

# บทบาทของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ในธุรกิจโรงแรม

\*อัครวิน แสงพิกุล

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทและความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทบริการที่ดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่มีขอบเขตกว้างขวางให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภท

ธุรกิจโรงแรมจัดได้ว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเช่นกัน

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน กอปรกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังของรัฐบาล ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันสูง โรงแรมต่างๆ พยายามพัฒนาการให้บริการให้ได้ตามมาตรฐานและมีความเป็นสากลมากขึ้น โรงแรมหลายแห่งต่างพยายาม

สรรหาการบริการที่ดีมีคุณภาพ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้คอยบริการและต้อนรับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ คุณภาพและการบริการที่ดีของโรงแรมนั้นสามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ แต่คุณภาพและการบริการที่ดีเท่านั้นยังไม่เพียงพอที่จะดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการจากโรงแรมให้ มากขึ้นเท่าที่ควร ถ้ากิจการโรงแรมนั้นปราศจากการบอกกล่าวสิ่งดีๆ ให้ประชาชนได้ทราบ ได้รับรู้ โรงแรมนั้นจะไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานของโรงแรมที่ทำหน้าที่บอกกล่าวและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโรงแรมให้ประชาชนได้ทราบ ได้รับรู้ ยอมรับในคุณภาพและการบริการของโรงแรมและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต หน่วยงานนั้นก็คือ **ฝ่ายประชาสัมพันธ์**

### การประชาสัมพันธ์คืออะไร

การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจ โดยทั่วไปหมายถึง<sup>1</sup> การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน ใช้วิธีการบอกกล่าว เผยแพร่ และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินงาน รวมทั้งวิธีอื่นๆ เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานนั้น ไปสู่กลุ่มประชาชนเพื่อให้ได้รับความนิยมและความร่วมมือจากกลุ่ม ประชาชนต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานใดๆ ของหน่วยงานนั้น

### ความหมายของ “การประชาสัมพันธ์โรงแรม”

<sup>2</sup>หมายถึง ขบวนการ เทคนิค วิธีการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความเป็นมา ความเคลื่อนไหว ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของโรงแรมให้แก่บุคคลภายนอกและชุมชนทราบ ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือ โทรทัศน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงแรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชื่อของโรงแรมเป็นที่รู้จักแก่สาธารณชน การทำประชาสัมพันธ์ต้องทำอย่างสม่ำเสมอเนื่องและตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้มนุษยสัมพันธ์ โรงแรมไม่ต้องเสียเงินในการประชาสัมพันธ์ เพียงแต่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงแรมกับสื่อมวลชนโดยมีการเอื้อเพื่อซึ่งกันและกัน

ประชาสัมพันธ์โรงแรม นิยมเรียกเป็นภาษาอังกฤษสั้นๆ ว่า P.R. ซึ่งย่อมาจากคำว่า Public Relations ซึ่งจะรวมถึงบุคคลที่ทำงานในแผนกประชาสัมพันธ์โดยไม่ได้แยกว่าจะเป็นผู้จัดการหรือพนักงานคนอื่นๆ ในหน่วยงาน

### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงแรม

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความนิยมและความศรัทธาในกิจการโรงแรม โดยการบอกกล่าว ชี้แจง เผยแพร่ และให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าและประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ ผลการดำเนินงาน และกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโรงแรมได้ดำเนินการ
2. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสนใจ นิยมและยอมรับในการบริการด้านต่างๆ ของโรงแรมและมาใช้บริการของโรงแรมให้มากขึ้น
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงแรมและประชาชน รวมถึง ลูกค้า ตัวแทนจัดจำหน่าย ธุรกิจท่องเที่ยวและสื่อมวลชน เพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุน การอุปถัมภ์และการมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการโรงแรม
4. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงของโรงแรมมิให้เสื่อมเสีย รวมถึง การแก้ไขความเข้าใจผิดอันอาจเกิดขึ้นได้โดยมีการชี้แจง และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชนและสื่อมวลชน

<sup>1</sup> วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544, หน้า 403.

<sup>2</sup> พวงบุหงา ภูมิพานิช, สื่อมวลชนและการโรงแรม, กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., ม.ป.ป., หน้า 78.

5. เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดด้านอื่นๆ ของโรงแรม การกระตุ้นและสร้างความต้องการให้กับลูกค้ามาใช้บริการด้านต่างๆ ของโรงแรมให้มากขึ้น

6. เพื่อส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในโรงแรมให้มีความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม รวมทั้งเสริมสร้างขวัญ กำลังใจและความจงรักภักดีต่อกิจการ

#### หน้าที่หลักของฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงแรม

1. เผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารการบริการด้านต่างๆ ของโรงแรมให้กับลูกค้าและประชาชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องจัดเตรียม ข้อมูล เอกสาร รูปภาพ หรือ รายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของ โรงแรมในทุกๆ ด้านไว้ให้พร้อม เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ หรือในกรณีที่ถูกคัดติดต่อ เพื่อ ขอรทราบบข้อมูลต่างๆ เช่น อัตราค่าห้องพัก ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม หรือลูกค้าอาจสอบถามรายการส่งเสริมการขายของโรงแรม ตลอดจนรายละเอียดของการจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ที่โรงแรม เป็นต้น

