

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ท่านได้ทราบรายละเอียดการทำงานของโครงการออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 ไปในขั้นต้นแล้ว จะเห็นยังมีบางส่วนที่ยังสามารถพบข้อบกพร่องในบางส่วน ส่วนหนึ่งจากการทำเว็บไซต์และอีกส่วนหนึ่งจากแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ห้ามมหาวิทยาลัยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์และในบทสรุปและข้อเสนอแนะบทนี้ผู้เขียนขอแยกประเด็นการสรุปเอาไว้เป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นของเว็บไซต์และประเด็นของแผนการประชาสัมพันธ์โฆษณาก็ห้ามมหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์ และจะทำการนำเสนอแนะในเรื่องต่างๆตามประเด็นควบคู่กันไป เพื่อความเข้าใจที่กระจ่างมากขึ้นของท่านผู้อ่าน

ปัญหาที่พบในการจัดทำเว็บไซต์โครงการออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2

หลังจากที่ได้ศึกษาโครงการออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 จนจบโครงการ ทั้งภาคของทฤษฎีและการปฏิบัติ พบปัญหาในส่วนของเว็บไซต์มากมาย ข้าพเจ้าขอแบ่งเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้ 1. เรื่องชื่อของเว็บไซต์ 2. ช่องทางการเข้าเว็บไซต์ที่ซับซ้อน และ 3. ระบบ GPRS ซึ่งจะนำเสนอเรียงลำดับดังต่อไปนี้

1. เรื่องชื่อเว็บไซต์ที่ยาว คือ www.orangeoncampus.in.th ซึ่งเป็นชื่อเว็บไซต์ที่ค่อนข้างยาว จึงเกิดปัญหาที่ยากแก่การจดจำ ทำให้ไม่ได้รับผลสำเร็จเท่าที่ควรในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ของทั้ง 12 สถาบันที่เข้าร่วมโครงการ เป็นที่ทราบกันดีว่าการตั้งชื่ออะไรก็ตามนั้น ถ้าต้องการที่จะให้ง่ายแก่การจดจำนั้นแล้วควรที่จะสั้นกระชับและได้ความหมาย เมื่อผู้รับสารสามารถจดจำได้แล้วว่าเราต้องการสื่ออะไรก็จะสามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมขึ้น แต่ถ้าผู้ที่รับสารจากเรายังไม่สามารถจดจำได้ว่าเราชื่ออะไร แน่ นอนพฤติกรรมที่เราต้องการก็ไม่เกิดขึ้น ในที่นี้หมายถึงการเข้าเว็บไซต์นั้น สิ่งที่เป็นผลตามมาจากปัญหาดังกล่าวก็คือ ผู้ที่เข้ามาเข้าชมเว็บไซต์มีจำนวนน้อยก็ไม่เกิดการบอกต่อหรือพฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์ที่ห้ามมหาวิทยาลัยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์จึงไม่เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง หรือรู้จักกันอย่างไม่แพร่หลาย สื่อประชาสัมพันธ์และงบประมาณในส่วนนี้ก็เท่ากับว่าขาดทุน หรือไม่คุ้มค่าแก่การเลือกเป็นช่องทางหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เท่านั้น ในข้อนี้ขอเสนอว่าควรที่จะตั้งชื่อของเว็บไซต์ที่สั้น กระชับ และสามารถจดจำได้ง่ายเพื่อประโยชน์ที่จะได้รับและผลสำเร็จที่ดี ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จในการจูงใจผู้ชม เช่น เว็บไซต์ www.sanook.com , www.hotmail.com ,

www.mweb.com , www.dtac.co.th หรือ www.pantip.com ดังตัวอย่างที่กล่าวมาเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับ ความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมาก และไม่เพียงแต่เท่านั้นเว็บไซต์เหล่านี้ยังมีสิ่งที่ เหมือนกันอยู่อีกสิ่งหนึ่งนั่นก็คือชื่อที่สั้นและสามารถจำได้ง่าย เมื่อผู้ที่ต้องการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ สามารถจำชื่อได้แล้วเว็บไซต์ของเราก็จะเป็นที่ติดตามและเป็นที่ยอมรับของคนหมู่มากตามมาในภายหลัง

