



ข่าวจากหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-2259-6172

ข่าวจากหนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย ฉบับประจำวันที 26-31 เดือนธันวาคม พ.ศ.2560 หน้า 9 มูลค่าข่าว 96,456.-

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

สานต่อ KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม

เคเอฟซี ประเทศไทย จัดงานประกาศผล และมอบรางวัลโครงการ “KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม” 2017 ซึ่งจัดต่อเนื่อง เป็นปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด “คิดให้ใช่..แล้วไปให้สุด” ปีนี้มีนักศึกษาทั่วประเทศนำเสนอแผนงานที่ใช้ ความคิดสร้างสรรค์ นำเสนอโครงการพัฒนา ชุมชนและใช้ทรัพยากรจากเคเอฟซีประยุกต์ให้ คุ่มค่าและเกิดประโยชน์ เพื่อให้โครงการสำเร็จ ยั่งยืนรวมกว่า 1,000 โครงการ จนผ่านการคัด เลือกเหลือ 10 ทีมสุดท้ายเพื่อชิงชนะเลิศ

ทีมชนะเลิศ ได้แก่ ทีม Marketing ไฟท์ จาก มหาวิทยาลัยทักษิณ จากโครงการ “เศษอาหาร มหัศจรรย์ สู่ชุมชน คนเลี้ยงปลา บ้านบางไทร” สมาชิกประกอบด้วย สุกีย๊ะ หมดอดัม, สุไมญา หิมะด้า และ ศศิธร จัปประัง ได้รับทุนการศึกษา จำนวน 150,000 บาท ทีมรองชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ ทีม Chic Chic Hero จากมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ จากโครงการ “O.T.Chicken ไก่เล่นทำเงิน” สมาชิกประกอบด้วย ศุภิสรา รวม ธรรม, ชลิตา จ้างประเสริฐ, อัญญาญ์ ภูจอม และ ปฐวีอินทร์สงศ์ได้รับทุนการศึกษาจำนวน 100,000 บาท และ ทีมรองชนะเลิศอันดับ 2 ได้แก่ ทีม Bone to feed จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จากโครงการ “แยกกระดูกไก่เพื่ออาหารใหม่ให้สุนัขจรจัด” สมาชิกประกอบด้วย จิตรานุช รอดมณี, อาทิวราย์ ตระกูลชินรัตน์ และ หทัยทิพย์ ไชยสมบัติ ได้รับ ทุนการศึกษาจำนวน 50,000 บาท นอกจากนี้ ยัง ได้รับโล่รางวัลพร้อมเกียรติบัตรและบัตรกำนัล

เคเอฟซีมูลค่า 10,000 บาทเป็นเวลา 1 ปี โดยได้ รับเกียรติจาก คุณณิชาธิ์ อานาธิติวัตร ผู้ จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด ส่วนบริหารแบรนด์ และการสื่อสารการตลาด เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ดร. วีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ที่ ปรีक्षाและนักกลยุทธ์การสื่อสาร พร้อมด้วย ปรีक्षा งามจันทร์นิจกรผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมตัดสินผลงานและมอบรางวัล

นางสาวณิชาธิ์ อานาธิติวัตร ผู้ จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด ส่วนบริหารแบรนด์ และการสื่อสารการตลาด-เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า เคเอฟซีเล็งเห็นถึง ความสำคัญในการเพาะหลักการและกระบวนการ ความคิดที่ถูกต้องแก่เยาวชนคนรุ่นใหม่จากการคิด ให้ใช่ ด้วยการแนะแนวทางการค้นหาศักยภาพ และความคิดสร้างสรรค์ภายในและนำออกมาเป็น รูปธรรมพร้อมรู้จักนำทรัพยากรโดยรอบมาใช้ให้เกิด ประโยชน์ รวมถึงเข้าใจปัญหาหรือความท้าทายใน สังคมและสามารถผนวกเป็นแนวทางบรรเทา ปัญหาในชุมชนให้เขาได้ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ถัด มาเป็นการสนับสนุนให้ ไปให้สุด ด้วยการลงมือ ปฏิบัติจริงตามแผนงานที่วางไว้ โดยเคเอฟซี ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนและทรัพยากรของ ร้านเคเอฟซีที่มีอยู่หลากหลายเพื่อให้เกิดประโยชน์ แก่โครงการและชุมชนอย่างแท้จริง โดยเคเอฟซี



สนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักและเข้าใจตัวเอง รวมถึงสามารถค้นหาและดึงศักยภาพที่แท้จริง ของตัวเองออกมาได้ ซึ่งศักยภาพเหล่านี้หากได้รับการแนะแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องจะแปร เปลี่ยนเป็นพลังสร้างสรรค์ที่ดีของประเทศไทย และเป็นฮีโร่ของสังคมได้ พื้นที่โครงการนี้เป็น พื้นที่เรียนรู้ ค้นพบศักยภาพของตนเอง สร้างการ เปลี่ยนแปลงที่ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน กระตุ้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ต้องการสร้าง การเปลี่ยนแปลงและใช้ทรัพยากรของเคเอฟซีให้ เกิดประโยชน์และความสำเร็จยั่งยืนที่โครงการ ไม่ เพียงแค่การนำเสนอความคิดเรายังสนับสนุนให้ทุก ทีมลงพื้นที่จริงและปฏิบัติจริงตามแผน ซึ่งทำให้ เกิดความเข้าใจ เข้าถึง ตระหนักและแก้ปัญหา อย่างแท้จริงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น