2. ดูแลและต้อนรับลูกค้าที่เป็นบุคคลสำคัญทั้งทางสังคม การเมือง หรือธุรกิจเอกชน ตลอดจนบุคคลในวงการบันเทิงหรือสื่อมวลชนที่มาใช้บริการของโรงแรม หลายครั้งที่โรงแรมชั้นนำในกรุงเทพฯ ได้มีโอกาสต้อนรับบุคคลสำคัญทั้งระดับประเทศ หรือนานาชาติ เข้ามาพักที่โรงแรมหรือมาใช้บริการของโรงแรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการประสานงานและให้ความร่วมมือกับ

หน่วยงานอื่นๆ ของโรงแรมในการให้การต้อนรับแขกดังกล่าวเป็นพิเศษ

3. จัดทำข่าวและจัดเตรียมเอกสารเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เรื่องราวและกิจกรรมของโรงแรมไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ข้อมูลที่ส่งอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติการก่อตั้งโรงแรม ข้อมูลทั่วไปของโรงแรม ข้อมูลห้องพักและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม การเข้าพักของบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียง หรืออาจจะเป็นการแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ รวมถึงข้อมูล การจัดรายการกิจกรรม หรือการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ อาทิเช่น การจัดงานเทศกาลอาหาร นานาชาติ การลดราคาห้องพักช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. ติดต่อกับสื่อมวลชนแขนงต่างๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร สถานีโทรทัศน์ฯ ในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวมาทำข่าวในโอกาสพิเศษ หรือกิจกรรมสำคัญที่จัดขึ้นที่โรงแรม เช่น การแถลงข่าวการจัดงานการกุศลขององค์กรเอกชน การจัดงานนิทรรศการนานาชาติ การจัดงานคอนเสิร์ต หรือการจัดประกวดแข่งขันต่างๆ ที่ใช้โรงแรมเป็นสถานที่จัดงาน

5. ติดต่อประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายในอื่นๆ ของโรงแรมเพื่อช่วยส่งเสริมการ ประชาสัมพันธ์หรือช่วยส่งเสริมการตลาด เช่น ฝ่ายขายห้องพักอาจต้องการให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ช่วยส่งข่าวให้สื่อมวลชนช่วยเผยแพร่กิจกรรมการส่งเสริมการขายประจำปี การลดราคาห้องพักช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว การจัดรายการนำเที่ยวพร้อมห้องพักและอาหารเช้าสำหรับคู่ฮันนีมูน

หรือฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม อาจต้องการให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวที่โรงแรมในโอกาสจัดงานเทศกาลอาหารนานาชาติ หรือการแนะนำรายการอาหารใหม่ เป็นต้น

6. ติดต่อหรือประสานงานให้การต้อนรับและดูนักข่าว นักเขียน หรือสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศที่เข้าพักหรือมาใช้บริการของโรงแรม ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจะถือโอกาสนี้จัดเตรียมเอกสารหรือให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์พร้อมกับแนะนำโรงแรมให้กับสื่อมวลชนได้รู้จักให้ดีขึ้น

7. จัดทำวารสาร หรือจุลสารพนักงาน (อาจประสานงานร่วมมือกับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์) เพื่อการ บอกกล่าว การเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ให้พนักงานได้ทราบและเข้าใจในนโยบายวัตถุประสงค์ของโรงแรมในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ อาจมีการบอกกล่าวเรื่องราวหรือกิจกรรมอื่นๆ เช่น การจัดกิจกรรมการฝึกอบรมของพนักงานเดือนของฝ่ายฝึกอบรม การแสดงผลงาน นโยบายของฝ่ายบริหาร หรือบอกกล่าวถึงรางวัลต่างๆ ที่โรงแรมได้รับในรอบปี รวมถึงการประกาศแต่งตั้ง บรรจุหรือโยกย้ายบุคลากรภายใน เป็นต้น

### วิธีและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนต่างๆ ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินการได้หลายวิธี โดยอาจแบ่งเป็นส่วนที่จัดกิจกรรมขึ้นมาเองเพื่อการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกโรงแรม นอกจากนี้บางกิจกรรมอาจจำ

เป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลที่สาม เช่น สื่อมวลชน ช่วยในการเผยแพร่และกระจายข้อมูลข่าวไปยังประชาชน กิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ เพื่อการเสริมสร้างความเข้าใจ ความนิยม และภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่

### 1. การทำข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่าน

#### สื่อมวลชน และการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์

วิธีการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ กระจายข่าวของโรงแรมไปสู่ลูกค้าและสาธารณชนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ทำให้ข่าวนั้นมีความน่าเชื่อถือ และน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งอาจมีวิธีการต่างๆ ดังต่อไปนี้

