท้ 100% และเป็นอันดับ 1 ในหมวด “สินค้าบริโภค” กลุ่ม “นมพร้อมดื่มยูเอชที”

2. เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร อันจะนำมาซึ่งการเผยแพร่ชื่อเสียง และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ นมไทย-เดนมาร์ค ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

### รูปภาพประกอบ



<https://www.brandage.com/article/42496><https://www.brandage.com/article/42019>

## 5. กิจกรรม/งาน : โครงการ Live Streaming เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่าน E-Commerce Platform

ใช้งบประมาณ .....บาท

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค
- 2) เพื่อเพิ่มสายผลิตภัณฑ์รองรับธุรกิจมิลค์แลนด์ รวมถึงมีจำหน่ายในช่องทางธุรกิจคาเฟ่

### ขอบเขตการดำเนินงาน

1. จัดทำแผนดำเนินการ Live Streaming เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คผ่าน E-Commerce Platform และตั้งเป้าหมายของยอดขายจำหน่าย ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ของแต่ละ Platform
2. ดำเนินการสมัครร้านค้าทางการ (Official Mall) บนช่องทาง E-Commerce Platform ใช้สำหรับร้านค้าที่มีการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัท และเป็นเจ้าของแบรนด์หรือตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ โดยดำเนินการจดทะเบียนผ่าน E-Commerce Platform และสร้างรายการสินค้า/ราคาภายใน E-Commerce Platform นั้นๆ
3. การจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับ Live Streaming
  - 1) อุปกรณ์ถ่ายภาพ เช่น ขาตั้งกล้อง แทนหมุนถ่ายวัตถุ
  - 2) อุปกรณ์ฉากหลัง เช่น Roll – Up Background พร้อมโครง
  - 3) อุปกรณ์แสง เช่น ไฟ LED ไฟสตูดิโอ
  - 4) อุปกรณ์เสียง เช่น ไมค์โครโฟนไร้สาย
4. จัดเตรียมสถานที่สำหรับ Live Streaming พร้อมตกแต่งให้สวยงาม แสดงถึงเอกลักษณ์ของนมไทย-เดนมาร์ค
5. ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าไทย-เดนมาร์คออนไลน์ ในรูปแบบต่างๆที่เหมาะสมกับ E-Commerce Platform นั้นๆ พร้อมทั้ง เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าไทย-เดนมาร์คออนไลน์ในช่องทางอื่นๆของนมไทย-เดนมาร์ค เพื่อสร้างการรับรู้ช่องทางการขายใหม่ของ อ.ส.ค.
6. การจัดเตรียมวัสดุหีบห่อสำหรับแพ็คเกจสินค้า เพื่อจัดส่งพัสดุให้แก่ลูกค้า และเป็นวัสดุหีบห่อต่างๆที่สามารถช่วงลดความเสี่ยงในการเกิดความเสียหายระหว่างขนส่ง เช่น กล่องลูกฟูกแบบหนา, บับเบิลห่อ, เทปกาวย, สติกเกอร์หน้ากล่องและสติกเกอร์กันแตก
7. ดำเนินการ Live Streaming เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค บนช่องทาง E-Commerce Platform ในช่วงวัน และเวลาที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย

8. ดำเนินการแพ็คสินค้า และประสานจัดส่งพัสดุให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งติดตามการขนส่งจนกว่าจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์

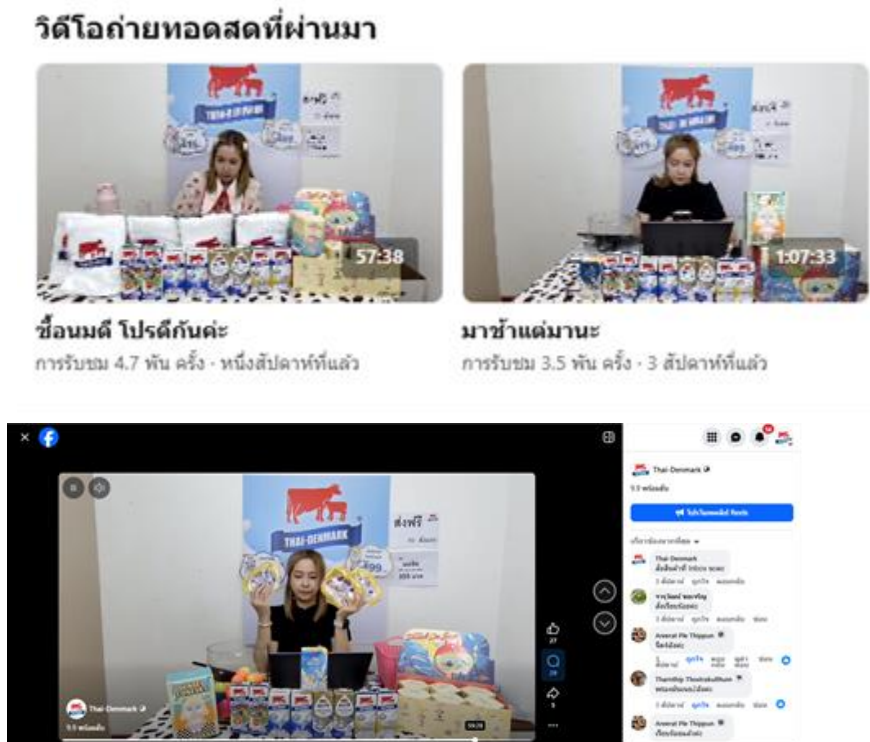
9. ดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูล (Data Base & Report) ด้านการขายและข้อมูลลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่อง E-Commerce Platform พร้อมทั้งเก็บข้อมูลการทำโปรโมชั่น เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดอย่างต่อเนื่อง

**ระยะเวลา :** ตลอดปีงบประมาณ 2568

### ผลที่ได้รับ

1. นมไทย-เดนมาร์กมีช่องทางจำหน่ายครอบคลุมในทุก E-Commerce Platform
2. บรรลุเป้าหมายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์กตามที่ได้กำหนดไว้
3. ตราสินค้าไทย-เดนมาร์กมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยมากขึ้น

### รูปภาพประกอบ



## 6. กิจกรรม/งาน : โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์กยูเอชที

ใช้งบประมาณ ...1,000,000 บาท.(หนึ่งล้านบาทถ้วน)

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้ากับกิจกรรมของนมไทย-เดนมาร์ก
- 2) เพื่อตอบแทนลูกค้า และสร้างความจงรักภักดีแก่ลูกค้า (Customer Loyalty) ที่ให้ความร่วมมือกับ

กิจกรรมของ อ.ส.ค.

- 3) เพื่อกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ในปีงบประมาณ 2568

- 4) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการบริโภคของของกลุ่มลูกค้านมไทย-เดนมาร์ก และสามารถนำไปใช้ประโยชน์

ด้านการตลาดและการขาย

### ขอบเขตการดำเนินงาน

1. การจัดทำแผนงาน และรายละเอียดการดำเนินโครงการ

1.1 จัดกิจกรรมชิงของรางวัล (รายเดือน) โดยจัดให้มีกิจกรรมชิงโชค/ลุ้นรางวัล เดือนละ 2 ครั้ง เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

- 1.2 จัดกิจกรรมชิงของรางวัล (รางวัลใหญ่) จำนวน 1 ครั้ง เป็นครั้งสุดท้ายของระยะเวลาโครงการ

1.3 ดำเนินการเตรียมเอกสาร และขออนุญาตจัดกิจกรรม (ประเภทการเสี่ยงโชค/ชิงโชค) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เสร็จสิ้นเรียบร้อยก่อนจัดกิจกรรม

2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

- 2.1 สื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Purchase Media)

2.1.1 ออกแบบสื่อโฆษณาสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Purchase Media) ที่เหมาะสมกับช่องทางการขาย เช่น สติกเกอร์โฆษณาติดลังนอก ป้าย POP-UP ณ ชั้นจำหน่ายสินค้า ป้ายแนวตั้งและแนวนอน สำหรับติด ณ ร้านค้า

- 2.1.2 ผลิตสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Purchase Media) ดังนี้

- |  |                              |
|--|------------------------------|
| 1) สติกเกอร์โฆษณาติดลังนอก                 | จำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 ชิ้น |
| 2) ป้าย POP-UP ณ ชั้นจำหน่ายสินค้า         | จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 ชิ้น  |
| 3) ป้ายโปสเตอร์แนวตั้ง สำหรับติด ณ ร้านค้า | จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น    |
| 4) ป้ายไว้นิลแนวนอน สำหรับติด ณ ร้านค้า    | จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ผืน     |
| 5) กล่องรับชิ้นส่วน                        | จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น    |

2.1.3 เผยแพร่สื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Purchase Media) ผ่านช่องทางการขายต่างๆ เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

## 2.2 สื่อออนไลน์ (Online)

2.2.1 ออกแบบหน้า Cover Photo และ Ci Frame ให้สามารถรองรับ Facebook Fanpage โดยออกแบบให้เหมาะสมกับ Concept ของโครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที

2.2.2 ออกแบบกรอบรูปภาพ หรือ Ci Frame ของโครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที

2.2.3 จัดทำอาร์ตเวิร์ค (Infographic) หรือคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที

2.2.4 สร้าง Rich Menu Template ที่มีรูปแบบสวยงาม น่าสนใจ สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์ของโครงการฯ

2.2.5 เผยแพร่ Infographic หรือคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์โครงการสะสมแต้มและชิงรางวัลเพื่อส่งเสริมการขายนมไทย-เดนมาร์ค ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อื่นๆ เช่น Facebook Instagram / Tiktok / Line และ YouTube ของ อ.ส.ค. ตลอดระยะเวลาโครงการ

2.2.6 จัดหาพื้นที่สื่อโฆษณาด้านออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น Ad , การโปรโมท, รีวิว ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนมไทย-เดนมาร์ค

2.2.7 ดูแลระบบ (Administrator) ดำเนินการบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบตอบคำถาม และให้ข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ทาง Message, Inbox และ Comment โดยกำหนดให้มี Respond Rate 100%

## 3. กิจกรรมชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการขายนมไทย-เดนมาร์ค

3.1 จัดหาสถานที่ และตกแต่งสถานที่สำหรับการจับรางวัล ในโครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที

3.2 จัดหาของรางวัลสำหรับกิจกรรมชิงรางวัลเพื่อส่งเสริมการขายนมไทย-เดนมาร์ค ไม่ต่ำกว่า 70 รางวัล โดยมีมูลค่ารวมแล้วไม่ต่ำกว่า 500,000 บาท

3.3 จัดกิจกรรมชิงของรางวัล (รายเดือน) โดยจัดให้มีกิจกรรมชิงโชค/ลุ้นรางวัล เดือนละ 2 ครั้ง เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยกำหนดให้มีการLive สด และประกาศผลผ่านช่องทาง Thai-Denmark Facebook Fanpage

3.4 จัดกิจกรรมชิงของรางวัล (รางวัลใหญ่) จำนวน 1 ครั้ง เป็นครั้งสุดท้ายของระยะเวลาโครงการ โดยกำหนดให้มีการLive สด และประกาศผลผ่านช่องทาง Thai-Denmark Facebook Fanpage

3.5 ดำเนินการส่งมอบของรางวัลให้แก่ลูกค้าทั้งหมดที่ได้รับรางวัลกิจกรรมชิงรางวัล เพื่อส่งเสริมการตลาด และการขายนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที

3.6 ดำเนินการด้านภาษีอากรตามกฎหมายระเบียบการรับรางวัลชิงโชค และออกใบเสร็จรับเงิน/ การชำระภาษีอากรให้แก่ลูกค้าลูกค้าที่ได้รับรางวัลให้ถูกต้องครบถ้วน

4. การรีไซเคิลกล่องนมยูเอชที รวบรวมกล่องนมไทย-เดนมาร์คยูเอชที ที่จัดกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว/ ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนัดหมายและนำส่งกล่องนมไทย-เดนมาร์คยูเอชทีไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือแปรรูป

5. การสรุปผลการดำเนินงานจัดทำแบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ผู้ที่ได้รับรางวัล จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด และนำเสนอการประเมินผลการดำเนินงาน ในด้านต่าง ๆ พร้อมปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะ

**ระยะเวลา :** มีนาคม 2568 - กรกฎาคม 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) ลูกค้ามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของนมไทย-เดนมาร์ค
- 2) ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) และให้ความร่วมมือกับกิจกรรมของ อ.ส.ค.
- 3) บรรลุยอดขายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ในปีงบประมาณ 2568
- 4) ได้มาซึ่งข้อมูลการบริโภคนมของกลุ่มลูกค้านมไทย-เดนมาร์ค และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการตลาด

และการขาย

### รูปภาพประกอบ



7. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมLive Streaming ประชาสัมพันธ์เครื่องตี๋มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าวผสมวิตามิน และแร่ธาตุ (ตราไทย-เดนมาร์ก นิวทริแคล) พร้อมเสวนาในหัวข้อ “ตี๋มนมอย่างไร ให้ไกลโรค”

ใช้งบประมาณ ...40,000...บาท (สี่หมื่นบาทถ้วน)

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ่าน E-Commerce Platform
- 2) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ไทย-เดนมาร์ก

### ขอบเขตการดำเนินงาน

1. ตกแต่งสถานที่ และจัดเตรียมอุปกรณ์ Live Streaming
2. กิจกรรม Live Streaming ประชาสัมพันธ์เครื่องตี๋มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าวผสมวิตามิน และแร่ธาตุ (ตราไทย-เดนมาร์ก นิวทริแคล) พร้อมเสวนาในหัวข้อ “ตี๋มนมอย่างไร ให้ไกลโรค” โดยมีรองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. (นายเทอดไชย ระลึกมูล) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทร์ ไชยกุล อาจารย์ประจำภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

3. กิจกรรม แนะนำเมนูพิเศษ จากเครื่องตี๋มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าวผสมวิตามินและแร่ธาตุ (ตราไทย-เดนมาร์ก นิวทริแคล) โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทร์ ไชยกุล อาจารย์ประจำภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และกองวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อ.ส.ค.