2. ช่องทางการเข้าถึงส่วนต่างๆในเว็บไซด์นั้นซ้ำซ้อนกันและไม่ชัดเจนอันจะสามารถก่อให้เกิด การเข้าใจผิดของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ ในส่วนหน้าเว็บไซต์ของ www.orangeoncampus.in.th นั้น จะเห็นได้ว่าประกอบไปด้วยหลายส่วนด้วยกัน ซึ่งมีส่วนประกอบดังนี้ หน้าหลักจะเป็นเรื่องของ Share&Show ในช่องนี้จะเป็นผลงานของออเรนจ์เฟรนด์ที่เข้าร่วมโครงการ เข้ามาสร้างสรรค์บทความใน หัวข้อต่างที่พวกเขาเขียนขึ้น พร้อมกับรูปภาพบรรยากาศในมหาวิทยาลัยแต่ละมหาวิทยาลัยทั้ง 12 แห่งว่า เพื่อนๆในต่างมหาวิทยาลัยมีความเคลื่อนไหวอย่างไรบ้างในการจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์ ไม่เพียงแต่เท่านั้น ในช่องนี้ยังสามารถพบสื่อประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์จากทั้ง 12 สถาบัน ได้อีกด้วย เป็นช่องหลักที่ออเรนจ์เฟรนด์ต้องประชาสัมพันธ์ให้เพื่อให้นักศึกษาเข้ามาเยี่ยมชมในหน้านี และก็มีอีกช่องหนึ่งเป็นการรวบรวมกระทู้ของทั้ง 12 สถาบันและสถาบันอื่นๆ เป็นช่องทางการพูดคุย ระหว่างนิสิตนักศึกษาของแต่ละสถาบันจะสามารถเข้ามาใช้ห้องนี้ในการพูดคุยได้ ซึ่งไม่มีผลงานอะไรออก จากข้อความกระทู้ พูดคุยปัญหาเรื่องต่างเท่านั้น ปัญหาเกิดตรงที่ คนที่เข้ามาในเว็บไซต์รู้สึกสับสนใน การเข้าว่าจะเข้าช่องไหนดี ระหว่างกระทู้ที่มีชื่อของสถาบันต่างๆ หรือ หน้า Share & Show ทำให้สิ่งที่ออ เรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 สร้างสรรค์นั้นไม่มีใครรู้ไม่มีใครเห็นเพราะจะต้องเข้าไปอีกช่องหนึ่ง จึงจะสามารถเข้าไป ดูผลงานของพวกเขาเหล่านั้นได้ ในจุดบกพร่องนี้สามารถแก้ไขได้โดยการตั้งชื่อหัวข้อให้เกิดความเข้าใจใน ขั้นต้น คำว่า Share & Show ยังไม่สามารถทำให้คนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์เข้าใจได้ว่า เข้ามาแล้วจะเจอ กับอะไรจึงทำให้การสื่อสารในขั้นนี้ไม่ประสบผลสำเร็จ ดังตัวอย่างเว็บไซต์อื่นๆก็เช่นกัน สังเกตดีๆจะ เห็นได้ว่าเมื่อเราเข้าไปในเว็บไซต์นั้นแล้ว เช่น www.eotoday.com ท่านก็จะเห็นว่าชื่อของช่องต่างๆจะ สามารถเข้าใจได้เลยว่าเข้าไปแล้วจะเป็นอะไร เช่น music , movie , star , sex , e-learning จะนั้นใน ครั้งต่อไปในปีหน้า เว็บไซต์ควรจะตั้งชื่อช่องทางการสื่อสารต่างๆอย่างชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ จะ สามารถสร้างความน่าสนใจในการเข้าชมเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี และเว็บไซต์นั้นก็ประสบความสำเร็จ เป็นอย่างมากทีเดียว

3. เรื่องระบบ GPRS ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ ทำให้ออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 ไม่สามารถ ปฏิบัติงานในส่วนนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็น ความขัดข้องในส่วนนี้จะเป็นเรื่องของการส่ง ภาพขึ้นเว็บไซต์ ระบบ GPRS นั้นเป็นระบบการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งในขณะนี้ บริษัท ทีเอ ออเรนจ์