#### 1.1 การทำข่าวแจก (New Release / Press Release)

เป็นการทำข่าวแจกเพื่อต้องการให้สื่อมวลชน นำข่าวสารต่างๆ หรือเสนอข่าวกิจกรรมที่จัดขึ้นไปเผยแพร่สู่ประชาชนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโรงแรม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ข่าวสารที่แจกอาจเป็นข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงแรม นโยบาย กิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ รวมถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ข่าวแจก (New Release) อาจมีเนื้อหาสาระสำคัญ กะทัดรัด และได้ใจความ และอาจมีภาพประกอบข่าวแจก หรือที่เรียกว่า ภาพข่าว (News Photographs) เพื่อให้สื่อมวลชน ตีพิมพ์ภาพเหล่านี้ลงประกอบด้วย ซึ่งจะช่วยให้เนื้อหาและรายละเอียดของข่าวนั้นชัดเจนยิ่งขึ้นและช่วยบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ได้ดีขึ้น

ตัวอย่างข่าวแจก อาทิเช่น การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ การจัดงานคอนเสิร์ต การจัดงานแฟชั่นโชว์ หรือโรงแรมได้มีโอกาสต้อนรับแขกบุคคลสำคัญทั้งในและต่างประเทศเข้าพักที่โรงแรม รวมถึงการเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ จากโรงแรม เป็นต้น

### 1.2 การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าว (Interviews) / การสัมภาษณ์พิเศษ (Exclusive Interviews)

การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าวเป็นกิจกรรมที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดจัดขึ้นหรืออาจได้รับมอบหมายจากฝ่ายบริหารในการให้สัมภาษณ์ หรือให้ข้อมูลข่าวสารรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อนำไปเสนอให้ประชาชนทราบ ผู้ให้สัมภาษณ์อาจเป็นผู้อำนวยการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ หรือ ผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม ตัวอย่างการให้สัมภาษณ์แก่นักข่าว เช่น โรงแรมได้รับรางวัลในด้านต่าง ๆ ทั้งระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ หรือ ได้รับเกียรติให้จัดเป็นสถานที่สำคัญในการต้อนรับผู้นำของประเทศต่าง ๆ ในการประชุมนานาชาติ หรือกิจกรรมสำคัญอื่น ๆ เป็นต้น

การสัมภาษณ์พิเศษ การสัมภาษณ์พิเศษบุคคลสำคัญไม่ว่าเป็นระดับประเทศหรือนานาชาติ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โรงแรม เมื่อใดที่มีบุคคลสำคัญเข้าพักที่โรงแรมเช่น พระราชวงศ์ต่างประเทศ ผู้นำประเทศหรือดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียง ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจถือโอกาสนี้ขออนุญาตสัมภาษณ์บุคคลดังกล่าวและเขียนข่าวส่งไปให้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจเป็นผู้ประสานงานคอยอำนวยความสะดวก

สะดวกในการจัดสัมภาษณ์บุคคลดังกล่าวให้กับสื่อมวลชนได้มาพบและทำข่าว การสัมภาษณ์และการทำข่าวในลักษณะนี้ของสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น สถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ นิตยสาร วารสารฯ มักจะกล่าวถึงหรืออ้างถึงชื่อของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานพักหรือสถานที่ให้สัมภาษณ์ ซึ่งการอ้างถึง ชื่อของโรงแรมถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรม

### 1.3 การจัดทัศนศึกษา หรือการจัดพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมโรงแรม (Press Visits or Press Tours)

คือ การเชิญสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มาเยี่ยมชมกิจการและการดำเนินงานของโรงแรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สื่อมวลชนมีโอกาสได้ชมได้เห็นและรับทราบการปฏิบัติงาน การบริหาร และการดำเนินงานของโรงแรมเพื่อจะได้มีประสบการณ์จริงและทราบข้อเท็จจริงในการดำเนินงานของกิจการโรงแรมอันจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในลักษณะการปฏิบัติงานและการบริการของธุรกิจโรงแรมให้ชัดเจนขึ้น สื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลที่ได้พบเห็นในรูปของข่าว เรื่องราว บทความ หรือสารคดีต่าง ๆ สู่ประชาชน ตัวอย่างเช่น การเชิญสื่อมวลชนมาดูการดำเนินงานด้านศูนย์สุขภาพและกีฬา การพามาดูห้องสวีทที่มีการปรับปรุงใหม่ การชมการปฏิบัติงานส่วนหน้า (front office) หรือ งานส่วนแม่บ้าน (housekeeping) การเปิดห้องอาหารนานาชาติแห่งใหม่ภายในโรงแรม เป็นต้น การจัดการกิจกรรมลักษณะนี้ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์และทางโรงแรมต้องมีการวางแผนและการเตรียมการที่ดี เช่น การติดต่อสื่อมวลชน การจัดรายการนำชม การ

จัดเตรียมเอกสาร การเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภายในต่างๆ รวมถึงผู้นำชมต้องเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ และสามารถอธิบายรายละเอียดต่างๆ ได้ดีและชัดเจน โอกาสนี้ทางโรงแรมอาจจะจัดของว่าง อาหารกลางวันหรืออาหารค่ำไว้คอยต้อนรับ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความสนิทสนมคุ้นเคยสำหรับการทำงานร่วมกันกับสื่อมวลชนในโอกาสต่อไป