4. จักรางวัลผู้โชคดีที่เข้าร่วมรับชมกิจกรรม Live Streaming และจัดโปรโมชั่น สำหรับ Live Streaming

ระยะเวลา : วันที่ 28 พฤษภาคม 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ่าน E-Commerce Platform
- 2) เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ไทย-เดนมาร์ก
- 3) สร้างการรับรู้ให้กับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นมของลูกค้า
- 4) ลูกค้าเกิดความประทับใจ และช่องทางมีอัตราการโต้ตอบกับลูกค้า 100%

### รูปภาพประกอบ



## แผนบริการการขาย

1. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New product) และกองโจร

ใช้งบประมาณ : 3,000,000 บาท

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น/ เน้นย้ำลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมถึงการรณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย
- 2) เพื่อเพิ่มพื้นที่การจำหน่าย และกระจายสินค้าให้ครอบคลุม
- 3) เพื่อให้เป็นการกระตุ้นยอดขายการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product)
- 4) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ขยายกลุ่มลูกค้าของนมไทย-เดนมาร์ค ให้เพิ่มมากขึ้น
- 5) เพื่อลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค และเก็บข้อมูล

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ และขอความร่วมมือกับทุกสำนักงานภาค
- 2) ทุกสำนักงานภาค และลงพื้นที่ร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อจัดการตั้งกองโจรให้กับตัวแทนจำหน่าย/ร้านค้า
- 3) เก็บข้อมูลร้านค้าในพื้นที่รับผิดชอบ มีการรวบรวมข้อมูลเพื่อรายงาน

### ระยะเวลา

เดือนพฤศจิกายน 2567 – กันยายน 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น และสามารถรณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น
- 2) สามารถเพิ่มพื้นที่การจำหน่าย และกระจายสินค้าให้ครอบคลุม มากขึ้น
- 3) สามารถกระตุ้นให้ยอดขายนมไทย-เดนมาร์ค ของผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product)
- 4) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น
- 5) ได้ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค และได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

6. เพื่อลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค และห้าง/ร้านค้า ติดตามการขายและเก็บข้อมูลและได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด และสามารถรณรงค์ให้คนไทยหันมาบริโภคนมให้มากขึ้นได้

## รูปภาพประกอบ

ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) และการตั้งกองโชว์ให้กับตัวแทนจำหน่าย/ร้านค้า เช่น ผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. รสจืด ไอเมก้า 369 พลัส ขนาด 180 มล., ผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ปราศจากน้ำตาลแลคโตส รสจืด ขนาด 200 มล. และผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ปราศจากน้ำตาลแลคโตส รสจืดไอเมก้าพลัส ขนาด 180 มล. ที่เป็นผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) เพื่อให้เป็นการกระตุ้นยอดขายการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นม การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น



2. กิจกรรม/งาน : จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ในรูปแบบการจำหน่าย B2B และ B2C (Cash Van)

ใช้งบประมาณ : .....บาท

### วัตถุประสงค์

จัดรายการส่งเสริมกระตุ้นให้ยอดขายนมไทย-เดนมาร์ก และลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย กระจายสินค้าให้ครอบคลุม โดยการลงพื้นที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และมีการเก็บข้อมูล รวมถึงเป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภค

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อกระตุ้นให้ยอดขายนมไทย-เดนมาร์ก และลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า
- 2) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพิ่มพื้นที่การจำหน่าย และกระจายสินค้าให้ครอบคลุม
- 3) เพื่อลงพื้นที่ตรวจสอบร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และเก็บข้อมูล
- 4) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น รวมถึงการณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ และขอความร่วมมือกับทุกสำนักงานภาค กำหนดพื้นที่เส้นทางและเป้าหมายการจำหน่าย
- 2) ทุกสำนักงานภาค ออกพื้นที่ ของภาคตัวเองและพื้นที่ที่ตัวแทนจำหน่ายของสำนักงานภาคดูแล เพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์นม
- 3) เก็บข้อมูลร้านค้าในพื้นที่รับผิดชอบ มีการรวบรวมข้อมูลเพื่อรายงาน

### ระยะเวลา

เดือนสิงหาคม 2568 – กันยายน 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถกระตุ้นให้ยอดขายนมไทย-เดนมาร์กได้มากขึ้น และสามารถลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า
- 2) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น
- 3) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น และสามารถณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น
- 4) ได้ลงพื้นที่ตรวจสอบร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก และได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

## รูปภาพประกอบ



### 3. กิจกรรม/งาน : การบริหารจัดการสต็อกนมโชน

ใช้งบประมาณ : ..... บาท

#### วัตถุประสงค์

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. รสจืด ขนาด 200 มล. หมดอายุในเดือน เมษายน 2568 ให้กับบริษัท บางจาก ศรีราชา จำกัด (มหาชน). และ บริษัท บางจากคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อช่วยระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมจืด ขนาด 200 มล. ที่มีเวลาคงเหลือของอายุนมอีก 2 สัปดาห์ เพื่อเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมและการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. รสจืด ขนาด 200 มล. หมดอายุเดือนตุลาคม 2568 ในโครงการ “น้ำมันเต็มรถ นมสดเต็มใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน” ของกรมการค้าภายใน เพื่อระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมอย่างเร่งด่วน โดยร่วมกับบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (กระจายตามปั้มน้ำมันสาขา กรุงเทพฯ และปริมณฑล) บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (DC วังน้อย)

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นม
- 2) เพื่อการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเพิ่มรายได้
- 4) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น รวมถึงการรณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย

## ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ
- 2) ประสานงานบริษัทฯ ลงพื้นที่ส่งมอบสินค้า เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์นม
- 3) ติดตามการชำระเงิน (ชำระหลังการส่งมอบสินค้าและตรวจเช็คเอกสารตามขั้นตอนของบริษัทฯ)

## ระยะเวลา

เดือนมีนาคม 2568 และกรกฎาคม 2568

## ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า
- 2) สามารถการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหลากหลายมากขึ้น และเพิ่มรายได้มากขึ้น
- 4) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสารการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น และสามารถณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น

## รูปภาพประกอบ



#### 4. กิจกรรม/งาน : กิจกรรม Road Show Thai – Denmark

ใช้งบประมาณ : ...1,000,000..... บาท

#### วัตถุประสงค์

จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการช่วยเร่งการระบายสต็อกสินค้า ให้กับตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ดำเนินการตามแผนงาน และสร้างยอดให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นม การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้นของผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค และผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product)/ เน้นย้ำลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมถึงการณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย
- 2) เพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ขยายกลุ่มลูกค้าของนมไทย-เดนมาร์ค ให้เพิ่มมากขึ้น

#### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ
- 2) ลงพื้นที่ร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมให้กับตัวแทนจำหน่าย
- 3) มีการรวบรวมข้อมูลเพื่อรายงาน

#### ระยะเวลา

เดือนพฤษภาคม -มิถุนายน 2568

#### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์/ผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) ได้มากขึ้น และสามารถณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น
- 2) สามารถเพิ่มยอดขาย ช่องทางการจำหน่าย และมีหลากหลายช่องทางมากขึ้น
- 3) ได้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

## รูปภาพประกอบ



5. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในงานต่างๆ

ใช้งบประมาณ : ..... บาท

### วัตถุประสงค์

จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการช่วยเร่งการระบายสต็อกสินค้า และสร้างยอดขายเพิ่มรายได้ รวมถึงจัดแสดงสินค้าและการนำเสนอผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product) เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นม การสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

1) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้นของผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค และผลิตภัณฑ์นมใหม่ (New Product)/ เน้นย้ำลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมถึงการรณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย

2) เพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง

3) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ขยายกลุ่มลูกค้าของนมไทย-เดนมาร์ค ให้เพิ่มมากขึ้น

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ
- 2) ลงพื้นที่ร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมให้กับตัวแทนจำหน่าย
- 3) มีการรวบรวมข้อมูลเพื่อรายงาน

### ระยะเวลา

เดือนตุลาคม 2567 – กันยายน 2568

## ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า
- 2) สามารถการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหลากหลายมากขึ้น และเพิ่มรายได้มากขึ้น
- 4) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสารการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น และสามารถรณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น

## รูปภาพประกอบ



6. กิจกรรม/งาน : การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมให้กับหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ใช้งบประมาณ : ..... บาท

## วัตถุประสงค์

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. รสจืด ขนาด 200 มล. เพื่อเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมและการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. รสจืด ขนาด 200 มล. หมดอายุเดือนตุลาคม 2568 ในโครงการ “น้ำมันเต็มรถ นมสดเต็มใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน” ของกรมการค้าภายใน เพื่อระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นมอย่างเร่งด่วน โดยร่วมกับบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (กระจายตามปั้มน้ำมันสาขากรุงเทพฯ และปริมณฑล)บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (DC วังน้อย)

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 3) เพื่อเป็นการเร่งระบายสต็อกผลิตภัณฑ์นม
- 4) เพื่อการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเพิ่มรายได้

4) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค เป็นสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น รวมถึงการณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้นด้วย

**ขอบเขตการดำเนินงาน**

- 1) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ.อนุมัติ
- 2) ประสานงานบริษัทฯ ลงพื้นที่ส่งมอบสินค้า เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์นม
- 3.) ติดตามการชำระเงิน (ชำระหลังการส่งมอบสินค้าและตรวจเช็คเอกสารตามขั้นตอนของบริษัทฯ)

**ระยะเวลา**

เดือนมีนาคม 2568 และกรกฎาคม 2568

**ผลที่ได้รับ**

- 1) สามารถลดสต็อกผลิตภัณฑ์นมในคลังสินค้า
- 2) สามารถการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง
- 3) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหลากหลายมากขึ้น และเพิ่มรายได้มากขึ้น
- 4) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค ในการสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น และสามารถณรงค์ให้คนไทยบริโภคนมให้มากขึ้น

**รูปภาพประกอบ**



## แผนการการค้าภายในประเทศ

1. **กิจกรรม/งาน** : กิจกรรมส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เพื่อผลักดันสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคกระตุ้นยอดขายคืนกำไรให้กับลูกค้า

**ใช้งบประมาณ** งบค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์จำนวน 23.61 ล้านบาท คิดเป็น 1.18% ของยอดจำหน่ายปีงบประมาณ 2568 (1,999.24 ล้านบาท)

## วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าในช่วงเวลาที่กำหนด
- 2) เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า
- 3) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและขยายฐานลูกค้าใหม่
- 4) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการตลาดใช้ผลิตภัณฑ์
- 5) เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด
- 6) เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและกระตุ้นการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง
- 7) เพื่อเพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของลูกค้า
- 8) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเชิงพฤติกรรมผู้บริโภค

## ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อของแต่ละห้าง
- 2) กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม
- 3) คัดเลือกผลิตภัณฑ์และกำหนดโปรโมชั่น, จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์
- 4) นำเสนอกิจกรรมให้ ผอ. อนุมัติ

## ระยะเวลา

เดือนตุลาคม 2567 – กันยายน 2568

## ผลที่ได้รับ

- 1) ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นและต่อเนื่องหลังจบกิจกรรม
- 2) สร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์
- 3) ลูกค้าได้ทดลองสินค้าและเกิดความเชื่อมั่น
- 4) สินค้าได้รับการกระจายและจัดแสดงในจุดเด่นมากขึ้น
- 5) ได้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางกลยุทธ์ต่อไป

# รูปภาพประกอบ



นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส (พ.3) 180 มล.

37 บาท

จำนวนสินค้าที่พร้อมมีเพียงหนึ่งชิ้น ตามจำนวนหลักหรือของชิ้น

รายละเอียดสินค้า  
นมไทย-เดนมาร์กโอเมก้า พลัสจากน้ำนมโคสดแท้ 100% ไม่ใส่ผงนมผง

รายละเอียดโปรโมชัน

- [ราคาพิเศษ]
- ไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท (ปกติ 40 บาท) (รวมเวลา 24 ชม. 68 ถึง 23 ค.ค. 68) จำกัดการซื้อท่านละหนึ่งชิ้น 10 ชุดต่อวันเสร็จ



นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 180 มล.

14 บาท

จำนวนสินค้าที่พร้อมมีเพียงหนึ่งชิ้น ตามจำนวนหลักหรือของชิ้น

รายละเอียดสินค้า  
นมไทย-เดนมาร์กโอเมก้า พลัสจากน้ำนมโคสดแท้ 100% ไม่ใส่ผงนมผง

รายละเอียดโปรโมชัน

- [ราคาพิเศษ]
- ไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท (ปกติ 42 บาท) (รวมเวลา 24 ชม. 68 ถึง 23 ค.ค. 68) จำกัดการซื้อท่านละหนึ่งชิ้น 10 ชุดต่อวันเสร็จ



นมไทย-เดนมาร์กคจิต(พ.6)180

60 บาท

จำนวนสินค้าที่พร้อมมีเพียงหนึ่งชิ้น ตามจำนวนหลักหรือของชิ้น

รายละเอียดสินค้า  
นมไทย-เดนมาร์กคจิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากวัตถุดิบที่มีคุณภาพและดีคุณประโยชน์ ได้จากน้ำนมโคสดแท้ 100% ไม่ใส่ผงนมผง...

รายละเอียดโปรโมชัน

- [ราคาพิเศษ]
- ไทยเดนมาร์กคจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท (ปกติ 64 บาท) (รวมเวลา 24 ชม. 68 ถึง 23 ค.ค. 68) จำกัดการซื้อท่านละหนึ่งชิ้น 10 ชุดต่อวันเสร็จ



นมไทย-เดนมาร์กคจิต อ. 180

12 บาท

จำนวนสินค้าที่พร้อมมีเพียงหนึ่งชิ้น ตามจำนวนหลักหรือของชิ้น

รายละเอียดสินค้า  
นมไทย-เดนมาร์กคจิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากวัตถุดิบที่มีคุณภาพและดีคุณประโยชน์ ได้จากน้ำนมโคสดแท้ 100% ไม่ใส่ผงนมผง...