จำกัด มหาชน กำลังจะพัฒนาขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการใช้ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ระบบดังกล่าวนี้จึงถูกนำมาทดลองใช้ในโครงการออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 เพื่อเป็นการศึกษาและทดสอบระบบที่จะใช้ต่อไปในอนาคต การทดลองใช้ในครั้งนี้ได้ถูกตั้งโปรแกรมเอาไว้ในออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 สามารถใช้ระบบในการส่งรูปภาพขึ้นเว็บไซต์เพื่อนำมาประกอบในการทำข่าว และ ส่งภาพบรรยากาศในมหาวิทยาลัย ช่วงก่อนที่จะมีการจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์ขึ้น เพื่อสร้างกระแสให้ตื่นตัวต่อการจัดการแข่งขัน ระบบนี้ได้จัดให้เริ่มทดลองใช้ได้ในเดือนตุลาคมซึ่งเป็นเดือนที่ออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 เริ่มที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์กีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยแต่ระบบดังกล่าวก็ยังไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ การขัดข้องในเรื่องนี้อาจจะเกิดจากระบบที่บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด จึงเป็นส่วนบกพร่องที่ทำให้ออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างที่ตั้งโครงการตั้งแต่แรก ทางออกของปัญหานี้สามารถแก้ไขด้วยวิธีใช้กล้องดิจิทัลเพื่อถ่ายภาพ แล้วนำขึ้นเว็บไซต์โดยทางคอมพิวเตอร์ซึ่งนับว่าเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีอีกหนทางหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามแต่ความรู้ที่ออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 น่าจะได้จากเรื่องของเทคโนโลยีการสื่อสารระบบ GPRS นี้ก็ไม่เต็มที่เท่าที่ควร ในเรื่องนี้ผู้เขียนขอเสนอว่า บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ควรที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการนำระบบการสื่อสารสมัยใหม่นี้มาใช้ว่า มีความพร้อมหรือความเป็นไปได้ในระดับใดที่จะนำมาทดลองใช้ เพราะเมื่อเกิดปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นแล้วจะเกิดการเสียความเสียหายลักษณะและอาจจะนำมาซึ่งชื่อเสียง เพราะ คนที่ทดลองใช้เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีกำลังซื้อในอนาคตไม่ใช่คนในบริษัท ฉะนั้นความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นเรื่องที่นิสิตนักศึกษาเอาสไปพูดกันจนเป็นภาพลบต่อการบริการระบบ GPRS ต่อไปในอนาคตก็ได้และยังเป็นการสร้างความล่าช้าในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์กีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยอีกด้วยในที่นี่หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการ เพราะต้องใช้เวลาที่เสียไปนำมาแก้ไขความบกพร่องแทนที่จะได้ดำเนินงานส่วนอื่นๆต่อไป ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลดีที่สุดต่อการดำเนินงานในโครงการนี้ ถ้าคิดว่าระบบดังกล่าวไม่พร้อมจริงควรจะเปลี่ยนโปรแกรมไปเป็นรูปแบบอื่นจะดีกว่า

ปัญหาที่พบในการจัดทำโครงการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการออเรนจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2

ปัญหาในส่วนของการประชาสัมพันธ์นั้นก็มีมากไม่น้อยไปกว่าส่วนของเว็บไซต์ เนื่องจากอาจจะเกิดจากปัจจัยหลายๆปัจจัยก็เป็นได้ ฉะนั้นข้าพเจ้าขอแบ่งประเด็นการวิเคราะห์ ในส่วนนี้ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1. การไม่เข้าใจในหลักการประชาสัมพันธ์ 2. ปัญหาการทำงานระหว่างออเรนจ์เฟรนด์ และ 3. ปัญหาเรื่องตราสินค้าออเรนจ์

