

กลยุทธ์ และประสิทธิภาพการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ
เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี

ณัฐดา กัลศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาด

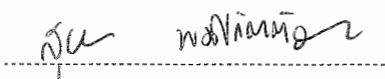
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

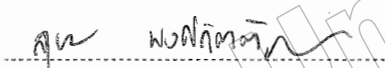
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของณัฐดา กัลศรี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

 อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธาน
(ดร.วราภรณ์ นัตราติชาติ)

 กรรมการ
(ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)

 กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตดาภา สารพัฒน์ก ไชยปัญญา)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ดร.บุญรอด บุญเกิด)

วันที่ 29 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาตลอดเวลาในการให้คำแนะนำและปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จาก ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึง ดร.วราภรณ์ ฉัตรชาติขต ประธานในการสอบ ผศ.ดร.ชมพูนุช ปิยะบุญไพโรจน์ และ ผศ.ดร.จิตตภา สारพัตติก ไชยปัญญา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณสุกัญญา วิวัฒนพาณิชย์ ผู้จัดการทั่วไป คุณรุ่งฤดี แผลงฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด คุณจุฑิ ศุภรางค์รัตน์ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด คุณวัชร พุ่มขจร หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม คุณวุฒิภูมิ จูเกษม หัวหน้าแผนกห้องอาหาร และคุณจุฑามาส สุขสวัสดิ์ เจ้าหน้าที่แผนกต้อนรับ และกิจกรรม ตลอดจนน้อง ๆ พนักงานทุกคนที่ช่วยประสานงาน ให้ความสะดวกในการให้ข้อมูล และให้บริการต่าง ๆ ด้วยดีที่ เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี และขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ได้สละเวลาพักผ่อน และให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณคุณพ่อ และคุณแม่ ที่ช่วยดูแลเป็นอย่างดีเรื่อยมา ขอขอบคุณคุณสรลือ พุ่มกุมาร ที่ช่วยให้กำลังใจ และสถานที่ในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณครอบครัว ที่คอยสนับสนุนเรื่องเวลา และอาหารการกิน ขอขอบคุณหัวหน้า และเพื่อนร่วมงานบริษัทฯ ที่อนุญาตให้หยุดงานเพื่อการสัมภาษณ์ และจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ณัฐดา กัลศิริ

53920762: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: การตลาดเชิงประสบการณ์/ เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี

ณัฐดา กัลศรี: กลยุทธ์และประสิทธิผลการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี (STRATEGY AND AFFECTIVENESS FOR EXPERIENTIAL MARKETING OF “KHAO KHEOW ESTATE CAMPING RESORT & SAFARI, CHONBURI PROVINCE). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์, นศ.ด. 138 หน้า. ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ รวมถึงประสิทธิผลในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารและพนักงานเพื่อศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ รวมทั้งสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ นอกจากนี้ มีการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และบทความต่าง ๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) และไม่มีส่วนร่วม (Non-participative Observation)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ขั้นตอนในการบริหารประสบการณ์ลูกค้าของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) วิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้า (2) กำหนดโครงสร้างประสบการณ์ของลูกค้า (3) ออกแบบประสบการณ์ที่มีต่อตราสินค้า (4) ออกแบบจุดติดต่อ ลูกค้า (5) สร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและมีแนวทางการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า 2 แนวทาง ได้แก่ (a) สร้างจากประสบการณ์ทางกายภาพ และ (b) สร้างจากประสบการณ์ทางความรู้สึก

2. การทำการตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีประสิทธิผลในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าในช่วงก่อนมาใช้บริการ และระหว่างการใช้บริการ กับความพึงพอใจในการได้รับบริการจริง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยกว่าหรือเทียบเท่าการบริการที่ได้รับจริง ในด้านที่พัก และสถานที่ให้บริการ เช่น ห้องน้ำ ห้องอาหาร Estate Restaurant เป็นต้น แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากกว่าหรือเทียบเท่าการบริการที่ได้รับจริงในด้านบรรยากาศโดยรวมของรีสอร์ท และการให้บริการของพนักงาน

53920762: MAJOR: M.COM.ARTS (MARKETING COMMUNICATION)

KEYWORDS: EXPERIENTIAL MARKETING / KHAO KHEOW ESTATE CAMPING
RESORT & SAFARI.

NATTHITA KUNLASRI: STRATEGY AND AFFECTIVENESS FOR
EXPERIENTIAL MARKETING OF KHAO KHEOW ESTATE CAMPING RESORT &
SAFARI, CHONBURI PROVINCE. ADVISER: SUCHADA PONGKITTIWIBOON, Ph.D.
136 P. 2012.