รายละเอียดโปรโมชัน

- [ราคาพิเศษ]
- ไทยเดนมาร์กคจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท (ปกติ 72 บาท) (รวมเวลา 24 ชม. 68 ถึง 23 ค.ค. 68) จำกัดการซื้อท่านละหนึ่งชิ้น 10 ชุดต่อวันเสร็จ

**ลดสูงสุด 7 วันเท่านั้น**  
18 - 24 ก.ย. 2568

นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท
นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท

**ลดสูงสุด 7 วันเท่านั้น**  
21 - 27 ก.ย. 2568

นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท
นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท

**ซื้อครบ ลดเพิ่มทันที**  
ซื้อนมทั้งหมด UHT หรือ นมสดรสใดก็ได้ รวม 200 บาทขึ้นไปในครั้งเดียว (หลังหักส่วนลดภาษีรายการ)

**รับส่วนลด 20.-**

**7-Eleven Thailand**

• ซื้อนมทั้งหมด 7 วันเท่านั้น ลดสูงสุด 85%  
ไม่รวมโปรโมชั่นอื่นที่ซ้ำซ้อน  
รับสิทธิ์ก่อนหมด > <https://allonline.mobj/4mrg58u>

• ซื้อนมไทยไปรษณีย์ 18-24 ก.ย. 2568  
\*เงื่อนไขไปรษณีย์ตามที่ระบุที่หน้างาน

#ALLONLINEสูงสุดได้ทันที #ALLONLINEครบถ้วนที่หน้างาน  
ที่พื้นที่ #7ElevenTH #สมอลล์แบรนด์ #นมไทยHelloBea ไป #711THxHelloKittyButterBear

นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท
นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท

**สุดดี วันจันทร์**  
นมไทย-เดนมาร์ก นม UHT 250 มล. (ทุกรสชาติ)

2 ลิ้น 128 บาท

**118.-**

**ลดสูงสุด 7 วันเท่านั้น**  
21 - 27 ก.ย. 2568

นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท
นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส พ. 1 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก โอเมก้าพลัส อ. 3 ลิ้น 68 บาท 37 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต พ. 1 ลิ้น 68 บาท 60 บาท	นมผงไทยเดนมาร์ก คจิต อ. 6 ลิ้น 68 บาท 12 บาท

**นมลดแรง 7 วันเท่านั้น!**

12 - 18 ก.ย. 68

**นม UHT ไทย-เดนมาร์ก 250 มล. (ทุกรสชาติ)**

2 ลิ้น 128 บาท

1 ลิ้น 68 บาท

**26.-**

**78.-**

12 - 18 ก.ย. 68



## แผนการค่าต่างประเทศ

1. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ใน สปป.ลาว ประจำปีงบประมาณ 2568

ใช้งบประมาณ 1,490,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)

### วัตถุประสงค์

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ตราไทย-เดนมาร์ค ใน สปป.ลาว เป็นการ จัดกิจกรรมทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้เป็นประชาสัมพันธ์, ส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ค
- 2) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ค
- 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

### ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) ขึ้นป้ายโฆษณา (Static Billboard) บริเวณที่มีรถสัญจรจำนวนมาก/วัน
- 2) บริหารจัดการสื่อออนไลน์ Facebook Fanpage และจัดหา Influencer ใน สปป.ลาว

### ระยะเวลา

เดือนมกราคม – กันยายน 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถสร้างการรับรู้ตราสินค้าไทย-เดนมาร์คในกลุ่มผู้บริโภคใน สปป.ลาว
- 2) สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าไทย-เดนมาร์คในกลุ่มผู้บริโภคใน สปป.ลาว
- 3) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ในการสื่อสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้มากขึ้น

ขึ้น

# รูปภาพประกอบ



2. กิจกรรม/งาน : กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ก ในประเทศ  
กัมพูชา ประจำปีงบประมาณ 2568

**ใช้งบประมาณ** 540,000 บาท (ห้าแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)

### วัตถุประสงค์

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ตราไทย-เดนมาร์ก ในประเทศกัมพูชา เป็น  
การจัดกิจกรรมในช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เป็นประชาสัมพันธ์, ส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าและสร้าง  
ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ก
- 2) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ก
- 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

### ขอบเขตการดำเนินงาน

บริหารจัดการสื่อออนไลน์ Facebook Fanpage และจัดหา Influencer ใน ประเทศกัมพูชา

### ระยะเวลา

เดือนมกราคม – มิถุนายน 2568

### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถสร้างการรับรู้ตราสินค้าไทย-เดนมาร์กในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศกัมพูชา
- 2) สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าไทย-เดนมาร์กในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศกัมพูชา
- 3) สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ในการสื่อสารการรับรู้ให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าได้มาก

ขึ้น

### รูปภาพประกอบ



3. กิจกรรม/งาน: โครงการจัดทำสินค้าพรีเมียมเพื่อส่งเสริมการขายสำหรับตลาดต่างประเทศ

ใช้งบประมาณ 160,000 บาท (หนึ่งแสนหกหมื่นบาทถ้วน)

#### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นไปตามหลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

- 1) เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคหน่วยสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ
- 2) เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์กในตลาดต่างประเทศ

#### ขอบเขตการดำเนินงาน

จัดทำสินค้าพรีเมียมนมไทย-เดนมาร์ก ประกอบด้วยเสื้อยืดและผ้าอเนกประสงค์

#### ระยะเวลา

เดือนกันยายน 2568

#### ผลที่ได้รับ

- 1) สามารถสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคหน่วยสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ
- 2) สามารถกระตุ้นยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์กในตลาดต่างประเทศ

#### รูปภาพประกอบ



### การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก (MOU)

ชื่อ MOU	หน่วยงานภายนอก	ระยะเวลาดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ
บันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding)	องค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์	5 ปี	ประกาศเปิดตัวลง นามข้อตกลงความ ร่วมมือ ณ วันที่ 26 พ.ค.65 – 25 เม.ย. 70	ไม่มี
บันทึกข้อตกลงความ ร่วมมือ (เพื่อส่งเสริมการใช้ ผลิตภัณฑ์ในกิจกรรม หรือโครงการรวมถึง ร่วมกันเผยแพร่ ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการ รับรู้ต่อประชาชน)	องค์การตลาดเพื่อ เกษตรกร	3 ปี	ประกาศเปิดตัวลง นามข้อตกลงความ ร่วมมือ ณ วันที่ 23 พ.ค.65 – 31 พ.ค.68	ไม่มี

### ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน/แนวทางแก้ไข

ปัญหาอุปสรรค	ส่งผลกระทบ	แนวทางการแก้ไข
1 ระบบสารสนเทศไม่เชื่อมโยงกับ ข้อมูลเท่าที่ควร	ทำให้การคาดการณ์ผล วางแผนวิเคราะห์ การ ตัดสินใจ ได้ไม่รวดเร็ว	อาศัยประสบการณ์สั่งสมการ ทำงาน การคาดการณ์จากข้อมูล สถิติเก่า
2.การจำกัดการใช้งบประมาณ ในการ พัฒนาบุคลากร	ทำให้บุคลากรขาดการพัฒนาทักษะใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาธุรกิจที่ต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยี งานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ ประโยชน์ไม่ทั่วถึง	จัดทำคู่มือทดแทนการอบรม สัมมนา แพลนกลยุทธ์ ออก ประกาศ กฎบัตร

## เกณฑ์การประเมินการให้บริการ และผลการประเมิน

เป็นการสำรวจความพึงพอใจในรูปแบบสอบถาม ความพึงพอใจและความคาดหวังต่อการให้บริการพนักงาน ฝ่ายการตลาดและการขาย โดยจัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ระดับ 5 ดีมาก

ระดับ 4 มาก

ระดับ 3 ดี

ระดับ 2 พอใช้

ระดับ 1 แย่

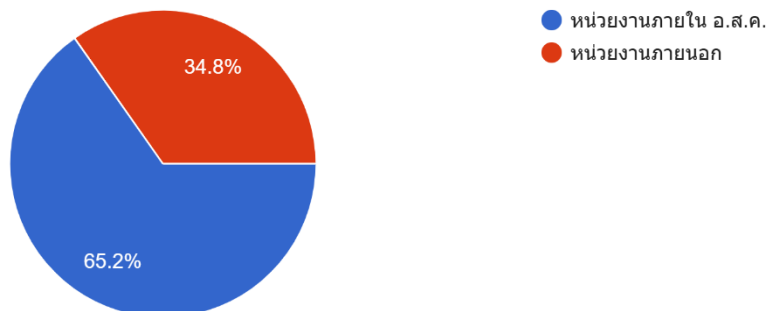


- การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร
- การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)
- การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

<https://forms.gle/jEf9FiNxKTzeuW6V8>

## ผลสรุปการประเมินการให้บริการ ฝ่ายการตลาดและการขาย

คำตอบ 23 ข้อ

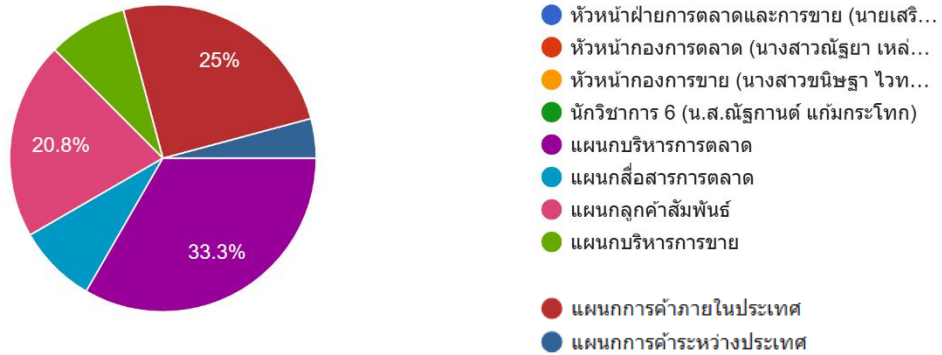


## ประเมินความพึงพอใจ ด้านการให้บริการของฝ่ายการตลาดและการขาย ปี 2568

### บุคลากร อ.ส.ค. (ระบุแผนก/กอง/ฝ่าย/สำนัก)

#### บุคลากร ฝ่ายการตลาดและการขาย

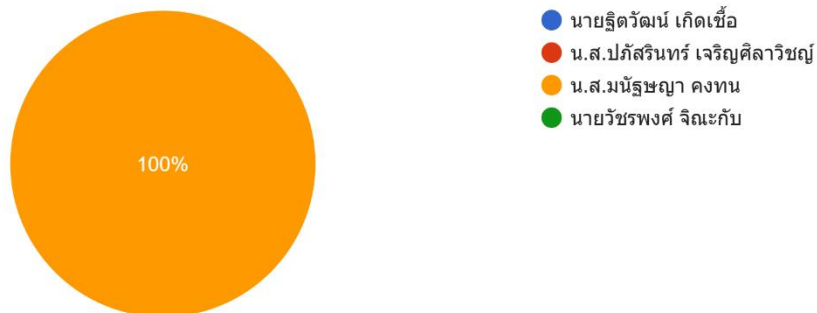
คำตอบ 24 ข้อ



ระดับการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรฝ่ายการตลาดและการขาย จะเห็นได้ว่ามากที่สุดคือ แผนกบริหารการตลาด รองลงมา แผนกการค้าภายในประเทศ

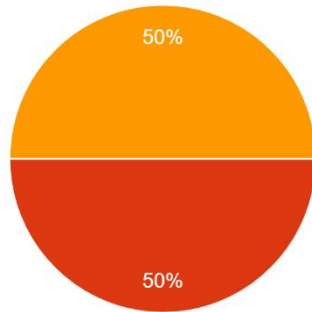
#### บุคลากร แผนกบริหารการตลาด

คำตอบ 8 ข้อ



ระดับการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรแผนกบริหารการตลาด จะเห็นได้ว่ามากที่สุดคือ นางสาวมนัษฐญา คงทน

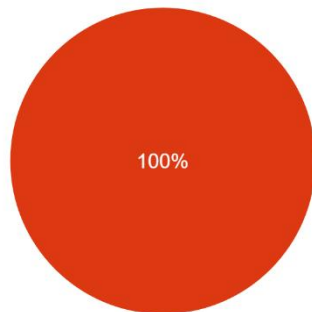
**บุคลากร แผนกสื่อสารการตลาด**  
คำตอบ 2 ข้อ



- นางอภิญญา แจ่มจำรัส
- น.ส.ชไมพร ฉายเหมือนวงศ์
- นางณภัทร ยกถาวร
- น.ส.อริศรา สรรพพร
- น.ส.สวรรยา เทียนเพ็ง
- น.ส.นริรัตน์ พูลนุช
- นางวรรณภา ไกรพจน์
- นางธัญญพัฒน์ นิธิศิริวิโรฒ

ระดับการสำรวจของบุคลากรแผนกสื่อสารการตลาด มากที่สุดเท่ากันคือ นางณภัทร ยกถาวร และนางสาวชไมพร ฉายเหมือนวงศ์

**บุคลากร แผนกลูกค้าสัมพันธ์**  
คำตอบ 5 ข้อ

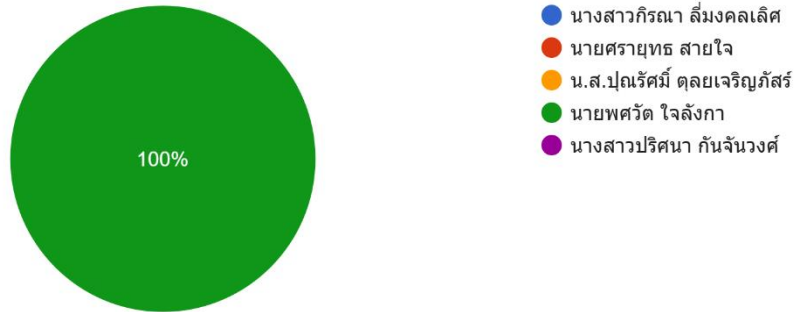


- นายยุทธชัย ช่างเรือ
- นางสาววราภรณ์ เกตุโชติ
- นายอภิวัฒน์ แหวนเพชร

ระดับการสำรวจของบุคลากรแผนกลูกค้าสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่ามากที่สุดคือ นางสาววราภรณ์ เกตุโชติ

### บุคลากร แผนกบริหารการขาย

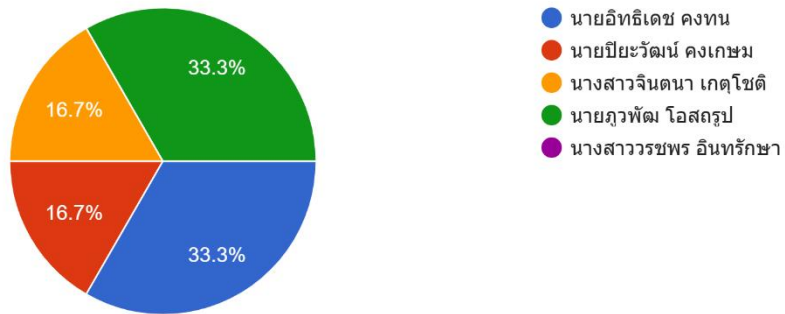
คำตอบ 2 ข้อ



ระดับการสำรวจของบุคลากรแผนกบริหารการขาย จะเห็นได้ว่ามากที่สุดคือ นายพศวัต ใจลังกา