1. ปัญหาของการไม่เข้าใจในหลักการประชาสัมพันธ์ เพราะ ในขั้นตอนที่จะเลือกนิสิตนักศึกษาเข้ามาเป็นออเร็นจ์เฟรนด์นั้น เรามีปัญหาอยู่ข้อหนึ่งที่ว่า ในปีนี้ โครงการออเร็นจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 นั้น คณะผู้จัดโครงการได้เลือก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เข้าร่วมโครงการด้วย และในสวนนี้เกือบทั้งหมดไม่ใช่ นิสิตนักศึกษาในสายของสื่อสารมวลชนเลย จึงทำให้เกิดการเข้าใจผิดในเรื่องของการประชาสัมพันธ์จนทำให้นิสิตและนักศึกษาในสถาบันดังกล่าวไม่ได้รับความรู้ความเข้าใจและการเพิ่มพูนทักษะในการสื่อสารเท่าที่ควร เช่นในกรณีของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้น ทั้ง 5 คนที่อยู่ในทีมก็เป็นนักศึกษาที่อยู่ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์ จึงทำให้เกิดอุปสรรคในการวางแผนและการคิดงานสร้างสรรค์การประชาสัมพันธ์เป็นที่ทราบกันดีว่าการประชาสัมพันธ์นั้นมีการหลายขั้นตอนตามที่นำเสนอในบทที่ 2 ฉะนั้นผู้ที่จะสามารถสร้างสรรค์แผนการประชาสัมพันธ์ได้ดีนั้นน่าจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการสื่อสารในระดับหนึ่ง เพื่อเป็นพื้นฐานในการคิดและการเข้าใจผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในที่สุดผลของการประชาสัมพันธ์ก็พามาหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์ในส่วนของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จึงไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรจะเป็น เหตุผลหนึ่งอาจจะเกี่ยวกับเรื่องของความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ในขั้นต้นเช่นกัน ผู้เขียนขอเสนอการแก้ปัญหาโดยการ คัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาเป็นออเร็นจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 3 ต่อไปให้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นออเร็นจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 3 ต่อไปว่า เป็นนิสิตหรือนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ทางสายของสื่อสารมวลชนเท่านั้น เพื่อ 1. นิสิตนักศึกษาเหล่านั้นได้รับความรู้ ความเข้าใจและทักษะที่เพิ่มพูนขึ้นนอกเหนือจากตำราเรียน 2. เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่พามาหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 32 สุรนารีเกมส์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3. เพื่อสะดวกสำหรับทีมงานในการสร้างความเข้าใจและแนะนำวิธีการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ให้ได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น และประสบผลสำเร็จมากขึ้นด้วย ฉะนั้นคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาศึกษาการวางแผนรวมถึงการปฏิบัติงานจริงจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะต้องกำหนด จะเห็นได้จากข้อบกพร่องที่ผ่านมาในปี 2546 หรือออเร็นจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2

2. ปัญหาของการทำงานระหว่างออเร็นจ์เฟรนด์ รุ่นที่ 2 ร่วมกับมหาวิทยาลัยในสังกัด ปัญหานี้เป็นปัญหาที่เรียกได้ว่าเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อราชการ เพราะว่า นิสิตและนักศึกษาจะต้องใช้อุปกรณและสถานที่ในการประชาสัมพันธ์การแข่งขันกีฬามาหาวิทยาลัยครั้งที่ 31 ทองกวาวเกมส์ และตัวนิสิตนักศึกษากับสถาบันก็เกิดความไม่เข้าใจที่ตรงกัน อันนำมาซึ่งความไม่ได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยในการให้ใช้สถานที่ อุปกรณ และส่วนอื่นๆ ปัญหาที่กล่าวมาในขั้นต้นนี้ผู้เขียนต้องการที่จะ

อ้างอิงไปถึงส่วนตัวในเรื่องของการติดต่อกับมหาวิทยาลัย เป็นที่ทราบกันในกลุ่มนิสิตนักศึกษาว่า การติดต่อราชการกับมหาวิทยาลัยเป็นเรื่องที่มีความล่าช้าเป็นเพราะอาจจะมียื่นตอนมากกว่าปกติจึงทำให้เกิดความล่าช้า ด้วยเหตุนี้ นิสิตนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการที่ไม่ค่อยได้ติดต่อกับมหาวิทยาลัยจึงไม่มีความรู้ในเรื่องนี้เลย เมื่อถึงเวลาที่ออเรนจ์เฟรนด์ต้องการทำการประชาสัมพันธ์แล้วยื่นหนังสือขออนุญาตไปจึงไม่ได้รับการอนุมัติได้ทันเวลาที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ ฉะนั้น ในส่วนนี้ผู้เขียนขอเสนอว่า ควรที่จะมีการสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการโดยบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อความสะดวกในการจัดกิจกรรม อีกทั้งกิจกรรมนี้ยังเป็นกิจกรรมที่ทุกมหาวิทยาลัยร่วมกันจัดขึ้นด้วย ฉะนั้นหากผู้ใหญ่ให้ความสนใจและความสำคัญและเรื่องของการติดต่อประสานงานกับมหาวิทยาลัยจะเป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยากอย่างที่เคยเป็นมาในอดีต