## 2. การจัดกิจกรรมพิเศษ

เป็นการจัดกิจกรรมหลายลักษณะขึ้นมา เพื่อให้ประชาชนหรือลูกค้าของโรงแรมมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ ทัศนคติ ความนิยมและความศรัทธาต่อโรงแรมและพร้อมที่จะให้การสนับสนุนโรงแรมในโอกาสต่อไป นอกจากนี้การจัดกิจกรรมพิเศษอาจมีอีกจุดมุ่งหมาย คือเพื่อการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมได้อีกทางหนึ่ง

ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้แก่

### 2.1 การจัดวันหรือสัปดาห์พิเศษ (Special Days/Weeks)

ทางโรงแรมอาจเลือกกำหนดวันจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นมาโดยใช้วันสำคัญประจำปีที่มีกำหนดอยู่แล้วในปฏิทินมาเป็นวันหรือสัปดาห์พิเศษของการจัดงานที่โรงแรมก็ได้ เช่น เทศกาลปีใหม่ วันแห่งความรัก เทศกาลสงกรานต์ วันแม่หรือวันพ่อแห่งชาติ เทศกาลกินเจหรือตรุษจีน เป็นต้น การจัดกิจกรรมพิเศษเหล่านี้ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์โรงแรมและช่วยส่งเสริมการขายให้กับโรงแรมอีกทางหนึ่ง การจัดงานดังกล่าวอาจมีการจัด

การแสดง การประกวดแข่งขันต่างๆ รวมถึงอาจมีการตกแต่งสถานที่ตามโอกาสพิเศษดังกล่าว

### 2.2 การจัดงานวันครบรอบปีหรืองานเลี้ยงฉลองประจำปีของหน่วยงานภายใน (Anniversary or Celebration)

ทางโรงแรมอาจจัดงานวันครบรอบปีของการก่อตั้งกิจการหรือการเปิดดำเนินงาน อันเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้ติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับลูกค้าและประชาชน และได้แสดงถึงความก้าวหน้า ความสำเร็จ ชื่อเสียงเกียรติคุณ ตลอดจนเสริมสร้างความเลื่อมใสศรัทธาให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน นอกจากการจัดงานดังกล่าวแล้วทางโรงแรมและหน่วยงานภายในอื่นๆ อาจมีการจัดกิจกรรมเสริมหรือจัดงานเลี้ยงฉลองประจำปีของหน่วยภายใน เช่น การจัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้าและตัวแทนจำหน่ายของฝ่ายขาย หรืออาจเป็นการจัดงานเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชนของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

### 2.3 การจัดทัศนศึกษา / การดูงานของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

เป็นการเชิญผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operators) ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agencies) ตัวแทนสายการบิน หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ มาเยี่ยมชมศึกษาดูงานการบริการของโรงแรม หรืออาจเป็นการแนะนำ สินค้าและบริการใหม่ให้กับผู้ประกอบการหรือตัวแทนดังกล่าว เช่น การพาชมห้องพักหรือห้องสวีทใหม่ การเปิดบริการห้องอาหารนานาชาติ หรือพาชมการปรับปรุงการบริการด้านต่างๆ ของ

โรงแรม เป็นต้น การจัดกิจกรรมลักษณะนี้มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า *FAM Trip (Familiarization Trip)* เป็นการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์จริง ให้อู้และได้เห็นการปฏิบัติงานและการบริการของโรงแรม รวมถึงยังสามารถสร้างความประทับใจให้กับตัวแทนผู้ประกอบการดังกล่าว และอาจถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายของทางโรงแรมอีกทางหนึ่ง นอกจากการพาดูงานในส่วนต่างๆ แล้ว ทางโรงแรมอาจมีการจัดเลี้ยงของว่าง อาหารกลางวันหรืออาหารค่ำไว้ต้อนรับก็ได้ โรงแรมบางแห่งอาจมีการให้ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนมีโอกาสได้ทดลองใช้บริการจริงของทางโรงแรมโดยไม่คิดค่าบริการ เช่น การบริการจัดห้องพักให้พักค้างคืน การใช้บริการด้านศูนย์สุขภาพและกีฬา หรืออาจเป็นการรับประทานอาหารในห้องอาหารประเภทต่างๆ เป็นต้น

#### 2.4 การจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงต่างๆ (Exhibits / Displays)

บางโอกาสทางโรงแรมอาจเป็นเจ้าของภาพหรือเจ้าภาพร่วมกับองค์กรหรือหน่วยงานสมาคม ภายนอกจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม อาทิ เช่น การจัดงานนิทรรศการในศิลปะภาพวาด งานการกุศล การบริจาคโลหิต การรณรงค์ งดสูบบุหรี่ งานแสดงดนตรี หรืองานแสดงแฟชั่นโชว์เพื่อหารายได้สมทบทุนและช่วยเหลือ องค์กร สมาคม และมูลนิธิต่างๆ การจัดกิจกรรมลักษณะนี้สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความศรัทธา รวมทั้งช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างโรงแรมและประชาชน เพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุนและมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการโรงแรมตลอดไป

### 3. การจัดทำเอกสารต่างๆ เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

เป็นการจัดเตรียมเอกสารหลายรูปแบบเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือเรื่องราวต่างๆ ให้กับประชาชน ลูกค้า รวมถึงสื่อมวลชนให้ทราบถึงการบริหารและการดำเนินงานของโรงแรม เอกสารที่จะต้องจัดเตรียมอาจมีได้หลายประเภท เช่น

**สื่อสิ่งพิมพ์** ได้แก่ เอกสารแนะนำ แผ่นพับ แผ่นปลิว หรือโปสเตอร์รูปภาพต่างๆ ของโรงแรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจัดเตรียมเอกสารดังกล่าวไว้เพื่อการแนะนำโรงแรม การให้ข้อมูลด้านประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ นโยบายการบริหารงาน รวมถึงเอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการของโรงแรม เช่น อัตราค่าห้องพัก อัตราค่าอาหารและเครื่องดื่ม การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น สำหรับสื่อมวลชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจัดเตรียมเอกสารในรูปแบบแฟ้มคู่มือสื่อมวลชน (Press kit) เพื่อแจกให้กับสื่อมวลชนแขนงต่างๆ รวมถึง อาจใช้แจกสำหรับแขกของโรงแรมหรือองค์กรภายนอกที่ต้องการ **แฟ้มคู่มือสื่อมวลชน (Press kit)** อาจมีรายละเอียดของโรงแรมเกี่ยวกับประวัติการก่อตั้งกิจการ สินค้าและบริการต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม อัตราค่าห้องพักหรือลักษณะของพักในประเภทต่างๆ และอาจมีนามบัตรของผู้อำนวยความสะดวกหรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์แนบไปด้วยก็ได้ในแฟ้มคู่มือ โรงแรมชั้นนำบางแห่งอาจมีแฟ้มคู่มือสื่อมวลชน ทั้งภาษาไทยสำหรับสื่อมวลชนไทยและภาษาอังกฤษสำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ

**จดหมายข่าว (News letters)** เป็นเอกสารที่จัดขึ้นเพื่อการนำเสนอข่าวสารและเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ของโรงแรม จดหมายข่าวมีรูปแบบคล้ายคลึงกับจดหมายทั่วไปขององค์การหรือสถาบันต่างๆ ที่ส่งไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แต่จะแตกต่างกันตรงที่จดหมายข่าวนั้นมีการออกแบบและจัดหน้าให้น่าสนใจ มีการจัดพิมพ์สีสวยงาม รวมถึงอาจมีเครื่องหมายสัญลักษณ์ของโรงแรมประกอบด้วย เนื้อหาในจดหมายข่าว อาจประกอบด้วยข่าวสารทั่วไปของโรงแรม นโยบายการบริหารงาน การแนะนำสินค้าและบริการใหม่ การจัดงานกิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านมาของโรงแรม หรือเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ข่าวสารใน จดหมายข่าวนั้นจะทำให้ลูกค้าสามารถทราบเรื่องราว ความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ของโรงแรมได้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเนื้อหาข่าวสารในจดหมายข่าว เช่น การต้อนรับแขกบุคคลสำคัญระหว่างประเทศที่มาพักที่โรงแรม การแต่งตั้งโยกย้ายผู้จัดการใหญ่ หรือหัวหน้าฝ่าย โครงการปรับปรุงห้องพักหรือการบริการด้านอื่นๆ หรืออาจจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการช่วยสังคมในด้านต่างๆ เช่น การมอบทุนการศึกษา ให้กับโรงเรียนในชนบท การออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท การรณรงค์รักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นต้น

**วารสารภายใน (In-house Magazine)** วารสารภายในสามารถเป็นสื่อกลางที่ตีระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน ทำให้พนักงานในระดับต่างๆ สามารถทราบเรื่องราว ข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรของตนได้ดีขึ้น ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสารหรือบอกกล่าวกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน

ภายในอื่นๆ เช่น การแจ้งนโยบายการบริหารงานให้พนักงานได้ทราบ การชี้แจงผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา หรือการแสดงความคิดเห็น คำชี้แนะ คำแนะนำจากพนักงานฝ่ายต่างๆ เพื่อการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือ ตลอดจน ช่วยสร้างขวัญและกำลังใจของพนักงานในการติดต่อสื่อสารและเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กรให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น วารสารภายในอาจมีกำหนดออกเป็นรายเดือน รายสามเดือน รายหกเดือน หรือรายปีก็ได้แล้วแต่นโยบายของแต่ละโรงแรม

### สื่อมวลชนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โรงแรม

สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใช้ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์โรงแรมนั้นมีอยู่หลายประเภท แต่ละสื่อที่เลือกใช้ล้วนแต่มีจุดมุ่งหมายเหมือนกัน คือ การเผยแพร่และกระจายข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวและกิจกรรมต่างๆ ของโรงแรมไปยังลูกค้าและประชาชนทั่วไปได้ทราบ ดังนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงมิได้จำกัดเฉพาะว่าจะใช้เพียงสื่อมวลชนด้านใดด้านหนึ่ง แต่จำเป็นต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม ถูกต้อง สามารถครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าและประชาชนให้มากที่สุด ซึ่งสื่อมวลชนที่นิยมใช้อาจมีดังต่อไปนี้