### บุคลากร แผนกการค้าภายในประเทศ

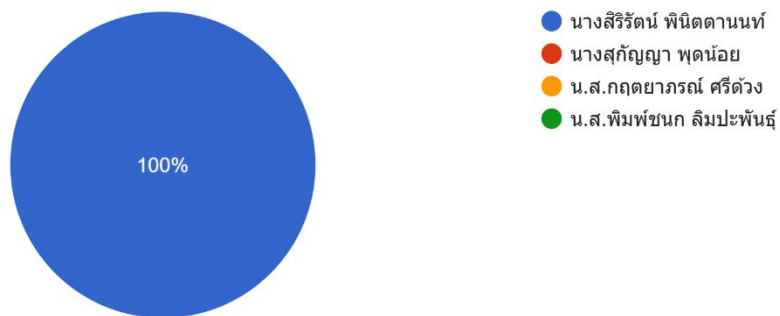
คำตอบ 6 ข้อ



ระดับการสำรวจของบุคลากรแผนกการค้าภายในประเทศ จะเห็นได้ว่ามากที่สุด 2 ท่าน คือ นายอิทธิเดช คงทน กับ นายภูวัฒน์ โอสกรูป รองลงมา นายปิยะวัฒน์ คงเกษม กับ นางสาวจินตนา เกตุโชติ

## แผนการค้ำระหว่างประเทศ

คำตอบ 1 ข้อ

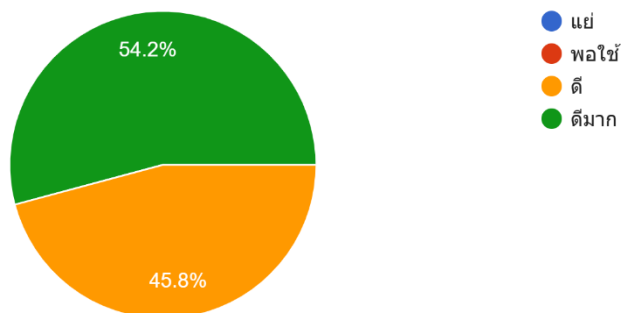


ระดับการสำรวจของบุคลากรแผนการค้ำระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าเป็นมากที่สุด คือ นางสิริรัตน์ พินิตตานนท์

## การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร

### 1. การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร

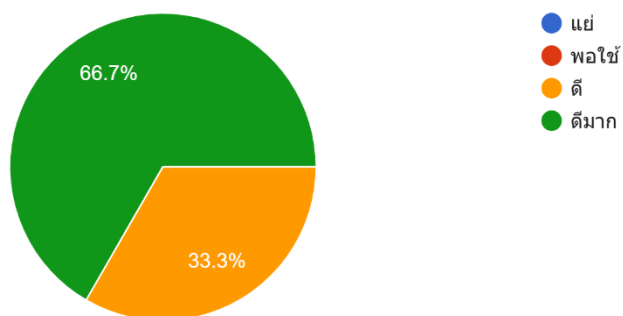
คำตอบ 24 ข้อ



การให้บริการด้านการตลาดและการขาย ที่เป็นมิตร พบว่า ดีมาก 54.2% รองลงมา ดี 45.8%

การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)

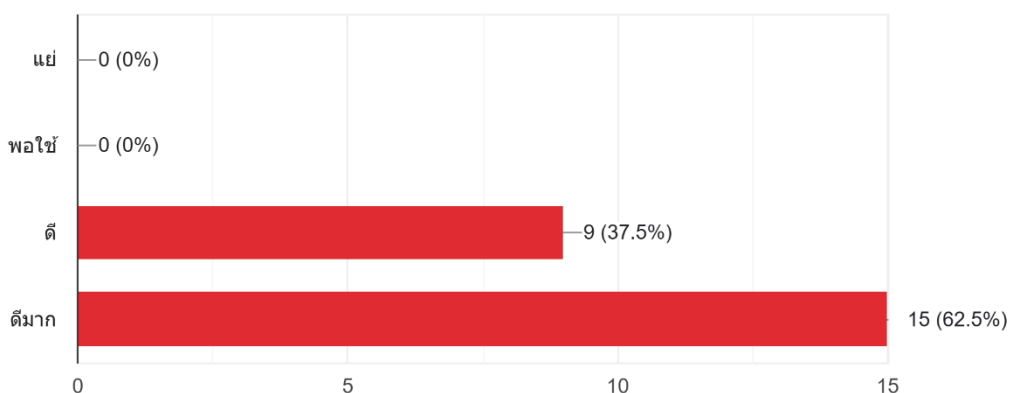
2.การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind)  
คำตอบ 24 ข้อ



การให้บริการของเจ้าหน้าที่อย่างมืออาชีพ ด้วยความเป็นกันเอง ซื่อสัตย์ และถือปฏิบัติในการให้บริการอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (Service Mind) พบว่า ดีมาก 66.7% รองลงมา ดี 33.3%

การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน

3.การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน  
คำตอบ 24 ข้อ

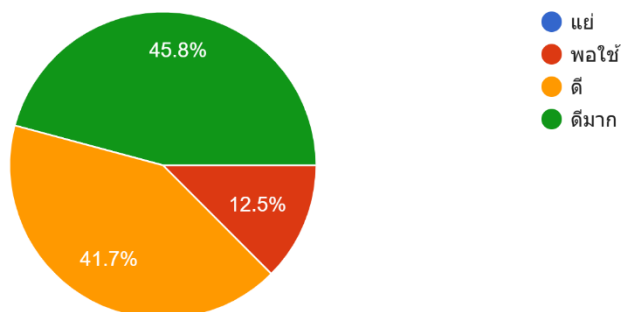


การให้ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความโปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน พบว่า ดีมาก 62.5% รองลงมา ดี 37.5%

## ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

### 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

คำตอบ 24 ข้อ

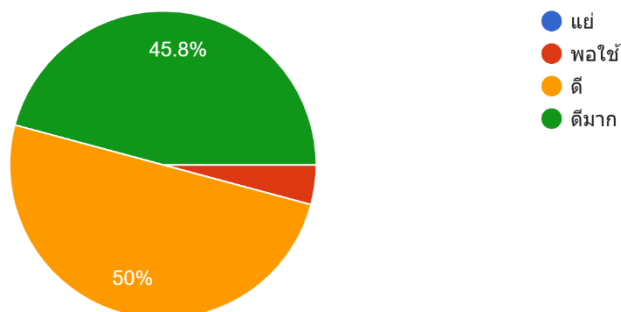


การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล พบว่า ดีมาก 45.8% รองลงมา ดี 41.7% น้อยที่สุด พอใช้ 12.5%

## การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

### 5. การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price)

คำตอบ 24 ข้อ



การให้บริการด้านราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม กับผลิตภัณฑ์/การให้บริการที่ได้รับ (Reasonable Price) พบว่า ดี 50.% รองลงมา ดีมาก 45.8% น้อยที่สุด พอใช้

## ภาพกิจกรรมข่าวประจำปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 36 กิจกรรม)

1. ช่วงเช้าวันที่ 10 ตุลาคม 2567 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. พร้อมด้วย นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย และผู้ที่เกี่ยวข้องแผนกการค้าภายในประเทศ เข้าร่วมประชุมกับฝ่ายจัดซื้อของ บมจ.ซีพีแฉักร้า (โลตัส) เพื่อกำหนดทิศทางการขายและการตลาด และการทำงานร่วมกันในการจัดส่งสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจัดส่ง ผลักดันยอดการจำหน่ายให้เป็นไปตามเป้าหมาย ณ ห้องโลตัสสำนักงานใหญ่ นวมินทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ



\*\*\*\*\*

2. ช่วงเช้าวันที่ 17 ตุลาคม 2567 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1/2568 เพื่อวางแผนการดำเนินงานด้านการตลาดและการขาย และการผลิตในปีงบประมาณ 2568 พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมในปีงบประมาณ 2567 โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค





\*\*\*\*\*

3. ช่วงเช้าวันที่ 7 พฤศจิกายน 2567 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานการประชุม คณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 2/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านๆ มา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

4. ช่วงเช้าวันที่ 12 ธันวาคม 2567 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายชัยรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 3/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านๆ มา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

5. วันที่ 18 มกราคม 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย เป็นประธานเปิดโครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโรงเรียนผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก เพื่อเยี่ยมชมโรงงานสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง เรียนรู้กระบวนการผลิต, นิทรรศการประวัติความเป็นมา ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก กิจกรรมนั่งรถรางเยี่ยมชมฟาร์มโคนม ฟีกรีตนมแม่โค เรียนรู้ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติศาสตร์พระราชาสาธิตการทำปุ๋ยนมสด กิจกรรมการแสดงควาบอย ให้กับตัวแทนผู้บริหารโคลูกค้ายโรงเรียน จำนวน 5 ครอบครัว พร้อมด้วยนายยุทธชัย ช่างเรือ หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ โดยแผนกวิจัยผลิตภัณฑ์, แผนกระบบคุณภาพและแผนกควบคุมคุณภาพ ให้เกียรติเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ในขั้นตอนกระบวนการผลิตและการจัดเก็บของผลิตภัณฑ์ ให้กับตัวแทนผู้บริหารโคลูกค้ายโรงเรียน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการการผลิต สร้างภาพลักษณ์ความภาคภูมิใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริหารโคลูกค้ายโรงเรียนนมไทย-เดนมาร์ก ณ สำนักงานใหญ่ อ.ส.ค. เมืองหลัก จ.สระบุรี





\*\*\*\*\*

6. ช่วงเช้าวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้เกียรติเป็นประธานการประชุม คณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 5/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านๆ มา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภออมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

7. วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย พร้อมด้วยพนักงานในสังกัด เข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ต่อต้านการทุจริต, กิจกรรมประกาศ “เจตจำนงการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีคุณธรรม” และ กิจกรรมลงนาม “ข้อตกลง (เจตนารมณ์) องค์กรส่งเสริมคุณธรรมและจรรยาบรรณ” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ณ สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ จ.ปทุมธานี



8. วันที่ 14 มีนาคม 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ ฝ่ายการตลาดและการขาย ร่วมกับ กองการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคเหนือตอนล่าง พร้อมด้วย กองวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง เข้าร่วมโครงการมันดูแลไต ใส่ใจคัดกรอง ป้องกันโรคไต Detect early, Protect kidney health ในวัน World kidney day 2025 เป็นการจัดบูธกิจกรรมแนะนำผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าว ผสมวิตามินและแร่ธาตุ (ตราไทย-เดนมาร์ค นิวทริแคล) เพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่องทางการจำหน่ายให้กับบุคลากรทางการแพทย์และผู้สนใจในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุขภาพ ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม บริษัท ป โยสินพันธ์มิตรร่วมค้า จำกัด ณ ห้องประชุม อุ่ทอง ชั้น 5 โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



\*\*\*\*\*

9. ช่วงบ่ายวันอังคารที่ 25 มีนาคม 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย เข้าร่วมงานพิธีประกาศผลและมอบรางวัลงานวิจัย 2025 Thailand's Most Admired Brand เป็นโครงการเพื่อการส่ง Message ที่เป็นประโยชน์ให้กับ Brand ที่ต้องการรักษาความเป็น Top of Mind Brand ของตนไว้ให้ได้อย่างยั่งยืน โดย อ.ส.ค.ได้รับรางวัลในหมวดสินค้าบริโภคกลุ่มนมพร้อมดื่มยูเอชที อันดับ 1 และรางวัลพิเศษ Thai Brand Award เป็นรางวัลที่ตอกย้ำความเป็นผู้นำผลวิจัยด้านแบรนด์ที่ได้การยอมรับจากนักการตลาดและผู้บริโภคปี 2568 ณ ห้อง Infinity 1-2 โรงแรมพูลแมน คิงเพาเวอร์ กรุงเทพฯ



10. เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค.มอบหมายให้ นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานเปิดโครงการ “ตลาดนัด BKK On The Ground ครั้งที่ 3” และมอบเกียรติบัตร “บุคคลคุณธรรมต้นแบบ” ฝ่ายการตลาดและการขาย ประจำปี 2568 ภายใต้โครงการองค์กรคุณธรรม “ปัญหาที่อยากแก้และความดีที่อยากทำ” เพื่อให้สอดคล้องกับ หลักธรรมทางศาสนา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิถีวัฒนธรรมไทย และคุณธรรม 5 ประการ พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา กตัญญู โดยนายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย และ พนักงานสำนักงาน อ.ส.ค.กรุงเทพฯ พร้อมด้วยประชาชนทั่วไปเข้าร่วมกิจกรรมภายในงานมีการออกร้านขายสินค้า อาหาร และ ของใช้ต่างๆ และกิจกรรมตกไข่ ลุ้นโชค โดยรายได้ทั้งหมดนำไปบริจาค เพื่อสงนํ้าใจให้ผู้ประสบภัยแผ่นดินไหวต่อไป ณ บริเวณห้องโถงชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



\*\*\*\*\*

**11. ช่วงบ่ายวันพฤหัสบดีที่ 10 เมษายน 2568** นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ฝ่ายการตลาดและการขาย โดยนางสาวณัฐยา เหล่าลดา หัวหน้ากองการตลาด เป็นประธานการจับรางวัล ครั้งที่ 1 กิจกรรม “ดื่มปุ๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที โดยจับรางวัลผู้โชคดี ดังนี้

1. จักรยานไฟฟ้า DYU รุ่น C6 จำนวน 1 รางวัล
2. Samsung 4K Crystal UHD Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล
3. AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล
4. Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล
5. เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier จำนวน 1 รางวัล เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้าและแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย กิจกรรมจัดขึ้น ณ บริเวณโถงชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ



\*\*\*\*\*

**12. ช่วงบ่ายวันพุธที่ 7 พฤษภาคม 2568** นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย เป็นประธานมอบรางวัลให้แก่ผู้โชคดีจากการจับรางวัล ครั้งที่ 1 และจับรางวัล ครั้งที่ 2 กิจกรรม “ดื่มปุ๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที โดยจับรางวัลผู้โชคดี ดังนี้

1. จักรยานไฟฟ้า DYU รุ่น C6 จำนวน 1 รางวัล
2. Samsung 4K Crystal UHD Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล
3. AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล
4. Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล
5. เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier จำนวน 1 รางวัล เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้าและแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย กิจกรรมจัดขึ้น ณ บริเวณโถงชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ



\*\*\*\*\*

13. วันศุกร์ที่ 6 มิถุนายน 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ ฝ่ายการตลาดและการขาย โดยนายยุทธชัย ช่างเรือ หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาด เข้าร่วมกิจกรรม “7 มิถุนายน วันสหกรณ์นักเรียน” เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการบริโภคและสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคและเด็กนักเรียนโดยตรง โดยมี นางสาวอนงค์นาค จำแก้ว เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานเปิดงาน พร้อมด้วย นายวิศิษฐ์ ศรีสุวรรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริมสหกรณ์ เข้าเยี่ยมชมบูธกิจกรรม ณ สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร



\*\*\*\*\*

14. วันพฤหัสบดีที่ 5 มิถุนายน 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ฝ่ายการตลาดและการขาย มอบรางวัลให้แก่ผู้โชคดีจากการจับรางวัล ครั้งที่ 2 และจับรางวัล ครั้งที่ 3 กิจกรรม “ตี๋มบี้ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ก ยูเอชที โดยได้รับเกียรติจากนางสาวดุขฎิ ผลเนืองมา หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ ,นางฉัตรรัตน์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงโคนม,นางสาวณัฐยา เหล่าลดา หัวหน้ากองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย และนางวไลพร ขันดี หัวหน้ากองกลยุทธ์ดิจิทัล ฝ่ายเทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมจับรางวัลผู้โชคดี ดังนี้

1. จักรยานไฟฟ้า DYU รุ่น C6 จำนวน 1 รางวัล
2. Samsung 4K Crystal UHD Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล
3. AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล
4. Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล
5. เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier จำนวน 1 รางวัล กิจกรรมจัดขึ้น ณ บริเวณโถงกลางชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ จังหวัดปทุมธานี



\*\*\*\*\*

15. ช่วงเช้าวันที่ 12 มิถุนายน 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้เกียรติเป็นประธานการประชุม คณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 8/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านมา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

16. ช่วงเช้าวันที่ 26 มิถุนายน 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานในการให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดและการขยายภาพรวมของ อ.ส.ค. พร้อมด้วย นายเทอดไชย ระลึกมูล รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. และนายแดนณรงค์ ทองอั้งผู้ช่วยผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้เกิดแนวทางการศึกษารวบรวมข้อมูลวิเคราะห์การวางแผนการตลาดที่หลากหลายมุมมองของผลิตภัณฑ์นม ไทย-เดนมาร์ก โดย ผศ.ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว จากสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ณ ห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ จ.ปทุมธานี และผ่านระบบ VDO conference



\*\*\*\*\*

17. ช่วงบ่ายวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้นางสาวณัฐยา เหล่าลดา หัวหน้ากองการตลาด พร้อมด้วยนายฐิตวัฒน์ เกิดเชื้อ หัวหน้าแผนกบริหารการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมสังเกตการณ์ ในการสัมภาษณ์ Focus Group กลุ่มลูกค้าผู้บริโภค ภายใต้โครงการสำรวจ ประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ปี 2568 เพื่อให้เกิดแนวทางการศึกษารวบรวมข้อมูลวิเคราะห์การวางแผนการตลาดที่หลากหลายมุมมองของผลิตภัณฑ์นม ไทย-เดนมาร์ค โดย ผศ.ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว จากสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ณ ห้องประชุม สิงคโปร์ สำนักงานใหญ่ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) 690 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ



\*\*\*\*\*

18. ช่วงบ่ายวันอังคารที่ 1 กรกฎาคม 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นายเสริมศักดิ์ มุ่งดี หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย เป็นผู้แทนมอบรางวัลให้แก่ผู้โชคดีจากการจับรางวัล ครั้งที่ 3 และจับรางวัล ครั้งที่ 4 (รางวัลใหญ่) กิจกรรม “ตี๋มบี้บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้าและแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย ณ บริเวณโถงชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี โดยจับรางวัลผู้โชคดี ดังนี้

1. ทองคำรูปพรรณ หน้า 1 บาท จำนวน 1 รางวัล
2. จักรยานไฟฟ้า DYU รุ่น C6 จำนวน 1 รางวัล
3. Samsung 4K Crystal UHD Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล
4. AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล
5. Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล
6. เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier จำนวน 1 รางวัล

จากกิจกรรมนี้สามารถรวบรวมกล่องนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที ที่ผู้บริโภคนมไทย-เดนมาร์คส่งเข้าร่วมกิจกรรมได้มากกว่า 120,000 กล่อง โดยทาง อ.ส.ค. จะนำส่งให้แก่บริษัท อีโค เฟรนด์ลี ไทย จำกัด นำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป



\*\*\*\*\*

19. วันที่ 21 กรกฎาคม 2568 นายสมพร ศรีเมือง ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้ นายเทอดไชย ระลึกมูล รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานเปิดงานอบรม Work Shop สรุปผลการวิเคราะห์จากการสำรวจประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า คู่ค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ปี 2568 เพื่อทบทวนแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้าปี 2566-2570 (สำหรับปี 2569) ให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขาย เพื่อให้เข้าใจในทิศทางเดียวกันในด้านการตลาดและการขาย เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผล Core Business Enablers 8 ด้าน โดยมีนางสาวณิชาวีณ์ เรืองธัญญาภัทร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย กล่าวรายงานการจัดอบรมในครั้งนี้ นางสาวนิษฐา ตุ่มปี หัวหน้าฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ ถ่ายทอดแผนวิสาหกิจ อ.ส.ค. ประจำปี 2566-2570 (สำหรับปี 2569) นายฐิตวัฒน์ เกิดเชื้อ หัวหน้าแผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2568 เป้าหมายการจำหน่ายประจำปีงบประมาณ 2569 และนางอภิญา แจ่มจำรัส หัวหน้าแผนกสื่อสารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย ถ่ายทอดแผนสื่อสารการตลาดนมไทย-เดนมาร์ค สำหรับปี 2569 และรับฟังสรุปผลการวิเคราะห์จากการสำรวจประเมินความพึงพอใจฯ จากอาจารย์สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผศ.ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว ได้บรรยายและถ่ายทอดองค์ความรู้ Work shop ทบทวนแผนแม่บทด้านการตลาดและลูกค้าปี 2566-2570 (สำหรับปี 2569) ร่วมกับผู้ปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขายทุกสำนักงานภาค จำนวน 60 คน ณ ห้องประชุม 302 สำนักงาน อ.ส.ค.กรุงเทพฯ จ.ปทุมธานี



\*\*\*\*\*

20. ช่วงบ่ายวันที่ 23 กรกฎาคม 2568 พลโท จิรันตน์กฤษณ์ เหลืองจินดา กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อ.ส.ค. ในฐานะประธานอนุกรรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล อ.ส.ค. เป็นประธานในการประชุม คณะอนุกรรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล อ.ส.ค. ครั้งที่ 1/2568 โดยมีคณะอนุกรรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล อ.ส.ค. และนายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. พร้อมด้วยผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ผ่านระบบออนไลน์ (WebEx) ณ ห้องประชุม 301 (ชั้น 3) สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ (ปทุมธานี) และการประชุมผ่านระบบออนไลน์ (WebEx)



\*\*\*\*\*

21. ช่วงบ่ายวันที่ 6 สิงหาคม 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ทำการแทน ผู้อำนวยการ อ.ส.ค. พร้อมด้วยนายเทอดไชย ระลึกมูล รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. และนายแดนณรงค์ ทองอั้งตั้ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้เกียรติมอบรางวัลให้แก่ผู้โชคดีจากการจับรางวัล ครั้งที่ 4 (รางวัลใหญ่) กิจกรรม “ดื่มป๊อป ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที มีรายละเอียดรางวัลดังนี้

1. ทองคำรูปพรรณ หน้า 1 บาท จำนวน 1 รางวัล
2. จักรยานไฟฟ้า DYU รุ่น C6 จำนวน 1 รางวัล
3. Samsung 4K Crystal UHD Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล
4. AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล
5. Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล
6. เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier จำนวน 1 รางวัล

เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้าและแบรนด์ไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย โดยสามารถรวบรวมกล่องนมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที ที่ผู้บริโภคส่งเข้าร่วมกิจกรรมได้มากกว่า 120,000 กล่อง และจะนำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลต่อไป ณ บริเวณโถงชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



\*\*\*\*\*

22. ช่วงเช้าวันที่ 7 สิงหาคม 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค.ทำการแทนผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้เกียรติเป็นประธานการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 10/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านๆ มา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

23. ช่วงบ่ายวันที่ 7 สิงหาคม 2568 พลโทจิรนต์กฤษณ์ เหลืองจินดา กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อ.ส.ค. ในฐานะประธานอนุกรรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล อ.ส.ค. ให้เกียรติเป็นประธานในการประชุมหารือด้านการตลาดและการขาย ครั้งที่ 1/2568 โดยมีนางสาวณิชาวีณ์ เรืองธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย และผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุมหารือแนวทางการดำเนินการด้านการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ณ ห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



\*\*\*\*\*

24. วันที่ 19 สิงหาคม 2568 นางสาวณิชชาวีณ์ เรืองธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้นางอภิญา แจ่มจรัส หัวหน้าแผนกสื่อสารการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการรักษาโลกให้น่าอยู่มากยิ่งขึ้น เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บุมบุมเจอร์ และมาสคอตพี่วัวแดง ณ โรงเรียนยุววิทยา และโรงเรียนอนุบาลสระบุรี อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี



\*\*\*\*\*

25. วันที่ 21 สิงหาคม 2568 นางสาวณิชชาวีณ์ เรืองธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้แผนกสื่อสารการตลาด โดย นางธัญญพัฒน์ นิธิรัญวิโรฒ นักบริหารงานทั่วไป 5 และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักษ์โลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บุมบุมเจอร์ และมาสคอตพี่วัวแดง ณ โรงเรียนอนุบาลมวกเหล็ก และโรงเรียนพิระวิทยอำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี



\*\*\*\*\*

26. วันที่ 25 สิงหาคม 2568 นางสาวณิชชาวีณ์ เรืองธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้นางอภิญา แจ่มจำรัส หัวหน้าแผนกสื่อสารการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บูมบูมเจอร์ และมาสคอตพีวู้แดง ณ โรงเรียนวัดป่าจิว อำเภอสามโคก และโรงเรียนวัดบางพูน อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี



\*\*\*\*\*

27. ช่วงเช้าวันที่ 27 สิงหาคม 2568 นางสาวณิชชาวีณ์ เรืองธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้นางสาวณิชชฎา ไททยาคม หัวหน้ากองการขาย จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บูมบูมเจอร์ และมาสคอตพีวู้แดง ณ โรงเรียนเทศบาลท่าโขลง 1 อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี



\*\*\*\*\*

28. ช่วงบ่ายวันที่ 27 สิงหาคม 2568 นางสาวณิชชาวิณัฏ์ เรื่องธัญญาภัทร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้ นางสาวณัฐยา เหล่าลดา หัวหน้ากองการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บูมบูมเจอร์ และมาสคอตพีว้าวแดง ณ โรงเรียนคลองบ้านพร้าว อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี



\*\*\*\*\*

29. ช่วงเช้าวันที่ 4 กันยายน 2568 นางสาวณิชชาวิณัฏ์ เรื่องธัญญาภัทร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้ นางอภิญญา แจ่มจรัส หัวหน้าแผนกสื่อสารการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บูมบูมเจอร์ และมาสคอตพีว้าวแดง ณ โรงเรียนบำรุงวิทยา จ.สระบุรี





\*\*\*\*\*

**30. ช่วงบ่ายวันที่ 4 กันยายน 2568** นางสาวณิชชาวิณั เรื่องธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้ นางสาวชนิษฐา ไวทยาคม หัวหน้ากองการขาย และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักชีโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บุมบุมเจอร์ และมาสคอตพีว้าวแดง ณ โรงเรียนเทศบาล 10 จ.สระบุรี



\*\*\*\*\*

**31. วันที่ 5 กันยายน 2568** นางสาวณิชชาวิณั เรื่องธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้ นางสาวณัฐยา เหล่าลดดา หัวหน้ากองการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักชีโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บุมบุมเจอร์และมาสคอตพีว้าวแดง ณ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ช่วงเช้า) และโรงเรียนวัดเปรมประชากร (ช่วงบ่าย) จ.ปทุมธานี





\*\*\*\*\*

32. วันที่ 8 กันยายน 2568 นางสาวณิชชาวิณัฏ์ เรื่องธัญญาภัสร์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย มอบหมายให้แผนกสื่อสารการตลาด โดย นางธัญญพัฒน์ นิธิธีรวิโรฒ นักบริหารงานทั่วไป 5 และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม School Visit สื่อสารสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ผ่านกิจกรรมเด็กรักโลก เช่น การรีไซเคิล, ความรู้เรื่องโลกร้อน, ฝุ่น PM 2.5 ตาม Concept Play and Learn กับเด็กนักเรียน ผ่านการเล่นเกมส์, การแสดงการ์ตูนลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น บุมบุมเจอร์ และมาสคอตพีว้าวแดง ณ โรงเรียนเทศบาลเมืองปทุมธานี (ช่วงเช้า) และโรงเรียนวัดหงส์ปทุมवास (ช่วงบ่าย) อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี



\*\*\*\*\*

33. ช่วงเช้าวันที่ 9 กันยายน 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค.ทำการแทนผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ให้เกียรติเป็นประธานการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม ครั้งที่ 11/2568 ติดตามผลการดำเนินงานตามมติการประชุมครั้งที่ผ่านๆ มา โดยมีผู้บริหาร อ.ส.ค. และพนักงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม 1 สำนักงาน อ.ส.ค. อำเภอเมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร ผ่านระบบ VDO Conference ร่วมกับห้องประชุม 301 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และสำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 5 ภาค



\*\*\*\*\*

34. วันที่ 9 กันยายน 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ ทำการแทนผู้อำนวยการ อ.ส.ค. มอบหมายให้นางสาวณิชาวีณ์ เรืองธัญญาภรณ์ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย และพนักงานกองการตลาด เข้าศึกษาดูงานบริษัท ทีโอปวอลล์ คอร์ปอเรท จำกัด อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร เพื่อหารือเกี่ยวกับกลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) และการทำการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาด้านการขายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์กผ่านช่องทางออนไลน์ของ อ.ส.ค. ให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายการจำหน่ายได้ตามที่วางแผนการไว้