3. ปัญหาเรื่องของตราสินค้าออเรนจ์ที่ปรากฏอยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษาใน

สถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ปัญหานี้เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่พามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่กิจกรรมการประชาสัมพันธ์นั้นดำเนินควบคู่ไปกับการรักษาตราสินค้า (Brand) นั้น ทำให้เกิดความขัดแย้งทางด้านจิตใจระหว่างการค้ากับการกุศล คณะอาจารย์ที่อยู่ในมหาวิทยาลัยเมื่อเห็นตราสินค้าแล้วก็เกิดอาการสงสัยว่านี่เป็นการสนับสนุนกิจกรรมการประชาสัมพันธ์จริงหรือเปล่า หรือแฝงมาด้วยการค้าอีกรูปแบบหนึ่งโดยใช้ นิสิตนักศึกษาของสถาบันเป็นเครื่องมือทางอ้อม เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นกับทุกสถาบันที่เข้าร่วมกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ไม่เพียงแต่เท่านั้น บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ยังได้กำหนดให้นิสิตนักศึกษาสื่อสารในรูปแบบของออเรนจ์ นั้นก็เท่ากับว่าเป็นการรักษาตราสินค้าให้กับออเรนจ์ เช่น ในกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ทุกสื่อต้องประกอบไปด้วยสี ดำ เทา หรือ ส้ม ซึ่งเป็นสีที่ออเรนจ์ใช้ในการสร้างแบรนด์ ตัวหนังสือที่ใช้สื่อความหมายทุกชิ้นต้องใช้ฟรอนทิกิตาตา ซึ่งก็เป็นตัวหนังสือที่ออเรนจ์ออกแบบและใช้สร้างแบรนด์อีกเช่นกัน ในส่วนของการสร้างสรรค์กิจกรรมหรือส่วนการสื่อสารอื่นๆอีกเช่นกัน ออเรนจ์พยายามสอดแทรกการสื่อสารรูปแบบของออเรนจ์ในทุกส่วนที่สามารถทำได้แม้ว่าเรื่องของการสื่อสารแบบเรียบง่ายที่เป็นเอกลักษณ์ของออเรนจ์ก็ตาม ในกรณีนี้จะขอยกตัวอย่างการปฏิบัติงานของ ทีมขนมปังกรอบกับน้ำหนึ่งแก้ว จากมหาวิทยาลัยอัลสัสมัชัญญ์ (ABAC) ทีมออเรนจ์เฟรนด์ของมหาวิทยาลัยอัลสัสมัชัญญ์ไม่ได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยเลยแม้แต่นิดเดียว เป็นเพราะว่าสื่อการประชาสัมพันธ์และสิ่งทีสื่อสารออกมานั้นเป็นมีตราสินค้าจาก บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ซึ่งนั่นหมายถึงการค้าอย่างแท้จริงในความหมายของอาจารย์ที่ดูแลในเรื่องนี้ จึงนับว่าเป็นอุปสรรคอย่างหนักที่ทำให้การประชาสัมพันธ์พามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 31 ของกวางเกมส์ สำหรับมหาวิทยาลัยอัลสัสมัชัญญ์ไม่ประสบผลสำเร็จ คณะผู้ดูแลโครง