**หนังสือพิมพ์ :** เป็นสื่อมวลชนที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์นิยมเลือกใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมาก หลายกลุ่มอาชีพ รวมทั้งมีการเสนอข่าวประจำวันทุกวันทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ข่าวสารต่างๆ ของโรงแรมสามารถได้รับการตอบสนองและลงข่าวได้ค่อนข้างรวดเร็ว หนังสือพิมพ์มีหลายประเภทและมี

ผู้อ่านจำนวนมากทั่วประเทศ จึงสามารถครอบคลุมและเข้าถึงได้เกือบทุกตลาดเป้าหมาย หนังสือพิมพ์หลัก ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ผู้จัดการ ประชาชาติธุรกิจ ฯลฯ หรือหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ เช่น Bangkok Post หรือ The Nation เป็นต้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถส่งข่าวลงหนังสือพิมพ์ได้หลายรูปแบบเช่น ข่าวแจก ข่าวงานแถลง ข่าวกิจกรรม ปฏิทินข่าว รวมไปถึงการสัมภาษณ์พิเศษของบุคคลสำคัญต่างๆ ที่เข้าพักหรือมาใช้บริการของโรงแรม เป็นต้น

**นิตยสาร :** เป็นสื่อมวลชนที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์นิยมใช้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ นิตยสารมีหลายประเภทหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามเนื้อหาสาระและกลุ่มลูกค้า รวมทั้งมีรูปแบบที่สวยงาม กะทัดรัด มีสีสันดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี นิตยสารสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้หลายระดับ ทำให้สามารถเลือกหรือเจาะจงกลุ่มลูกค้า กลุ่มอาชีพ ได้ดียิ่งขึ้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องแยกประเภทนิตยสารให้ถูกต้องตามเพศ วัย อาชีพ หรือระดับการศึกษา โดยต้องพิจารณาและวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรมนั้นนิยมอ่านนิตยสารฉบับใด เพื่อจะได้เตรียมดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นิตยสารมีความแตกต่างกันในด้านกำหนดเวลา การออกวางจำหน่าย เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน เป็นต้น การเสนอข่าวหรือการลงข่าวจึงอาจล่าช้ากว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสารที่ได้รับความนิยมในการลงข่าวประชาสัมพันธ์ของโรงแรมต่างๆ อาทิเช่น ดิฉัน แพรว ผู้จัดการ สกุลไทยขวัญเรือน หรือนิตยสารท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ อ.ส.ท. เทียร์รอบโลก หรือ เพื่อนเดินทาง เป็นต้น

**โทรทัศน์ :** เป็นสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์โรงแรมอีกทางหนึ่ง โทรทัศน์มีคุณลักษณะเด่นคือสามารถนำเสนอทั้งภาพที่เคลื่อนไหวและเสียงมาสู่ประชาชนจำนวนมากในเวลาพร้อมๆ กัน ซึ่งสามารถรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ส่วนมากจะเป็นการนำเสนอข่าว หรือรายงานเหตุการณ์สำคัญของสถานีโทรทัศน์ให้ประชาชนได้ทราบหรืออาจเป็นการรายงานข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรืออยู่ในความสนใจของประชาชน ซึ่งผู้สื่อข่าวอาจมีการกล่าวถึงหรือระบุชื่อของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรม นอกจากนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจมีวิธีการทำข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์โดยการให้ความร่วมมือและช่วยเหลือต่างๆ เช่น การให้ความเอื้อเฟื้อสถานที่ในการถ่ายทำหรือบันทึกเทปโทรทัศน์ ซึ่งทางโรงแรม (โดยประสานงานร่วมกับฝ่ายประชาสัมพันธ์) อาจให้ความอนุเคราะห์ หรือเอื้อเฟื้อสถานที่ในการถ่ายทำหรือบันทึกเทปโทรทัศน์ให้กับผู้จัดรายการ หรือสถานีโทรทัศน์ เช่น การให้ความเอื้อเฟื้อเพื่อด่านห้องพัก ห้องจัดงานเลี้ยง หรือในบริเวณรอบๆ โรงแรมเพื่อใช้เป็นสถานที่ในการถ่ายทำหรือบันทึกเทปโทรทัศน์ โดยทางผู้จัดรายการหรือสถานีโทรทัศน์จะอ้างถึงหรือกล่าวถึงชื่อของโรงแรม หรือบางรายการอาจติดต่อโรงแรมเพื่อขออนุญาตเยี่ยมชมห้องอาหาร ห้องครัว รวมถึงอาจมีการขอสัมภาษณ์หัวหน้าพ่อครัว หรือการเชิญพ่อครัวของโรงแรมไปออกรายการสาธิตการทำอาหารในรายการต่างๆ เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นทางรายการหรือสถานีโทรทัศน์มักจะกล่าวถึงชื่อของโรงแรมในฐานะที่ให้การสนับสนุนและเอื้อเฟื้อ

สถานที่ในการถ่ายทำ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงและประชาสัมพันธ์โรงแรมได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่ง