\*\*\*\*\*

35. เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ทำการแทนผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานเปิดโครงการสุขภาพดีทั่วไทย กับนมไทย-เดนมาร์ค แจกฟรี 1,000,000 กล่อง “Say Yes to Milk” ภายใต้โครงการรณรงค์การบริโภคนมของคนไทยในประเทศ เพื่อสนับสนุนให้คนไทยบริโภคนมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการดำเนินงานด้าน CSR (Corporate Social Responsibility) หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของ อ.ส.ค. โดยส่งมอบผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คให้กับประชาชนทั่วไป เยาวชน โรงเรียน/สถานศึกษา โรงพยาบาล ผู้ประสพภัยธรรมชาติ มูลนิธิ รวมถึงหน่วยงานเอกชน/ภาครัฐ พร้อมด้วยนายเทอดไชย ระลีกมูล รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค., นายแดนณรงค์ ทองอั้งตั้ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ อ.ส.ค., หัวหน้าฝ่าย และพนักงานผู้เกี่ยวข้อง ได้มอบผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คให้แก่ นายสุรศักดิ์ วาดเขียน ประธานกรรมการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสระบุรี จำกัด พร้อมคณะ เพื่อส่งมอบให้แก่ผู้ที่ขาดแคลนต่อไป กิจกรรมจัดขึ้น ณ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง (โรงงานนมสระบุรี) อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี



\*\*\*\*\*

36. อ.ส.ค. เดินหน้าขยายตลาด! จัดอบรม Work Shop สรรหาตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 15 และวันที่ 16 กันยายน 2568 เมื่อวันที่ 15-16 กันยายน 2568 นายชัยณรงค์ เปาอินทร์ รองผู้อำนวยการ ทำการแทนผู้อำนวยการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) มอบหมายให้ฝ่ายการตลาดและการขาย จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ "Work Shop การสรรหาตัวแทนจำหน่ายเพิ่มเติมทั่วประเทศ" เพื่อประเมินประสิทธิภาพของตัวแทนจำหน่ายที่มีอยู่ในปัจจุบัน และพิจารณาพื้นที่ที่ยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายดูแลครอบคลุม และการหารือเพื่อกำหนดเกณฑ์และแนวทางที่ชัดเจนในการสรรหาตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโต โดยในวันที่ 15 กันยายน 2568 นายเทอดไชย ระลีกมูล รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. เป็นประธานในพิธีเปิดงาน และในวันที่ 16 กันยายน 2568 ได้รับเกียรติจาก พลโทจิรนต์นฤกษ์ เหลืองจินดา ประธานอนุกรรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล เข้าร่วมการประชุมและให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ซึ่งจะเป็แนวทางสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดของ อ.ส.ค. ให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน โดยมีตัวแทนจำหน่าย ผู้บริหาร พนักงาน อ.ส.ค.และผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม ณ ศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนม อ.ส.ค. อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี



\*\*\*\*\*

## ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 60 โพสต์)

ความอร่อยใหม่! ที่อยากให้คุณได้ลอง

นมไทย-เดนมาร์ก มิลค์แลนด์ โยเกิร์ตพร้อมดื่ม กลับมาพร้อมความอร่อยเข้มข้นของรสชาติโยเกิร์ตแท้ กลิ่นมิกซ์เบอร์รี่

- ✓ คุณภาพเต็มกล่อง
- ✓ ไขมันต่ำ
- ✓ ได้ประโยชน์จากนมโคแท้
- ✓ สูตรผสมวิตามินซี วิตามินดี และซิงค์
- ✓ มีส่วนช่วยเรื่องระบบขับถ่าย



สั่งผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>



ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>



Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>



Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก

\*\*\*\*\*



เช็คอินแลนด์มาร์ค ลุ้นรับฟรี! นมไทย-เดนมาร์ก เพียงทำตามกติกาง่ายๆ

1. ถ่ายภาพคู่กับแลนด์มาร์ค กล่องนมไทย-เดนมาร์ก ณ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
2. โพสต์ภาพผ่าน Facebook ตนเอง เขียนแคปชั่นถึงนมไทย-เดนมาร์ก พร้อมติด #นมไทยเดนมาร์ก ตั้งค่าให้เป็นสาธารณะ
3. ถ่ายภาพหน้าจอส่งมาที่ LINE Official : @thai-denmark (มี@d้านหน้า)



🍌 ประกาศชื่อผู้โชคดี ที่หน้าเพจ Facebook : Thai-Denmark ทุกเดือน

📅 ระยะเวลากิจกรรม : ตั้งแต่วันนี้ - 30 ธันวาคม 2567

📍 พิกัด : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (<https://maps.app.goo.gl/fmn1HVT9EgHgNLoP8>)

◆ **หมายเหตุ**

- ของรางวัลมีจำนวนจำกัด ไม่สามารถแลกเป็นเงินสดหรือสินค้าอื่นได้
- เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด ขอสงวนสิทธิ์การเปลี่ยนแปลงโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

📱 สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

Inbox Fanpage : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ค #นมไทยเดนมาร์ค

\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/1MtT6gcB1x/?mibextid=KsPBc6>



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/14bAHDhpJc/>



\*\*\*\*\*

💰 ตรุษจีนปีนี้ พี่ว้าวแดงขอให้ทุกคนรวยๆ เฮงๆ 🍀

สุขภาพแข็งแรงทั้งครอบครัว เงินทองไหลมาเทมา ตลอดทั้งปี  
สิ่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@ด้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

\*\*\*\*\*

🇨🇳 จีนเจียยู่อี่ ซินนี้ฮวดไซ้ 🇨🇳

🍷 พรุ่งนี้รับโปรดี ต้อนรับตรุษจีน 🍷

📣 นมไทย-เดนมาร์ก ราคาพิเศษ! พร้อมส่งฟรี 50 ลิ้งแรก

📣 ต่อที่ 2 ซื้อครบตามที่กำหนด ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

📣 ต่อที่ 3 สะสมยอดซื้อ (Top Spender) ผ่าน LIVE

3 ท่านแรก ที่มียอดซื้อครบ 5,999 บาท รับรางวัลพิเศษ!  
(สะสมยอดซื้อได้ถึง 31 มีนาคม 2568)

🎥 พบกันทุกวันพุธ 🎥

เวลา 12.30 น. - 13.30 น.

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ก #ThaiDenmark

\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/1AFcXYu5fo/?mibextid=wwXlfr>

\*\*\*\*\*



🍌 รางวัลพร้อมแล้ว คนซื้อพร้อมหรือยัง ?! 🍌

เปลี่ยนเวลา Live เร็วขึ้น

เจอกันพรุ่งนี้ 11.00 น. ที่นี่!

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ! พร้อมส่งฟรี 50 ลิ้งแรก

📣 ต่อที่ 2 ซื้อครบตามที่กำหนด ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

📣 ต่อที่ 3 สะสมยอดซื้อ (Top Spender) ผ่าน LIVE

3 ท่านแรก ที่มียอดซื้อครบ 5,999 บาท รับรางวัลพิเศษ!

(สะสมยอดซื้อได้ถึง 31 มีนาคม 2568)

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/19OfK6t1bF/?mibextid=wwXlfr>

\*\*\*\*\*

❤️ วาเลนไทน์นี้ ไทย-เดนมาร์ค จะพลาดได้ไง ❤️

11.00 น. มาลุ้น Crybaby กัน ❤️

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ! พร้อมส่งฟรี 50 ลิ้งแรก

📣 ต่อที่ 2 ซื้อครบตามที่กำหนด ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

📣 ต่อที่ 3 สะสมยอดซื้อ (Top Spender) ผ่าน LIVE

3 ท่านแรก ที่มียอดซื้อครบ 5,999 บาท รับรางวัลพิเศษ!

(สะสมยอดซื้อได้ถึง 31 มีนาคม 2568)

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark

🐮 ผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ค พร้อมวางจำหน่ายที่ CJ MORE

ให้คุณลูกค้าซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ทั้งสาขาในกรุงเทพและต่างจังหวัด



โดยสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมยูเอชที รสจืด รสช็อกโกแลต และกลิ่นสตอเบอร์รี่ รวมถึงโยเกิร์ต 3 รสชาติยอดนิยม โยเกิร์ตธรรมชาติ โยเกิร์ตผสมสตอเบอร์รี่ โยเกิร์ตผสมวานิลลา และในอนาคตจะมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ วางจำหน่ายเพิ่มเติมด้วย ส่วนจะมีผลิตภัณฑ์ใดบ้าง รอดูติดตามได้เลย

สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#ไทยเดนมาร์ก #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/427668827038790>

\*\*\*\*\*

🔥 นมไทย-เดนมาร์ก โอเมก้าพลัส ขนาด 180 มล. วางจำหน่ายแล้วที่เซเว่น อีเลฟเว่น แม่ๆ รีบไปตุนกันน้า นมโอเมก้าพลัส มีสารอาหาร โอเมก้า 3 6 9 เสริมด้วยวิตามินและแร่ธาตุ เหมาะกับเด็กอายุ 1 ขวบขึ้นไป และคนทุกวัย หาซื้อได้ง่ายขึ้นแล้ว อย่าลืมชวนกันมาดื่มกันทุกวัน เพื่อสุขภาพที่แข็งแรงกันทั้งครอบครัว สั่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>



\*\*\*\*\*



\*\*\*\*\*

ซัพพอร์ต Live นี้หน้อยได้ไหมคะ ^^

- 📢 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ! พร้อมส่งฟรี 50 ครั้งแรก
- 📢 ต่อที่ 2 ซื้อครบตามที่กำหนด ลุ้นรางวัลทันทีที่ท่าย LIVE
- 📢 ต่อที่ 3 สะสมยอดซื้อ (Top Spender) ผ่าน LIVE 3 ท่านแรก ที่มียอดซื้อครบ 5,999 บาท รับรางวัลพิเศษ! (สะสมยอดซื้อได้ถึง 31 มีนาคม 2568)

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด  
#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/15sq1XAYBL/?mibextid=wwXlfr>

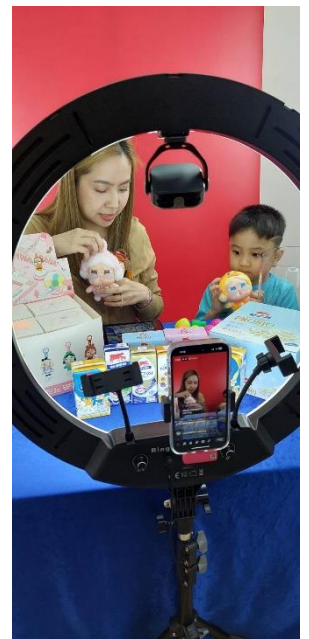
\*\*\*\*\*

รางวัล Top Spender ท่านสุดท้ายยังรออยู่...

- 📢 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ! พร้อมส่งฟรี 50 ครั้งแรก
- 📢 ต่อที่ 2 ซื้อครบตามที่กำหนด ลุ้นรางวัลทันทีที่ท่าย LIVE
- 📢 ต่อที่ 3 สะสมยอดซื้อ (Top Spender) ผ่าน LIVE 3 ท่านแรก ที่มียอดซื้อครบ 5,999 บาท รับรางวัลพิเศษ! (สะสมยอดซื้อได้ถึง 31 มีนาคม 2568)

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด  
#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



พุงนี้แจกน้อง Crybaby ตัวสุดท้าย !

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

📣 กติกาง่ายๆ ชื้อครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/p/1KFzGarYMi/>



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/655458813699762>



📣 กิจกรรม “ดื่มปุ๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” กลับมาแล้ว!

ร่วมลุ้นรางวัลง่าย ๆ เพียงส่งกล่องเปล่านมยูเอชที ทุกรสชาติ ขนาดใดก็ได้  
ตัด ล้าง ตาก แปะชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทร ให้ชัดเจน

ร่วมลุ้นรางวัลจากไทย-เดนมาร์ก รวมมูลค่ากว่า 4 แสนบาท รางวัลใหญ่ ทองรูปพรรณหนัก 1 บาท 🌟

เริ่มส่งกล่องเปล่า ได้ตั้งแต่วันที่ 24 มี.ค. 2568 จนถึงวันที่ 27 มิ.ย. 2568

จับรางวัลผู้โชคดี 4 ครั้ง ตั้งแต่เดือน เมษายน 2568 - เดือน กรกฎาคม 2568

ดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้: <https://shorturl.at/jYK7K>

ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี @ ด้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก #ดื่มปุ๊บลุ้นรับโชคครั้งที่2

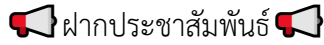


\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/1822177711952147>



\*\*\*\*\*



กิจกรรม “ดื่มบูบ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” กลับมาแล้ว!

ร่วมลุ้นรางวัลง่าย ๆ เพียงส่งกล่องเปล่าผ่านยูเอชที ทุกรสชาติ ขนาดใดก็ได้

ตัด ล้าง ตาก แปะชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทร ให้ชัดเจน

ร่วมลุ้นรางวัลจากไทย-เดนมาร์ค รวมมูลค่ากว่า 4 แสนบาท

รางวัลใหญ่ ทองรูปพรรณหนัก 1 บาท

จับรางวัลผู้โชคดีทุกเดือน ตั้งแต่เดือน เมษายน 2568 - เดือน กรกฎาคม 2568

ดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้ :

[https://docs.google.com/document/d/1mgy5Qjpbkvq5XV--3\\_CxyhHaGzQ9vTrymyiwB-](https://docs.google.com/document/d/1mgy5Qjpbkvq5XV--3_CxyhHaGzQ9vTrymyiwB-oljg/edit?tab=t.0)

[oljg/edit?tab=t.0](https://docs.google.com/document/d/1mgy5Qjpbkvq5XV--3_CxyhHaGzQ9vTrymyiwB-oljg/edit?tab=t.0) หมายเหตุ ขอสงวนสิทธิ์ให้ลูกค้าภายนอกเท่านั้น

\*\*\*\*\*

4.4 ซื้องนมราคาพิเศษ ต้อนรับหน้าร้อน !!

นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

กดติงง่ายๆ ซื้องครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark

\*\*\*\*\*



พรุ่งนี้ 10.00 น. มาลุ้นโปรเซอร์ไพรส์ใน Live !!

นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

กดติงง่ายๆ ซื้องครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีท้าย LIVE

ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark

\*\*\*\*\*



<https://www.facebook.com/share/v/1FjQF92Fjq/?mibextid=wwXlfr>

กำหนดการจับรางวัล ครั้งที่ 1

ภายใต้โครงการชิงของรางวัลเพื่อส่งเสริมการตลาดและการขายนมไทย-เดนมาร์ก ยูเอชที วันพฤหัสบดีที่ 10 เมษายน 2568 เวลา 13.30 น. เป็นต้นไป

ณ สำนักงาน อ.ส.ค. กทม. ท่านสามารถติดตาม Live สด

การจับรางวัล ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark ตั้งแต่เวลา 13.30 น. เป็นต้นไป

<https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>



\*\*\*\*\*

“ดื่มปั๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2”

ประกาศรายชื่อผู้โชคดี จากการจับรางวัลครั้งที่ 1 ในวันที่ 10 เมษายน 2568

รางวัลที่ 1 : จักรยานไฟฟ้า DYU 1 รางวัล มูลค่า 30,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณ คุณมณูญ วิศวกรรมภาพ

รางวัลที่ 2 : Samsung Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล มูลค่า 20,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณช่อทิพย์ พัฒนวงศ์ปราการ

รางวัลที่ 3 : AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 8,990 บาท รวมมูลค่า 17,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณ คุณชนกพรรณ จำนงค์พลี

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณวีราพัชร จิรเทียนธรรม

รางวัลที่ 4 : Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 6,990 บาท รวมมูลค่า 13,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณศิรินาฏ แม้นเหมือน

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณณัฐพล บุญนิชานนท์

รางวัลที่ 5 : เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier 4compact จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 2,990 บาท

รวมมูลค่า 5,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณรัตนา ตีณรงค์

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณสุชาติ ล้อมเล็ก

ผู้โชคดีที่ได้รับรางวัล สามารถส่งสำเนาบัตรประชาชน (เช่นสำเนาถูกต้อง) เพื่อยืนยันสิทธิ์ในการรับรางวัลได้ทาง

Inbox Facebook : Thai-Denmark ภายในวันที่ 22 เมษายน 2568 เวลา 18:00 น. ติดตาม Live สด การจับ

รางวัลครั้งที่ 2 ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark ในวันที่ 7 พ.ค. 2568 เวลาประมาณ 13.30 น. เป็นต้นไป

และจะประกาศผลอย่างเป็นทางการ ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark วันที่ 13 พ.ค. 2568 เวลา 18:00 น.

สำหรับผู้ที่มีพลาดรางวัลในการประกาศรางวัลที่ 1 ยังมีโอกาสลุ้นเป็นผู้โชคดีได้ในรอบถัดไป อย่าลืมส่งกล่องเปล่านม

ไทย-เดนมาร์ก มาร่วมลุ้นกันเยอะๆ น้าดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้:

[#thaidenmark](https://shorturl.at/jYK7K#thaidenmark) #ไทยเดนมาร์ก #ดื่มปั๊บลุ้นรับโชคครั้งที่2



พรุ่งนี้ 11.00 น. โปรตี เซนเคย พบกันใน Live !!

📣 นมไทย-เดนมาร์ค อายุยาว ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

📣 กติกาง่ายๆ ชื้อครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีที่ท่าย LIVE

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

วันนี้ 11.00 น. พบกันใน Live !! ลุ้นกล่องจุ่มสุดท่าย ก่อนแจก box ใหม่

📣 นมไทย-เดนมาร์ค สินค้าใหม่ ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลัง

📣 กติกาง่ายๆ ชื้อครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีที่ท่าย LIVE

📣 ทุกยอดซื้อ สะสมไว้ลุ้นของรางวัลปังๆ

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/share/v/193fsPaLSs/?mibextid=wwXlfr>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

ประกาศรายชื่อผู้โชคดี จากการจับรางวัลครั้งที่ 2 กิจกรรม “ดื่มปุ๊ป ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2568

รางวัลที่ 1 : จักรยานไฟฟ้า DYU 1 รางวัล มูลค่า 30,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณแสงทิพย์ เอกสิทธิ์

รางวัลที่ 2 : Samsung Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล มูลค่า 20,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณสายทอง วอห์ล่า

รางวัลที่ 3 : AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 8,990 บาท รวมมูลค่า 17,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณภูมิพัฒน์ วัฒนประสิทธิ์

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณปกรณ์ สถิตอยู่คู่ไทย

รางวัลที่ 4 : Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 6,990 บาท รวมมูลค่า 13,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณวิไลลักษณ์ คฤหเดช

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณธรรศธรรม ตระกูลศีลธรรม



รางวัลที่ 5 : เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier 4compact จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 2,990 บาท  
รวมมูลค่า 5,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณชัยรินทร์ ล้อมเล็ก

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณจันทร์จิรา จำรัส

ผู้โชคดีที่ได้รับรางวัล สามารถส่งสำเนาบัตรประชาชน (เช่นสำเนาถูกต้อง) เพื่อยืนยันสิทธิ์ในการรับรางวัลได้ทาง

Inbox Facebook : Thai-Denmark ภายในวันที่ 22 พฤษภาคม 2568 เวลา 18:00 น. ติดตาม Live สด การจับ

รางวัลครั้งที่ 3 ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark ในวันที่ 5 มิ.ย. 2568 เวลาประมาณ 13.00 น. เป็นต้นไป

และจะประกาศผลอย่างเป็นทางการ ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark วันที่ 10 มิ.ย. 2568 เวลา 18:00 น.

ผู้ที่พลาดรางวัลในการประกาศรางวัลที่ 1-2 ยังมีโอกาสลุ้นเป็นผู้โชคดีได้ในรอบถัดไป ดูรายละเอียดกิจกรรมและ

เงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้: <https://shorturl.at/jYK7K>

\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/share/v/18noUgJuj9/?mibextid=wwXlfr>



\*\*\*\*\*

11.00 น. โปรตี เช่นเคย พบกันใน Live !!

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก


📣 กติกาต่างๆ ซื้องครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลทันทีที่ท่าย LIVE

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/1340853777004940>

\*\*\*\*\*



ขอเชิญพนักงาน สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ ฯลฯ เข้าร่วมกิจกรรม

“ดื่มนมอย่างไร ให้ไกลโรค” มาร่วมหาคำตอบพร้อมกันใน Live 




- เสวนาวิชาการ พบกับ ผศ.ดร.สุภัทร์ ไชยกุล

อาจารย์ประจำภาควิชาโภชนวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล


- สาธิตการทำเมนูพิเศษ


- แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่

★ กิจกรรมพิเศษ! จับรางวัลผู้โชคดีที่เข้าร่วมรับชมกิจกรรม Live Streaming


 วันที่ 28 พฤษภาคม 2568  เวลา 10.30 - 12.00 น.  ชั้น 1 สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ และรับชมผ่าน Facebook Page : Thai-Denmark

\*\*\*\*\*

อย่าลืม!! มาพบกันที่ Live “ดื่มนมอย่างไร ให้ไกลโรค” ตั้งแต่ 10.30 น. เป็นต้นไป 

★ พิเศษกิจกรรมลุ้นรางวัลท้าย Live เพียงแชร์ Live เขียน Caption ถึงผลิตภัณฑ์ หรือไทย-เดนมาร์ก เปิดสาธารณะ และแคปหน้าจอส่งที่ inbox page  โปรโมชัน นมไทย-เดนมาร์ก นิวทริแคล ขนาด 250 มล. แบบโหล ราคาพิเศษ รวมค่าบริการจัดส่งสินค้าฟรี (เฉพาะในไลฟ์เท่านั้น)

 วันที่ 28 พฤษภาคม 2568

 เวลา 10.30 - 12.00 น.

 รับชมผ่าน Facebook Page : Thai-Denmark



\*\*\*\*\*

กล่องนมที่หลายคนทิ้งขยะอย่างไร้ค่า แต่ในความเป็นจริงแล้ว สามารถบริจาคเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้กล่องยูเอชที มีกระดาษ อะลูมิเนียมฟอยล์ และพลาสติก ประเภทโพลีเอททิลีน เป็นส่วนประกอบ เมื่อถูกนำมาตัดย่อยเป็นชิ้นเล็กๆ ขึ้นรูปเป็นแผ่นหนาๆ และนำเข้าเครื่องอัดรีดที่มีอุณหภูมิสูง จะหลอมเป็นเนื้อเดียวกัน วัสดุที่ได้จากการรีไซเคิลกล่องนม จะคุณสมบัติ

- กันน้ำได้ดี กันปลวกได้ 100% และไม่เป็นขุย
- เป็นฉนวนกันความร้อนและเสียงได้อย่างดี
- ตัดโค้งและทำเป็นรูปร่างต่างๆ ได้ตามความต้องการ
- สามารถเลื่อย ตัด ตัด ตัด ทากาว เจาะ และยึดด้วยตะปูได้ เช่นเดียวกับแผ่นไม้

สามารถนำมาแปรรูปเป็น แผ่นหลังคา วงกบสังเคราะห์ ไม้เทียมสังเคราะห์ โต๊ะ เก้าอี้ อีโค บรีค นำไปใช้แทนอิฐ หรือแทนวัสดุก่อสร้างได้ ทราบดังนี้แล้วเพื่อน ๆ อย่าลืมตัด ล้าง ตาก กล่องนม แล้วนำไปบริจาคกันเยอะๆ นะคะ เช็กสถานที่รับบริจาคกล่องนมได้ที่นี้ : <https://shorturl.at/vTa7D> หรือจะส่งมาร่วมกิจกรรม “ดื่มปุ๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้: <https://shorturl.at/jYK7K> ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ค อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ค

LINE ID: @thai-denmark (มี@ด้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>


 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>



 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ค #ดื่มปุ๊บลุ้นรับโชคครั้งที่2



\*\*\*\*\*

 ต้อนรับเปิดเทอม เสริมความมั่นใจให้ลูก ด้วยนมกล่อง ไทย-เดนมาร์ค โอเมก้าพลัส นมกล่องโปรดของคุณ ของจำเป็นที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่บ้านหรือไปโรงเรียน พ่อแม่ควรปลูกฝังให้ลูกดื่มนมเป็นประจำ ด้วยนมโอเมก้าพลัส ที่มีส่วนผสมของวิตามินและแร่ธาตุ มีส่วนช่วยในการบำรุงสมองและสายตา

 ซ้อผลิตภัณฑ์นมจากไทย-เดนมาร์ค คลิกเลย! 



\*\*\*\*\*

👤 ต้อนรับวันตีมนมโลก 2025 ด้วยโปรโมชั่นดีๆ ที่ Tops และ Tops daily

📍 Tops : ซื้อผลิตภัณฑ์นมยูเอชที ที่ร่วมรายการครบ 1,200 บาทขึ้นไปต่อ 1 ใบเสร็จ ลดทันที 120 บาท

📍 Tops Daily : ซื้อผลิตภัณฑ์นมยูเอชที ที่ร่วมรายการครบ 150 บาทขึ้นไปต่อ 1 ใบเสร็จ ลดทันที 15 บาท

เริ่มตั้งแต่วันที่ 28 พ.ค. 68 ถึงวันที่ 10 มิ.ย. 68

ที่ Tops และ Tops Daily ทุกสาขา

ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก



\*\*\*\*\*

🌟 นมยังคงจำเป็นสำหรับคนทุกวัย องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ หรือ FAO จึงกำหนดให้วันที่ 1 มิถุนายนของทุกปี เป็นวันตีมนมโลก (World Milk Day) ตามสโลแกน "นมไทยดี มีประโยชน์ เมนูโปรด ของคนทุกวัย" เพื่อส่งเสริมให้ทุกคนตีมนมเป็นประจำวันตีมนมโลกปีนี้ พี่ว้าวแดงขอเชิญชวนให้เพื่อน ๆ ตีมนมเพื่อสุขภาพ เพราะนอกจากจะมีโปรตีนแล้ว ยังเสริมแคลเซียมให้ร่างกาย ลดความเสี่ยงของกระดูกพรุนได้อีกด้วย แนะนำให้ตีมนมจืด 2 แก้ว ทุกวัน เพื่อสุขภาพที่ดีทุกวัย ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก #วันตีมนมโลก #WorldMilkDay



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/2183101658825480>



\*\*\*\*\*

เตรียมตัวพบกับ การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก ในโครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง 1 ท้องถิ่น 1 สินค้าเกษตรมูลค่าสูง งานเดียวที่รวบรวมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากทั่วทุกภูมิภาคมาจำหน่าย ในราคาพิเศษ จัดโดย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 - 8 มิถุนายน 2568 ณ เดอะคริสตัล ชัยพฤกษ์ จ.นนทบุรี

เลือกซื้อสินค้าจากไทย-เดนมาร์ก อาทิ

- ★ นมยูเอชที รสจืด สูตรปกติ
- ★ นมโอเมก้าพาลัส
- ★ นมแลคโตสฟรี และนมแลคโตสฟรี โอเมก้าพาลัส
- ★ ไทย-เดนมาร์ก นิวทริแคล เครื่องดื่มสูตรโปรตีนนมและโปรตีนข้าว
- ★ นมอัดเม็ด
- ❤️💙 สุดพิเศษ!! เฉพาะวันที่ 5 มิถุนายน 2568



แวะมาเติมความสดชื่น! แค ถ่ายรูปพร้อมเช็คอินที่บูธนมไทย-เดนมาร์ก รับ ผลิตภัณฑ์นมฟรี 1 กล่อง ไปเลย! ห้ามพลาดนะ! (ของมีจำนวนจำกัด)

\*\*\*\*\*

"ดื่มปุ๊บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2"

จับรางวัลผู้โชคดี ครั้งที่ 3

<https://www.facebook.com/share/v/19Fj7FpSyg/?mibextid=wwXlfr>



\*\*\*\*\*

ประกาศรายชื่อผู้โชคดี จากการจับรางวัลครั้งที่ 3 กิจกรรม “ตี๋มบี้บ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” ในวันที่ 5 มิถุนายน 2568 ที่ผ่านมา

รางวัลที่ 1 : จักรยานไฟฟ้า DYU 1 รางวัล มูลค่า 30,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณอำนาจ ชูชื่นมานะกิจ

รางวัลที่ 2 : Samsung Smart TV ขนาด 65 นิ้ว จำนวน 1 รางวัล มูลค่า 20,990 บาท

ผู้โชคดี ได้แก่ คุณศิริวรรณ ใหญ่สติถย์

รางวัลที่ 3 : AirPods Pro 2 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 8,990 บาท รวมมูลค่า 17,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณสิทธิชัย ล้อมเล็ก

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณกชพร เจียมขุนทด

รางวัลที่ 4 : Galaxy Tab A9 จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 6,990 บาท รวมมูลค่า 13,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณชโลธร จำนงค์พลี

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณสุนีย์ ยาชัย

รางวัลที่ 5 : เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi Smart Air Purifier 4compact จำนวน 2 รางวัล ๆ ละ 2,990 บาท รวมมูลค่า 5,980 บาท

ผู้โชคดีท่านแรก : คุณอัมพร แก้วจันทร์

ผู้โชคดีท่านที่สอง : คุณวุฒิ ภูโปรง

ผู้โชคดีที่ได้รับรางวัล สามารถส่งสำเนาบัตรประชาชน (เช่นสำเนาถูกต้อง) เพื่อยืนยันสิทธิ์ในการรับรางวัลได้ทาง

Inbox Facebook : Thai-Denmark ภายในวันที่ 20 มิ.ย. 2568 เวลา 18:00 น.

