

โครงการ “เศษอาหารมหัศจรรย์ สู่ชุมชน คนเลี้ยงปลา บ้านบางไทร” จาก ม.ทักษิณ



โครงการ “เศษอาหารมหัศจรรย์ สู่ชุมชน คนเลี้ยงปลา บ้านบางไทร” จาก ม.ทักษิณ นำเศษกระดูกไก่ เคเอฟซี ทำอาหารปลา ช่วยชาวบ้าน ลดต้นทุน รางวัลชนะเลิศใน โครงการ ‘KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม’ 2017

เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด จัดงานประกาศผลและมอบรางวัลโครงการ ‘KFC Community Hero เป็นตัวจริงเพื่อสังคม’ 2017 ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด “คิดให้ใช้...แล้วไปให้สุด” ปีนี้มีนักศึกษาทั่วประเทศนำเสนอแผนงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ นำเสนอโครงการพัฒนาชุมชนและใช้ทรัพยากรจากเคเอฟซีประยุกต์ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์ เพื่อให้โครงการสำเร็จยั่งยืนรวมกว่า 1,000 โครงการ จนผ่านการคัดเลือกเหลือ 10 ทีมสุดท้ายเพื่อชิงชนะเลิศ โดยนำเสนอผลงานต่อหน้าคณะกรรมการ ณ C-Asean Auditorium อาคารไซเบอร์เวิลด์ ทาวเวอร์

ทีมชนะเลิศ ได้แก่ ทีม Marketing ไฟท์ จาก มหาวิทยาลัยทักษิณ จากโครงการ “เศษอาหารมหัศจรรย์ สู่ชุมชน คนเลี้ยงปลา บ้านบางไทร” สมาชิกประกอบด้วย สุกีย๊ะ หมัดอะดัม, สุไมญา หิมะด้า และ ศศิธร จัปป์รัมย์ ได้รับทุนการศึกษาจำนวน 150,000 บาท ทีมรองชนะเลิศอันดับ 1 ได้แก่ ทีม Chic Chic Hero จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จากโครงการ “O.T.Chicken ไก่เส้นทำเงิน” สมาชิกประกอบด้วย สุภิสรา รวมธรรม, ชลิตา จ้างประเสริฐ, อธิภาณุ ภูจอม และ ปวีร์ อินทร์สงค์ ได้รับทุนการศึกษาจำนวน 100,000 บาท และ ทีมรองชนะเลิศอันดับ 2 ได้แก่ ทีม Bone to feed จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จากโครงการ “แยกกระดูกไก่เพื่ออาหารใหม่ให้สุนัขจรจัด” สมาชิกประกอบด้วย จิตรานุช รอดมณี, อาทิวราห์ ตระกูลชินรัตน์ และ หทัยทิพย์ ไชยสมบัติ ได้รับทุนการศึกษาจำนวน 50,000 บาท นอกจากนี้ ยังได้รับโล่รางวัลพร้อมเกียรติบัตรและบัตรกำนัลเคเอฟซีมูลค่า 10,000 บาทเป็นเวลา 1 ปี โดยได้รับเกียรติจาก คุณณิชาร์ศมี อาชญาสิทธิวัตร ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด ส่วนบริหารแบรนด์และการสื่อสารการตลาด เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ดร. ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ที่ปรึกษาและนักกลยุทธ์การสื่อสาร พร้อมด้วย ปรีห์กมล จันทนิจกร ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมตัดสินผลงานและมอบรางวัล

นางสาวณิชาร์ศมี อาชญาสิทธิวัตร ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด ส่วนบริหารแบรนด์และการสื่อสารการตลาด – เคเอฟซี ประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “เคเอฟซีเล็งเห็นถึง

ความสำคัญในการเพาะหลักการและกระบวนการความคิดที่ถูกต้องแก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ จากการ คิดให้ใช้ ด้วยการ
แนะแนวทางการค้นหาศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ภายในและนำออกมาเป็นรูปธรรม พร้อมรู้จักนำทรัพยากร
โดยรอบมาใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงเข้าใจปัญหาหรือความท้าทายในสังคมและสามารถผนวกเป็นแนวทางบรรเทา
ปัญหาในชุมชนให้ทุกคนได้ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ถัดมาเป็นการ
สนับสนุนให้ ไปให้สุด ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงตามแผนงานที่วางไว้ โดยเคเอฟซีให้การสนับสนุนด้านเงินทุนและ
ทรัพยากรของร้านเคเอฟซีที่มีอยู่หลากหลาย เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่โครงการและชุมชนอย่างแท้จริง โดยเคเอฟซี
สนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักและเข้าใจตัวเองรวมถึงสามารถค้นหาและดึงศักยภาพที่แท้จริงของตัวเองออกมาได้
ซึ่งศักยภาพเหล่านี้หากได้รับการแนะนำแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องจะแปรเปลี่ยนเป็นพลังสร้างสรรค์ที่ดีของ
ประเทศไทยและเป็นฮีโร่ของสังคมได้ พื้นที่โครงการนี้เป็นพื้นที่เรียนรู้ ค้นพบศักยภาพของตนเอง สร้างการ
เปลี่ยนแปลงที่ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน กระตุ้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลง
และใช้ทรัพยากรของเคเอฟซีให้เกิดประโยชน์และความสำเร็จยั่งยืนที่โครงการ ไม่เพียงแค่การนำเสนอความคิด เรา
ยังสนับสนุนให้ทุกทีมลงพื้นที่จริงและปฏิบัติจริงตามแผน ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจ เข้าถึง ตระหนักและแก้ปัญหา
อย่างแท้จริงและมีสิทธิภาพมากขึ้น”