The purposes of this study were (1) to investigate the strategies of Experiential Marketing of “KHAO KHEOW ESTATE CAMPING RESORT & SAFARI”, Chonburi Province and (2) to assess the effectiveness of those strategies in order to create the customer satisfaction. The research was the qualitative research, using in-depth interviews with the management and staff of “KHAO KHEOW ESTATE CAMPING RESORT & SAFARI”, and its customers. Moreover, data was collected by documentary research including the participatory and non-participatory observations.

The findings were as follows:

1. There were 5 processes for Customer’s Experience Management of “KHAO KHEOW ESTATE CAMPING RESORT & SAFARI”, Chonburi Province, starting from (1) Analyze Customer’s Experience (2) Propose Customer’s Experience Structure (3) Create Brand’s Experience (4) Create Customer Contact and (5) Create New Innovation continually. Further, there were two ways managing customer’s experience which were (a) Physical Experience Management and (b) Emotional Experience Management through staff and printed media.

2. The effectiveness of Experiential Marketing to create customer satisfactions was assessed by comparing the expectations of customers before and during service with the satisfaction of actual service. The findings showed that customer satisfactions of accommodation or place, such as dining room or restaurant, were equal or less than customer expectations. On the contrary, customer satisfactions of resort’s atmosphere and service were equal or higher than customer expectations.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
ปัญหำนำการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด	10
แนวคิดการบริหารประสิทธิภาพของลูกค้า	15
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
รูปแบบการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย	47
แหล่งข้อมูลในการศึกษา.....	48
ขั้นตอนในการทำวิจัย	48
ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือ	52
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีการนำเสนอ	52
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	54

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	55
ผลการวิจัย	55
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของเจ้าเขียวเอสดาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท หนองชาฟารี	
จังหวัดชลบุรี	56
ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย	66
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	107
สรุปผลการวิจัย	107
อภิปรายผลการวิจัย	120
ข้อเสนอแนะทั่วไป	131
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	132
บรรณานุกรม	134
ประวัติย่อของผู้วิจัย	139

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ที่พักเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	5
2	ลักษณะทางกายภาพของประสบการณ์ทั้ง 11 กลุ่ม	18
3	ขั้นตอนของกระบวนการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า 5 ขั้นตอน	24
4	องค์ประกอบประสบการณ์ของลูกค้า	27
5	ตัวอย่างจุดติดต่อสำคัญของธุรกิจโรงแรม	33
6	ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ	36
7	กรอบแนวคิดในการวิจัย	54
8	แผนที่ตั้งเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	57
9	ที่พัก แบบ “เอสตาเต้ วิลโล่”	58
10	ที่พัก แบบ “เอสตาเต้ เฟอร์”	59
11	ที่พักแบบ “เอสตาเต้ คราวน์ ฟลาวเวอร์” (วิลล่า เต็นท์)	59
12	ที่พัก แบบเอสตาเต้ คราว ฟลาวเวอร์ (วิลล่า เต็นท์ 2)	59
13	ล็อบบี้	60
14	ห้องประชุมสัมมนา	61
15	ห้องอาหาร Estate Restaurant	61
16	อาหารสไตล์ Fusion House ของ Estate Restaurant	62
17	ห้องอาบน้ำ	63
18	ห้องสุขา	63
19	บริเวณด้านในห้องน้ำ	64
20	กิจกรรม Day & Night Safari	64
21	กิจกรรม Mountain Biking	65
22	กิจกรรม The adventure	65
23	กิจกรรม Flight of the Gibbon	66
24	กิจกรรมสัมมนา และ Walk Rally	66
25	Estate Rate (ราคาห้องพักและกิจกรรม)	68
26	โลโก้ของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	72

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
27 ตัวอย่างแบบสอบถามของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	73
28 ตัวอย่างแบบสอบถามของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี (ข้อ 2)	74
29 ตัวอย่างที่หักแบบบุคลิกเด่นที่ของ “ฟาร์มโชคชัยแคมป์”	75
30 ตัวอย่างป้ายประชาสัมพันธ์เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	79
31 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ www.estateresort.com	79
32 ตัวอย่างแผ่นพับของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	80
33 ที่พักของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	81
34 การวางรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	81
35 เฟสบุคของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	83
36 ตัวอย่างโปสเตอร์ และบัตรกำนัลของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	89
37 ตัวอย่างเนื้อหาที่ศึกษาจากเว็บไซต์ www.estateresort.com	92
38 ตัวอย่างเนื้อหาที่ศึกษาจากแผ่นพับของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	92
39 จุดติดต่อประสบการณ์ทางตรงของเขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี	94