การโดยสายงานธุรกิจอินเทอร์เน็ต อีโอบุเคย์ ได้พูดคุยปัญหานี้กับทีมมหาวิทยาลัยอัลสั่มซ์จนได้ทราบ
 ว่า ปัญหาคือเรื่องของตราสินค้าที่ปรากฏอยู่ในทุกสื่อทุกการสื่อสาร ฉะนั้นมหาวิทยาลัยจึงเห็นว่าไม่เป็น
 ผลดีต่อนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจึงไม่ให้ความร่วมมือ อีกกรณีหนึ่งเป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ซึ่งพบปัญหาคล้ายๆกัน แต่แตกต่างกันตรงที่ว่าทีมของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนั้นได้ขออนุมัติงบประมาณ
 ส่วนหนึ่งจากมหาวิทยาลัยเพื่อทำการประชาสัมพันธ์กีฬา มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยในครั้งนี้
 เป็นเงินจำนวนหนึ่งแต่พอยื่นเรื่องพร้อมกับรูปแบบสื่อการประชาสัมพันธ์เสนอต่อคณะกรรมการนักศึกษา
 กลับไม่ผ่านการอนุมัติ เหตุผลเป็นเพราะว่าการสื่อสารของนักศึกษาในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์กีฬา
 มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยนั้น เป็นการสื่อสารที่แฝงไปด้วยการค้าอย่างเห็นได้ชัดถึงแม้ว่าจะไม่มีการตั้ง
 จุดขายสินค้าก็ตามแต่ เป็นการสร้างแบรนด์ จุดนี้จึงทำให้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของทีมนี้ต้องเจอ
 อุปสรรคและล่าช้ากว่ากำหนดที่วางแผนเอาไว้ในขั้นต้น แต่ในที่สุดก็สามารถสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์
 กีฬา มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยครั้งที่ 31 ของกวาวเกมส์ผ่านไปได้เป็นอย่างดี ในส่วนของข้อ
 บกพร่องนี้ผู้เขียนขอเสนอวิธีแก้ปัญหาที่ว่า บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ไม่ควรนำตราสินค้าหรือรูปแบบ
 การสื่อสารนั้นเข้าไปเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์กีฬา มหาวิทยาลัยมากจนเกินความเหมาะสม เพราะ
 นอกจากที่จะทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาแล้วยังเป็นการสร้างความกังขาหรือข้อขัด
 แย้งในจิตใจของผู้รับสารถึงความต้องการสื่อสารแบบบูรณาการ ทำให้ความรู้สึกที่ออกมานั้นเป็นไปในทางลบ สิ่ง
 ที่ออเรนจ์นั้นสร้างมาตลอดอาจจะเป็นสิ่งที่ทำร้ายบริษัทเองก็ได้ ซึ่งควรที่จะยึดความเหมาะสมเป็นหลักนำ
 จะดีและถูกต้องที่สุด ออเรนจ์สามารถสร้างแบรนด์ได้อย่างเหมาะสมโดยวิธีให้การสนับสนุนและมีตราสิน
 ค้าได้ในบางที่ ไม่ใช่มากมายเต็มไปหมดขนาด สิ่งที่คุณเขียนต้องการสื่อก็คือยังไม่รวมไปถึงสนามกีฬาสม
 โภชน์ 700 ปีเชียงใหม่ ที่ทุกจุดเต็มไปด้วยตราสินค้าของออเรนจ์ จนเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันว่ากีฬา
 มหาวิทยาลัยหรือกีฬาออเรนจ์ เพียงแค่คำพูดเท่านั้นก็น่าจะเป็นจุดตัดสินที่ดีได้แล้วว่าคนภายนอกมองเรา
 ว่าเป็นอย่างไร ในป็นหน้าถ้าเป็นไปได้ในโครงการประชาสัมพันธ์นั้นเพียงแค่ออเรนจ์กำหนดและตัว
 อักษรตามแบบออเรนจ์ก็น่าจะเพียงพอต่อการสื่อสารในรูปแบบที่ออเรนจ์ต้องการ สิ่งที่น่าเป็นห่วงที่สุดคือ
 ตราสินค้าตรงนี้ผู้เขียนไม่เห็นด้วยที่จะให้มีการใช้ตราสินค้านี้ร่วมกับการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์

ทั้งหมดนี้เป็นปัญหาพร้อมข้อเสนอแนะตามความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น เป็นสิ่งที่ระหว่าง
 การฝึกงานผู้เขียนเห็นการดำเนินงาน อุปสรรค ปัญหา มาโดยตลอด จึงน่าจะสนใจปัญหาเหล่านี้
 นี้ได้ดีกว่าคนอื่น และผู้เขียนหวังว่าการจัดการแข่งขันกีฬา มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยจะยังคงมีต่อไป
 อย่างต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆเป็นอย่างดี จนในที่สุดการจัดการแข่งขันกีฬา

มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทยจะเป็นการจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติที่ทุกคนรู้จักและให้ความสนใจ ส่วน
ข้อมูลการประเมินผลในส่วนของสถิตินั้น บริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ขอไม่เปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้



ชำนาญกหอสมุด