

เคเอฟซี ค้นหาผู้ชนะจาก 5 ทีมสุดท้าย โครงการ “KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม” การประกวดสุดยอดแผนพัฒนาสังคมระดับประเทศ ครั้งแรกของเคเอฟซี



เคเอฟซี ค้นหาผู้ชนะจาก 5 ทีมสุดท้าย โครงการ “KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม” การประกวดสุดยอดแผนพัฒนาสังคมระดับประเทศครั้งแรกของเคเอฟซี

เคเอฟซี ประเทศไทย ประกาศทีมชนะเลิศจากสุดยอด 5 ทีมตัวแทนภูมิภาคที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายในโครงการ “KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม” โครงการประกวดแผนกิจกรรมพัฒนาสังคมที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรกโดยเคเอฟซี หลังเปิดรับสมัครและคัดเลือกอย่างเข้มข้นเป็นเวลากว่า 6 เดือน จากแผนงานทั้งหมดกว่า 600 แผนของนิสิตนักศึกษาทั่วประเทศที่ส่งเข้าประกวด โดยตัดสินรางวัลชนะเลิศวันนี้ หลัง 5 ทีมสุดท้ายนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการจากหลายหน่วยงานและสาขาอาชีพ รวมถึงคณะผู้บริหารของเคเอฟซี ประเทศไทย

โครงการ “KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม” ริเริ่มขึ้นภายใต้แบรนด์ดีเอ็นเอของเคเอฟซีที่ว่า KFC Always Original เป็นตัวจริง...เป็นสิ่งที่ดีที่สุด มุ่งให้นิสิตนักศึกษาแสดงความเป็นตัวของตัวเองโดยใช้ความคิด ความสามารถและความชำนาญของตนให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนด้วยการนำเสนอแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาในชุมชนภายใต้หัวข้อ Passion for Food เกี่ยวข้องกับอาหารและโภชนาการ Passion for Life เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตในชุมชนอย่างมีเป้าหมาย อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้สังคมน่าอยู่ และ Originality เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ วัฒนธรรมหรือมรดกของชุมชนนั้นๆ โดยทำการประชาสัมพันธ์โครงการ ณ 65 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศและได้รับความสนใจจากนิสิต นักศึกษาส่งแผนงานเข้าประกวดมากกว่า 600 แผนงาน จากนั้นผ่านการคัดเลือกโดยคณะกรรมการเหลือ 15 ทีมซึ่งได้รับทุนสนับสนุนทีมละ 20,000 บาทเพื่อทำโครงการให้เกิดขึ้นจริงและใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ในการสื่อสารโครงการ และสุดท้าย คัดเลือกเหลือเพียง 5 ทีมที่เป็นตัวแทนภูมิภาคและผ่านเข้าสู่อันดับชนะเลิศ ได้แก่

- ทีม The Three Heroes CU จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตัวแทนกรุงเทพฯและปริมณฑล นำเสนอโครงการ “So green so good” กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแยกขยะและรณรงค์ให้เกษตรกรหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมีที่ปัจจุบันมีการใช้เกินความจำเป็น โดยการนำเศษกระดูกไก่จากร้านเคเอฟซีที่เหลือทิ้งมาแปรรูปเป็นปุ๋ยและ

นำไปแจกจ่ายให้กับเกษตรกรที่บ้านเนินรัก อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี

- ทีม The Lighting จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ตัวแทนภาคเหนือ นำเสนอโครงการ “การรณรงค์และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารกึ่งสุกกึ่งดิบ ชุมชนบ้านแม่แป้น” รณรงค์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารดิบและอาหารกึ่งสุกกึ่งดิบของชาวชุมชนบ้านแม่แป้น ต.นาแก อ.งาว จ.ลำปาง เพื่อลดการเกิดโรคร้ายต่างๆ ที่บั่นทอนสุขภาพของคนในชุมชน

- ทีม WU KFC จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ตัวแทนภาคใต้ นำเสนอโครงการ “ตะลอนทัวร์เชิดชมโนราห์สู่ชุมชน” ฟื้นฟูการแสดงมโนราห์ให้เยาวชนเด็กรุ่นใหม่เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และจัดตั้งศูนย์อนุรักษ์วัฒนธรรมมโนราห์ให้กับชุมชน ทีมมหาวิทยาลัยมกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาศไครราช อ.พระพรหม จ.นครศรีธรรมราช

- ทีม โอ๊บ โอ๊บ เทคโนโลยีโคราช จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ตัวแทนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นำเสนอโครงการ “มหัศจรรย์กบทำเงิน” รณรงค์ให้เกิดการเลี้ยงกบในขวดพลาสติก โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งที่พื้นที่การเกษตรประสบปัญหาดินเค็ม และช่วยเสริมรายได้แก่ชาวชุมชนหมู่บ้านซิมพัฒนา ต.สัมฤทธิ์ อ.พิมาย จ.นครราชสีมา

- ทีม Give me a hand จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ตัวแทนภาคกลาง นำเสนอโครงการ “ไก่อรักษ์ดิน คืนถิ่น นองบอนแดง” กระตุ้นจิตสำนึกผู้บริโภคในการแยกกระดูกไก่และส่งเสริมเกษตรกรชุมชนบ้านพยอม ต.หนองบอนแดง อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี ในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพจากกระดูกไก่เพื่อช่วยในการปรับหน้าดิน