ติดตาม Live สด การจับรางวัลครั้งที่ 4 ครั้งสุดท้าย ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark ในวันที่ 1 ก.ค. 2568

เวลาประมาณ 13.30 น. เป็นต้นไป และจะประกาศผลอย่างเป็นทางการ ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark

วันที่ 7 ก.ค. 2568 เวลา 18:00 น.ดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้:

<https://shorturl.at/jYK7K>ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@ด้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก #ตี๋มบี้บลุ้นรับโชคครั้งที่2



\*\*\*\*\*

11.00 น. โปรตี เช่นเคย พบกันใน Live !!

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

📣 กติกาง่ายๆ ซื้อครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลกล่องจุ่ม LaBubu ทันทีท้าย LIVE

[https://www.facebook.com/watch/live?ref=watch\\_permalink&v=1985136258960461](https://www.facebook.com/watch/live?ref=watch_permalink&v=1985136258960461)



\*\*\*\*\*

โอเมก้าพลัส นมที่ใส่ใจทุกคนในบ้าน 🤍 🐮 สารอาหารครบ เด็กดื่มได้ ผู้ใหญ่ดื่มดี!

<https://vt.tiktok.com/ZSk4onUhp/>

📍 หาซื้อได้แล้ววันนี้

🛡️ ส่งผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ค อย่างปลอดภัย

📱 แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ค

LINE ID: @thai-denmark (มี @ ด้านหน้า)

\*\*\*\*\*

11.00 น. โปรตี เช่นเคย พบกันใน Live !!

📣 นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!

📣 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

📣 กติกาง่ายๆ ซื้อครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลกล่องจุ่ม Labubu ทันทีท้าย LIVE

📌 ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*

โค้งสุดท้าย ของการส่งกล่องเปล่า นมยูเอชที ไทย-เดนมาร์ก เพื่อร่วมกิจกรรม “ดื่มบีบ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2” เพียงเตรียมกล่องนมไทย-เดนมาร์ก รสชาติใด ขนาดใดก็ได้ ตัด ล้าง ตาก แปะชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทร ให้ชัดเจน ส่งมาที่ อ.ส.ค.กรุงเทพที่อยู่ : 168/9 ม.10 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 โทร. 0-2157-7044 ภายในวันที่ 27 มิถุนายน 2568 พร้อมร่วมลุ้นรางวัลใหญ่ ทองคำหนัก 1 บาท ติดตาม Live สด การจับรางวัลครั้งที่ 4 ครั้งสุดท้าย ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark ในวันที่ 1 ก.ค. 2568 เวลาประมาณ 13.30 น. เป็นต้นไป และจะประกาศผลอย่างเป็นทางการ ผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark วันที่ 7 ก.ค. 2568 เวลา 18:00 น. ดูรายละเอียดกิจกรรมและเงื่อนไขการร่วมสนุกได้ที่ลิงก์นี้: <https://shorturl.at/jYK7K>

ส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก อย่างปลอดภัย

แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ก

LINE ID: @thai-denmark (มี@ด้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

 ร้านค้า Official : <https://www.thai-denmarkshopping.com/th>

 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก #ดื่มบีบลุ้นรับโชคครั้งที่2



\*\*\*\*\*

แม่ๆที่กำลังแพลนพาลูกเที่ยวนอกบ้านช่วงวันหยุด ต้องเตรียมตัวให้พร้อม ทั้งของใช้จำเป็น และนมกล่องโปรดที่ลูกๆ ชอบถ้าเด็กๆ เบื่อนมจืดสูตรเดิมๆ ลองหานมยูเอชที รสชาติใหม่ๆ ให้ลูกได้ลองบ้าง ส่วนจะมีรสชาติใดบ้างที่วิวแดงจะลองโกดให้ห็นะ


- ไปเที่ยวทะเล อิมท้องด้วยนมยูเอชที โอมเมก้าพลัส เสริมโอเมก้า 3 6 9

- ไปเที่ยวสวนสัตว์ ลองให้เด็กๆ ดื่มนมโยเกิร์ตพร้อมดื่ม เพิ่มความอร่อยและสดชื่น

- ไปเที่ยวฟาร์ม อร่อยไปกับนมยูเอชที รสช็อกโกแลต หรือ สตรอเบอร์รี่ ขนาด 125 มล. นมกล่องไซส์มินิที่เด็กๆ

ชื่นชอบ <https://www.facebook.com/share/v/1CAzMqoPGF/>

\*\*\*\*\*

 พรุ้งนี้! มาร่วมลุ้นรางวัลใหญ่ในการจับรางวัลครั้งที่ 4 จากกิจกรรม "ดื่มบีบ ลุ้นรับโชค ครั้งที่ 2" ที่นอกจากจะมีรางวัล จักรยานไฟฟ้า DYU , Samsung Smart TV , AirPods Pro 2 , Galaxy Tab A9 , เครื่องฟอกอากาศ Xiaomi Mi ที่เราแจกมาอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังมีรางวัลใหญ่ ทองรูปพรรณหนัก 1 บาท ให้ร่วมลุ้นอีกด้วย รับชม Live ในวันอังคารที่ 1 กรกฎาคม 2568 เวลา 13.30 น.

 <https://www.facebook.com/share/1Jgn7xvm1E/?mibextid=wwXlfr>


ประกาศผลรายชื่อผู้โชคดีผ่านทาง Facebook : Thai-Denmark วันที่ 5 กรกฎาคม 2568 เวลา 18:00 น.





\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/705885568936046>

11.00 น. โปรตีเช่นเคย !!

 นมไทย-เดนมาร์ก ราคาพิเศษ!

 รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก

 กติกาต่างๆ ซื้องครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลกล่องจุ่ม Crybaby Sunset Concert ทันทันท้าย LIVE



\*\*\*\*\*

Thai-Denmark Omega Plus School Visit 68 กลับมาแล้ว!!

พบกับพี่ ๆ บูนบูนเจอร์ และพี่วิวแดง


ชมละครสั้นเรื่องการรักโลก พร้อมกิจกรรมสนุก ๆ และรับนมไปดื่มเพื่อสุขภาพกันเต็ม ๆ

น้อง ๆ ทั้ง 10 โรงเรียนนี้ เจอกันนนนน

วันอังคารที่ 19 สิงหาคม

โรงเรียนยุววิทยา

โรงเรียนอนุบาลสระบุรี

 วันพุธที่ 20 สิงหาคม 2568

ตารางโรงเรียน School Visit 2025							
Project : ไทย-เดนมาร์ก							
No.	วันที่	ช่วงเวลา	โรงเรียน	เขต	จำนวนเด็ก	ระดับชั้น	เบอร์ติดต่อ
1	วันจันทร์ที่ 19 สิงหาคม 2568	08.00-10.30 น. 13.00-14.30 น.	โรงเรียนยุววิทยา โรงเรียนอนุบาลสระบุรี	อำเภอเมือง	750	อ.1-ป.6	ครู 086-312-0041 / 098-564-4998
2	วันพุธที่ 20 สิงหาคม 2568	08.00-10.30 น. 13.00-14.30 น.	โรงเรียนรัตนรังษีศึกษา โรงเรียนเจ้าฟ้าวิทยา	อำเภอเวียงเหล็ก	600	ป.1-ป.6	ครูหญิง 081-704-9695
3	วันพฤหัสบดีที่ 21 สิงหาคม 2568	08.00-10.30 น. 13.00-14.30 น.	โรงเรียนอนุบาลมวกเหล็ก โรงเรียนพิระวิทยา	อำเภอเวียงเหล็ก	400	อ.1-ป.6	ครูหญิง 083-999-1396
4	วันจันทร์ที่ 25 สิงหาคม 2568	08.00-10.30 น. 13.00-14.30 น.	โรงเรียนวัดป่าจี้ โรงเรียนวัดบางพูน	อำเภอสามโคก	550	อ.1-ป.6	ครูหญิง 092-690-6622
5	วันพุธที่ 27 สิงหาคม 2569	08.00-10.30 น. 14.30-15.30 น.	โรงเรียนเทศบาลท่าโขลง โรงเรียนคลองบ้านพร้าว	อำเภอคลองหลวง อำเภอสามโคก	900	อ.1-ป.6	ครูหญิง 084-730-7785 ครูหญิง 098-1899-548 นางสาวจิราภรณ์ 080-445-7008 นางสาวจิราภรณ์ 089-898-9807

โรงเรียนรัตนรังษีศึกษา

โรงเรียนเจ้าฟ้าวิทยา

♥ วันพฤหัสบดีที่ 21 สิงหาคม 2568

โรงเรียนอนุบาลมวกเหล็ก

โรงเรียนพิระวิทยา

♥ วันจันทร์ที่ 25 สิงหาคม 2568

โรงเรียนวัดป่าจี้

โรงเรียนวัดบางพูน

♥ วันพุธที่ 27 สิงหาคม 2569

โรงเรียนเทศบาลท่าโขลง 1

โรงเรียนคลองบ้านพร้าว

#THAIDENMARK#CARTOONCLUB#SCHOOLVISIT68



\*\*\*\*\*

<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/771264549187833>



\*\*\*\*\*

🤩 พี่วิวแดง อยากชวนเพื่อน ๆ ถ่ายภาพหรือคลิปคู่กับผลิตภัณฑ์ไทย-เดนมาร์ก ลงในช่องตีกต็อกของตัวเอง พร้อมบอกความในใจสั้นๆ ว่าเราผูกพันกันมานานแค่ไหน ลุ้นรับกระเป๋าผ้า จากไทย-เดนมาร์ก จำนวน 10 รางวัล กติกา

- กดติดตาม TikTok : Thai-Denmark Official

- ถ่ายภาพหรือคลิปคู่กับผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ก โพสต์คลิปในช่องตีกต็อกของตัวเอง พร้อมบอกความในใจสั้นๆ ถึงนมไทย-เดนมาร์ก แล้ว @ ช่อง Thai-Denmark Official และใส่ #thaidenmark #ไทยเดนมาร์ก และตั้งคำ เป็นสาธารณะ

- คลิปไหนโดนใจกรรมการ มีสิทธิ์ลุ้นรับกระเป๋าผ้าแคนวาส ที่ระลึกจากไทย-เดนมาร์ก จำนวน 10 รางวัล

✓ ระยะเวลาร่วมกิจกรรม ตั้งแต่วันที่ 25 ส.ค. 68 - 10 ก.ย. 68

ประกาศรางวัลวันที่ 19 ก.ย. 68 ทาง Facebook และ TikTok : Thai-Denmark Official มาวัดความน่ารักของน้อง ๆ หรือคนในครอบครัวที่ชอบดื่มนมไทย-เดนมาร์คกันได้เลยนำส่งผลิตภัณฑ์ ไทย-เดนมาร์ค อย่างปลอดภัย แอด LINE Official ไทย-เดนมาร์ค

LINE ID: @thai-denmark (มี@d้านหน้า)

Link : <https://page.line.me/thai-denmark>

🛒 ร้านค้า Official : <https://www.thaidenmark.com>

🛒 Shopee : <https://shopee.co.th/thaidenmarkmall>

🛒 Lazada : <https://s.lazada.co.th/s.24Cgu>

#thaidenmark #ไทยเดนมาร์ค



\*\*\*\*\*

จัดหนักราคาพิเศษ!!

นมไทย-เดนมาร์ค ยูเอชที รสจืด

ขนาด 200 มล. (1 ลัง = 36 กล่อง)

จำหน่ายลังละ 269 บาท

ซื้อ 2 ลัง เพียง 499 บาท

ส่งฟรี EMS !!

(ราคาปกติลังละ 370 บาท)

ผลิตภัณฑ์หมดอายุ เดือน กันยายน 2568

สั่งซื้อทาง Inbox Facebook : Thai-Denmark ได้ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

#ไทยเดนมาร์ค #นมวัวแดง

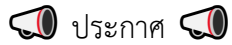


\*\*\*\*\*

<https://vt.tiktok.com/ZSAgKj9Ak/>



\*\*\*\*\*



อีก 6 โรงเรียนเพิ่มเติมที่ทางพีวีว้แดงจะไปทำกิจกรรมเยี่ยมโรงเรียน ร่วมกับพี่ๆ ขบวนการ 5 สีกับกิจกรรม Thai-Denmark Omega Plus School Visit 2568 ชมละครสั้นเรื่องการรักษโลก พร้อมกิจกรรมสนุกๆ และรับนมไปดื่มเพื่อสุขภาพกันเต็มๆ น้องๆ ทั้ง 6 โรงเรียนนี้ เจอพีวีว้แดง

แน่นอน#THAIDENMARK#SCHOOLVISIT68#CARTOONCLUB



\*\*\*\*\*

9.9 Mega Sale !!

มาแต่เช้า 09.30 น. พบกันใน Live !!



นมไทย-เดนมาร์ค ราคาพิเศษ!



รับสิทธิ์ส่งฟรี 50 ลังแรก



กติกาง่ายๆ ซื้องครบ 2 ลัง ลุ้นรางวัลกล่องจุ่มทันทีท้าย LIVE



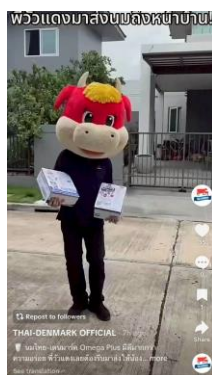
ดูไลฟ์สด : <https://www.facebook.com/ThaiDenmarkOfficial>

\*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

#ไทยเดนมาร์ค #ThaiDenmark



\*\*\*\*\*



<https://vt.tiktok.com/ZSD8BR9To/>

\*\*\*\*\*



<https://vt.tiktok.com/ZSD6aHNEd/>

\*\*\*\*\*



<https://www.facebook.com/100064442482286/videos/1366345065067142>

\*\*\*\*\*