**วิทยุ :** เป็นสื่อมวลชนที่สามารถสื่อข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ในรูปของคำพูด เสียงเพลง ดนตรี รวมถึงรายการสาระประโยชน์และบันเทิงไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง สามารถเข้าถึงประชาชนได้เกือบทุกระดับชั้น การทำข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุอาจมีไม่มากนัก โดยทั่วไปการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุส่วนมากจะเป็นการนำเสนอข่าวหรือเหตุการณ์สำคัญให้กับประชาชนได้ทราบ คล้ายกับการรายงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ ฝ้ายประชาสัมพันธ์อาจมีวิธีอื่นๆ (โดยประสานงานกับผู้บริหารโรงแรม) ในการสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือกับผู้จัดรายการวิทยุ อาทิ เช่น ช่วยเหลือและประสานงานให้ผู้จัดรายการวิทยุต่างๆ เชิญบุคคลสำคัญมาสัมภาษณ์ หรือสนทนาในรายการ โดยอาจใช้โรงแรมเป็นสถานที่ดำเนินรายการ หรือทางโรงแรมอาจเอื้อเพื่อสถานที่ให้ผู้จัดรายการวิทยุจัดงานเพื่อสังคมขึ้นที่โรงแรม ในบางโอกาสทางโรงแรมอาจให้ความร่วมมือกับผู้จัดของรายการวิทยุ สัมภาษณ์พ่อครัวของโรงแรมถึงเคล็ดลับการทำอาหารประเภทต่างๆ หรืออาจให้ความรู้กับประชาชนในการประกอบอาหารในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวที่จัดขึ้น ผู้จัดรายการวิทยุมักจะกล่าวถึงหรือขอบคุณโรงแรมในฐานะที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ หรือเอื้อเพื่อสถานที่ในการจัดรายการ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และจะทำให้ประชาชนรู้จักโรงแรมมากขึ้น

### การบริหารงานของฝ้ายประชาสัมพันธ์โรงแรม

หน้าที่หลักของฝ้ายประชาสัมพันธ์ คือ เป็นผู้เชื่อมโยงข่าวสารระหว่างโรงแรม สื่อมวลชนและสาธารณชน การบริหารงานหรือโครงสร้างการบริหารงานของฝ้ายประชาสัมพันธ์ในแต่ละโรงแรมนั้นอาจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายบริหาร ขนาดโรงแรม หรือประเภทของโรงแรม

โรงแรมขนาดเล็ก ฝ้ายประชาสัมพันธ์อาจอยู่ในส่วนหนึ่งของฝ้ายการตลาดซึ่งอาจประกอบด้วยจำนวนบุคลากรเพียง 1-3 คน ทำหน้าที่ช่วยกันหลายอย่าง โดยทำงานร่วมกันตั้งแต่งานธุรการ งานดูแลสื่อมวลชน งานประจำวัน การเขียนข่าว การทำข่าว การถ่ายรูป ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม

สำหรับโรงแรมขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ฝ้ายประชาสัมพันธ์อาจอยู่ในส่วนหนึ่งของฝ้ายการตลาดหรืออาจเป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่แยกออกมาอิสระโดยมีผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ้ายประชาสัมพันธ์เป็นหัวหน้าหน่วยงานโดยรายงานตรงต่อผู้จัดการทั่วไป ภายในหน่วยงานโดยทั่วไป จะประกอบด้วยบุคลากร 3-6 คน โดยแต่ละคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนของตนเอง แต่การทำงานทุกคนยังต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในที่นี้จะนี้ขอกกล่าวถึงการบริหารงานของฝ้ายประชาสัมพันธ์ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วยบุคลากรที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง ดังต่อไปนี้

### 1. ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์/ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ (Public Relations Director/Manager)

ตำแหน่งผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ในธุรกิจโรงแรม อาจมีการเรียกชื่อที่แตกต่างกันไปบ้าง ขึ้นอยู่กับนโยบายบริหารและการจัดการของโรงแรม โรงแรมขนาดใหญ่หรือโรงแรมชั้นนำหลายแห่ง อาจมีตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นตำแหน่งสูงสุดในแผนกและอาจมีผู้ช่วยคือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์อีกหนึ่งตำแหน่ง แต่บางโรงแรมก็อาจมีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหัวหน้าแผนก โดยทั่วไปผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีหน้าที่หลักคือ รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโรงแรมทั้งหมด โดยรับนโยบายมาจากฝ่ายบริหารและนำมาปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ดูแลการปฏิบัติงานและตรวจสอบงานประจำวันให้เป็นไปตามความรับผิดชอบของแผนก ดูแลและต้อนรับลูกค้าที่เป็นแขกสำคัญของโรงแรม บางโอกาสอาจเป็นตัวแทนของฝ่ายบริหารในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ลูกค้าจัดขึ้นภายในโรงแรม ติดต่อบริษัทสื่อมวลชนระหว่างโรงแรมกับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ นัดพบหรือให้สัมภาษณ์กับ สื่อมวลชนแขนงต่างๆ เขียนบทความหรือเขียนข่าวสำคัญๆ เป็นบางครั้ง รับผิดชอบในเรื่องการส่งเสริมและการจัดงานพิเศษอื่นๆ ของโรงแรม เข้าร่วมประชุมกับฝ่ายอื่นๆ ของโรงแรม รวมถึงอาจเข้าร่วมประชุมกับประชาสัมพันธ์โรงแรมอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและความช่วยเหลือกัน เพื่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้ ผู้อำนวยการ

หรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรมบางแห่งอาจต้องมีหน้าที่ทำงานร่วมกับฝ่ายบริหารในการดูแลและวางแผนเรื่องการจัดทำโฆษณาร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างๆ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำในการจัดพิมพ์ ตลอดจนเรื่องการทำสปอนเซอร์ในสื่อโฆษณาต่างๆ หรือโรงแรมบางแห่งอาจจะมอบหมายให้บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้ดำเนินงานด้านการโฆษณาของโรงแรมแทน

### 2. ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ (Assistant Public Relations Manger)

โดยทั่วไปสำหรับโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหัวหน้าแผนก มักจะมีตำแหน่งผู้ช่วยอีกตำแหน่งหนึ่งคือ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ในการช่วยเหลือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ตามที่ได้รับมอบหมาย ช่วยดูแลและต้อนรับลูกค้าที่เป็นแขกสำคัญของโรงแรม เขียนข่าว ทำข่าวสำหรับเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม ติดต่อกับสื่อมวลชนเป็นประจำเพื่อสร้างความคุ้นเคยและความสัมพันธ์ที่ดีหรือในบางครั้งอาจเข้าร่วมประชุมกับฝ่ายบริหารแทนผู้จัดการและให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน หรืออาจช่วยเป็นวิทยากรพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจการดำเนินงานของโรงแรมในส่วนต่างๆ

### 3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (Public Relations Officer) / เลขานุการ (Secretary) และช่างภาพ (Photographer)

สำหรับโรงแรมขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ อาจมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือเลขานุการ แผนกช่วยเหลืองานของผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ แต่โดยทั่วไปเจ้า

หน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือเลขานุการจะดูแลงานด้านธุรการและงานเอกสารภายในหน่วยงานเป็นหลัก รวมถึงอาจทำหน้าที่เป็นช่างภาพในบางโอกาส แต่โดยทั่วไปหน้าที่และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือเลขานุการจะช่วยงานด้านธุรการประจำวันตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น การพิมพ์งาน การจัดทำเอกสารต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ การตรวจข่าวและการตัดข่าวประจำวัน การเก็บ รวบรวมข่าวต่างๆ ของโรงแรม การจัดเตรียมส่งข่าวให้สื่อมวลชนโดยอาจอาศัยความช่วยเหลือจากพนักงานส่งเอกสารของโรงแรมเป็นผู้นำส่งข่าวประจำวันไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ รวมถึงทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอก โรงแรมขนาดใหญ่หรือโรงแรมชั้นนำบางแห่งที่มีการจัดงานเลี้ยงหรือมีการจัดกิจกรรมต่างๆ บ่อยครั้ง อาจมีตำแหน่งช่างภาพประจำแผนกเพิ่มอีกหนึ่งตำแหน่งโดยทำหน้าที่หลักคือการดูแลเรื่องการถ่ายภาพในงานหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรมตามที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าแผนก เช่น การถ่ายภาพการจัดงานขององค์การ สมาคม หรือหน่วยงานต่างๆ งานเลี้ยงงานสังสรรค์ งานแต่งงาน งานประชุมอบรมและสัมมนา ตลอดจนงานกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโรงแรม หรืออาจจะเป็นการ

ถ่ายภาพลูกค้าหรือแขกบุคคลสำคัญจากภาครัฐและเอกชน ในด้านต่างๆ ที่มาใช้บริการบริการของโรงแรม เป็นต้น สำหรับโรงแรมทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจจำเป็นต้องทำหน้าที่เป็น ช่างภาพในกรณีที่ไม่มีตำแหน่งช่างภาพประจำโรงแรม

อาจกล่าวได้ว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาท และความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน่วยงานอื่นๆ ของธุรกิจโรงแรม และคงไม่ใช่หน่วยงานที่มีไว้เพื่อประดับประดาในกิจการโรงแรม ดังที่หลายคนเคยคิด เพราะนอกจากจะทำหน้าที่หลักในการบอกกล่าว ให้ข้อมูลข่าวสาร และเผยแพร่ ชื่อเสียงของโรงแรมให้เป็นที่รู้จักของสาธารณชนแล้ว ยังมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นและความศรัทธา ตลอดจนช่วยส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวระหว่างโรงแรมและประชาชน ทำให้เกิดความนิยมและความเชื่อถือไว้วางใจจากสังคม จนนำไปสู่การสนับสนุนและการใช้บริการของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้กับโรงแรม อันจะส่งผลให้การดำเนินงานของกิจการของโรงแรมนั้นสามารถดำเนินก้าวหน้าต่อไปได้

บรรณานุกรม

- พรทิพย์ พิมลสินธุ์, (2545). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ปรกาศพริก.  
 พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2538). สื่อมวลชนและการโรงแรม. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.  
 วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). การประชาสัมพันธ์ (Public relations). พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
 โสภิต ภัทรพิพัฒน์. (2538). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.  
 Noris, James S. (1984). **Public Relations**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.  
 Seitel, Fraser P. (1995). **The Practice of Public Relations** : 6 th edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.