นางสาวณิชาธิ์ อชญาสิทธิวัตร ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ส่วนบริหารแบรนด์และการสื่อสารการตลาด เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด และหนึ่งในคณะกรรมการประจำโครงการ กล่าวว่า “โครงการ KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม จัดขึ้นเป็นครั้งแรก ถือเป็นอีกโครงการเพื่อสังคมของเคเอฟซีที่มอบโอกาสด้านการเรียนรู้สร้างสรรค์ให้เยาวชนของประเทศได้มีประสบการณ์ชีวิต พัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อให้เติบโตเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม ซึ่งถือเป็นพันธกิจระดับโลกของยัม! แบรินด์ส์ ینگ์ที่นอกจากจะบรรเทาความหิวโหยของคนในสังคมทั่วโลกแล้ว ยังส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอีกด้วย เคเอฟซี อยากให้โครงการนี้สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนไทยหันมาช่วยกันสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวก เริ่มจากชุมชนที่พวกเขาอาศัยอยู่ และขยายวงกว้างไปยังสังคมและประเทศของเรา”

ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ที่ปรึกษาและนักกลยุทธ์การสื่อสาร หนึ่งในคณะกรรมการฯ กล่าวเสริมว่า “การที่องค์กรเอกชนเห็นความสำคัญของชุมชน สังคม ช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความรับผิดชอบ มุ่งพัฒนาสร้างสรรค์ นำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า หรือผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากสนับสนุนให้เยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญต่อชุมชน สังคม และประเทศ ได้มีส่วนร่วมตั้งแต่การคิด สร้างสรรค์ พัฒนา ปฏิบัติจริง เกิดผลที่เห็นได้จากกระบวนการตั้งแต่วางแผนจนถึงสิ้นสุด นอกจากจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจแล้ว ยังเป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญในการต่อยอดเมื่อก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ต่อไป”

คุณสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ ผู้ดำเนินรายการคนค้นคน หนึ่งในคณะกรรมการฯ กล่าวว่า “จากผลงานที่ทั้ง 5 ทีมสุดท้ายได้นำเสนอ เห็นได้ว่าทุกทีมล้วนเข้าใจในความต้องการของชุมชน และมองเห็นถึงแนวทางการปรับปรุงพัฒนา และเรียนรู้กระบวนการ วิถีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้ นอกจากนี้เป็นการนำทักษะ ความรู้ความเข้าใจจากในห้องเรียน จากการเข้าแคมป์อบรม และสร้างสรรค์นำมาปรับใช้จริงแล้ว การเป็นคนในพื้นที่ เห็นสภาพแวดล้อมจริง ทำให้แผนงานโครงการที่คิดขึ้นเพื่อสังคม เกิดจากใจอย่างแท้จริง”

คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกทีมชนะเลิศจากเกณฑ์ ได้แก่ การสร้างโครงการที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์และพันธกิจของแบรนด์เคเอฟซี เทคนิคการนำเสนอโครงการ ความยั่งยืนของโครงการและโอกาสในการต่อยอดในอนาคต การใช้สื่อเพื่อนำเสนอผลงาน รวมถึงการตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการ โดย 5 ทีมตัวแทนภูมิภาคจะได้รับรางวัลทุนการศึกษา โฉรางวัลพร้อมเกียรติบัตร บัตรกำนัลเคเอฟซี รวมมูลค่ากว่า 500,000 บาท และทีมที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจะได้รับโอกาสเข้าร่วมฝึกงานกับเคเอฟซี ประเทศไทยอีกด้วย ติดตามความเคลื่อนไหวของโครงการ KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคมได้ที่ [Facebook.com/KFCCommunityHero](https://www.facebook.com/KFCCommunityHero)

เกี่ยวกับเคเอฟซี ประเทศไทย

เคเอฟซี หนึ่งในแบรนด์ร้านอาหารจานด่วนที่ใหญ่ที่สุดและได้รับความนิยมทั่วโลก ก่อตั้งโดยผู้พันฮาร์แลนด์ แซนเดอร์ ในปี พ.ศ. 2495 เพื่อที่จะส่งมอบไก่ทอดสูตรต้นตำรับและเมนูอาหารคุณภาพชั้นเลิศให้กับลูกค้าทั่วโลกในราคาย่อมเยา สำหรับเคเอฟซี ประเทศไทย บริหารงานโดย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทเซ็นทรัล เรสเทอรองตส์ กรุ๊ป จำกัด เปิดให้บริการสาขาแรกที่ เซ็นทรัลลาดพร้าว ในปี พ.ศ. 2527 จากนั้นได้ขยายสาขาไปทั่วประเทศ ปัจจุบันมีร้านเคเอฟซีกว่า 585 สาขาทั่วประเทศ และเคเอฟซียังคงมุ่งมั่นที่จะคิดค้นและนำเสนอเมนูอาหารใหม่ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ ได้คุณภาพ ปลอดภัย ตามมาตรฐานระดับโลก พร้อมสร้างพนักงานคุณภาพเพื่อมอบประสบการณ์การให้บริการอันอบอุ่นและดีที่สุดให้กับลูกค้าทั้งในร้านและบริการเดลิเวอรี่ผ่านระบบ call center 1150 และเว็บไซต์ www.kfc.co.th ติดตามข้อมูลข่าวสารของเคเอฟซีประเทศไทยเพิ่มเติมได้ที่ www.kfcthailand.com