ด้าน สุ-สุกัยยะ หมัตอะตัม, ญา-สุไมญา หิมอะด้า และ มิน-ศศิธร จัปปรัง นักศึกษาสาวชั้นปีที่ 4 คณะเศรษฐศาสตร์
และบริหารธุรกิจ เอกการตลาด จากมหาวิทยาลัยทักษิณ รางวัลชนะเลิศจากโครงการ “เศษอาหารมหัศจรรย์ สู่ชุม
ชน คนเลี้ยงปลา บ้านบางไหนด” เล่าว่า โครงการนี้พวกเราได้ทำการแปรรูปเศษอาหารจากเคเอฟซีที่ถูกคัดทานเหลือ
ทิ้ง เช่น เศษกระดูกไก่ เศษเนื้อไก่ กากแป้ง มาเป็นอาหารเสริมใช้ในการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังให้กับชาวบ้าน
ชุมชนบ้านบางไหนด หมู่ที่ 3 ต.ปากกรอ อําเภอลำสินธุ์ จ.สงขลา เพื่อแก้ปัญหาการเลี้ยงปลากะพงขาวมีต้นทุนสูง
เป็นการบริหารจัดการเศษอาหารจากเคเอฟซีที่ถูกคัดทานเหลือทิ้งมาทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่าง
ยั่งยืน ซึ่งอาหารปลาที่ได้มีคุณภาพเทียบเท่ากับอาหารเม็ดสำเร็จรูปที่ขายตามท้องตลาดแต่ราคาถูกกว่า ขั้นตอนวิธี
การทำไม่ยุ่งยากและยังเป็นการช่วยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาได้อย่างยั่งยืน

“พวกเราเชื่อว่าชาวประมงควรมีชีวิตที่ดีขึ้น จึงขอเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ชาวประมงลดต้นทุน จากที่เคยซื้ออาหาร
กิโลกรัมละ 55 บาท แต่เมื่อมาทำอาหารนี้ด้วยตัวเองต้นทุนเหลือเพียงกิโลกรัมละ 27 บาทเท่านั้น ช่วยเพิ่มกำไร
โดยอาหารปลาเป็นการเพิ่มมูลค่าจากกระดูกที่มีธาตุอาหารในโตรเจน ฟอสฟอรัส โพแทสเซียม ซึ่งบ้านบางไหนดจะ
เป็นชุมชนต้นแบบในการทำโครงการนี้ต่อไปเพื่อต่อยอดและขยายไปสู่ชุมชนอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความสุข เพิ่มคุณภาพชีวิ
ต ชาวประมงได้มีคุณภาพอาหารปลาที่ดี สร้างความมั่นคงในอาชีพได้อย่างยั่งยืนตลอดไป รู้สึกภูมิใจและดีใจมากที่
ได้ผลตอบแทนที่ดีมากและประสบความสำเร็จในด้านอาชีพให้กับชาวบ้านซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายสูงสุดของโครงการ
เรา นั่นคือชาวบ้านได้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อ ดีใจที่ได้ร่วมมาประกวดในโครงการนี้เพราะเป็นการเปิดโลกทัศน์
อย่างหนึ่งของเด็กที่ไม่เคยออกนอกรั้วมหาวิทยาลัย ไม่เคยทำอะไรที่ทำหาย แต่ได้มาพบเจอผู้คนมากมายและมา
เรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่นอกห้องเรียน โดยใช้วิชาที่เรียนมาประยุกต์เพื่อมาทำประโยชน์ให้กับชุมชน รวมถึง

การที่ได้นำทรัพยากรเหลือใช้มาช่วยเหลือชาวบ้านได้ สิ่งนี้มันยิ่งใหญ่มากกว่าสิ่งที่พวกเราได้รับกลับมา นี่คือความรู้สึกของคำว่า “ฮีโร่” ที่พวกเราารู้สึกได้อย่างแท้จริง”

โครงการ ‘KFC Community Hero” นอกจากจะเปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่จนนำมาสู่ผลลัพธ์ที่ดีแล้ว ยังอาจจุดประกายความเป็น “ฮีโร่” ให้กับอีกหลายคนในสังคมไทย เพื่อร่วมลงมือทำสิ่งดีงามให้สังคมบ้างสักครั้ง