



ภาคผนวก ก

ผู้ให้สัมภาษณ์ชาวไทยคนที่.....

แบบสัมภาษณ์การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศใน
จังหวัดเชียงใหม่

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยชุดนี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการที่เกี่ยวข้องในการบริการการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในการบริการ ในความคิดของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางและกลยุทธ์ทางการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ตามผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 โดยไม่ทำลายภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่าน ในการให้คำตอบตามข้อเท็จจริงซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจะรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ และจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม ซึ่งไม่กระทบต่อผู้ให้สัมภาษณ์ และบุคคลที่เกี่ยวข้องแต่ประการใด โปรดตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริงที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

1. อายุ

- ☐ 18-25 ปี
- ☐ 33-33 ปี
- ☐ 34-41 ปี
- ☐ 42-49 ปี
- ☐ 50-57 ปี
- ☐ 57 ปีขึ้นไป

2. อาชีพ

- ☐ นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ พนักงานบริษัท
- ☐ ธุรกิจส่วนตัว
- ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

3. ระดับการศึกษา

- ☐ มัธยมศึกษา
- ☐ ปวช./ปวส.
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาโท
- ☐ ปริญญาเอก

4. รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย

- ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,000 บาทขึ้นไป

5. ในรอบปีที่ผ่านมาท่านเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อปี.....ครั้ง

6. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมาครั้งล่าสุด

- ☐ พักผ่อน
- ☐ เยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน
- ☐ ท่องเที่ยวกับเพื่อนๆสมัยเรียน

- การท่องเที่ยว โดยได้รับรางวัล
- ไหว้พระ/ประกอบกิจกรรมทางศาสนา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. รูปแบบที่พักที่ท่านเลือก (กรณีที่มีการพักค้างคืน)

- โรงแรม
- รีสอร์ท
- เกสต์เฮาส์
- บังกะโล
- อพาร์ทเมนต์
- กางเต้นท์
- วัด/โรงเรียน
- บ้านตนเอง/บ้านเพื่อน/บ้านญาติ
- บ้านพักหรือโรงแรมของมหาวิทยาลัย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ประเภทร้านอาหารที่ท่านรับประทานบ่อยที่สุดระหว่างท่องเที่ยว

- ร้านอาหารภายในโรงแรมที่พัก
- ภัตตาคาร
- ร้านข้างถนนหรือแผงลอย
- ทำอาหารเองภายในที่พัก
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ในการท่องเที่ยวครั้งล่าสุดนี้ท่านเดินทางท่องเที่ยวกับผู้ใด ? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ท่องเที่ยวคนเดียว
- กับคนรู้ใจ(แฟน)
- กับเพื่อน
- กับครอบครัว/ญาติ
- กับบริษัททัวร์
- กับบริษัทที่ตนเองทำงานอยู่
- กับมูลนิธิหรือวัด
- กับสมาชิกชุมชนใกล้เคียง
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....บาท

10. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยทั้งหมดตลอดการเดินทางของท่านในการท่องเที่ยวครั้งล่าสุดคือ.....

บาท แยกเป็น

10.1 ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก.....บาท

10.2 ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร.....บาท

10.3 ค่าใช้จ่ายด้านความบันเทิงโดย.....บาท

10.4 ค่าใช้จ่ายด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก.....บาท

10.5 ค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)บาท



ส่วนที่ 2 : ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกย์
โปรดเรียงลำดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดต่อไปนี้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวของท่าน (1=สำคัญที่สุดไปจนถึง 7=สำคัญน้อยที่สุด)

1) การเลือกแหล่งท่องเที่ยว

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ แหล่งท่องเที่ยว

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว, การซื้อตั๋วเข้าชม

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การลด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ
ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของแหล่งท่องเที่ยว

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการซื้อตั๋วเข้าชม ขั้นตอนในการขอข้อมูล
แหล่งท่องเที่ยว ขั้นตอนในการใช้บริการต่างๆ การชำระเงิน ฯลฯ

1.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....
.....

1.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย?

.....
.....

1.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วน
ประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....
.....
.....

2) การเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว (ภาคกลางวัน)

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ กิจกรรมเกี่ยวกับงานบุญ กิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมการ
เร่ร่อน ในสายน้ำ เช่น ทะเล น้ำตก ชมธรรมชาติ ภูเขา การท่องเที่ยวแนววัฒนธรรม ชื่นชม
ความงามของศิลปะ วัดวาอาราม สวนสาธารณะ/สวนหย่อม ห้างสรรพสินค้า สวนสนุก

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ การเข้าถึงกิจกรรมนั้น การซื้อตัวเข้าร่วมกิจกรรมนั้น

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การลด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของแหล่งท่องเที่ยว

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการซื้อตัวเข้าชม ขั้นตอนในการขอข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว ขั้นตอนในการใช้บริการต่างๆ การชำระเงิน ฯลฯ

2.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

.....

2.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

.....

2.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วนประสมทาง การตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

.....

.....

3) การเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว (ภาคกลางคืน)

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ชาน้ำ ผับ บาร์ อะโกโก้ และการาโอเกะ

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ การเข้าถึงกิจกรรมนั้น การซื้อตัวเข้าร่วมกิจกรรมนั้น

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การลด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของแหล่งท่องเที่ยว

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการซื้อตัวเข้าชม ขั้นตอนในการขอข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว ขั้นตอนในการใช้บริการต่างๆ การชำระเงิน ฯลฯ

3.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

.....

3.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

.....

3.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

.....

.....

4) การเลือกที่พักรัก

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ห้องพักรัก

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่พักรัก ช่องทางในการจองที่พักรัก

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของที่พักรัก

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการจองที่พักรัก ขั้นตอนในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ ขั้นตอนในการให้บริการต่างๆ และขั้นตอนในการชำระเงิน

4.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

.....

4.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

.....

4.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วน
ประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

.....

.....

5) การเลือกร้านอาหาร

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ อาหารและเครื่องดื่ม

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่ตั้งของร้านอาหาร

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ
ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของร้านอาหาร

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร ขั้นตอนการ
จองโต๊ะ ขั้นตอนในการสั่งอาหาร และขั้นตอนการชำระเงิน

5.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

.....

5.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

.....

5.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วน
ประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

.....

.....

6) การเลือกสปา

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ บริการนวด บริการสปาต่างๆและผลิตภัณฑ์สปา

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่ตั้งของสปา การจองใช้บริการสปา

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การลด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของร้านสปา

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสปา ขั้นตอนการจองใช้บริการสปา ขั้นตอนในการให้บริการต่างๆ และขั้นตอนการชำระเงิน

6.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

.....

6.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

.....

6.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

.....

.....

7) การเลือกซื้อของที่ระลึก

.....ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าที่ระลึกต่างๆ

.....ราคา (Price)

.....การจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน

.....การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การลด แลก แจก แถม

.....บุคคล หรือ พนักงาน (People)

.....การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) คือ ความสะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งของร้านขายของที่ระลึก

.....กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการให้ข้อมูล ขั้นตอนการซื้อ-ขาย ขั้นตอนการให้บริการต่อพัสดุ และขั้นตอนการชำระเงิน

7.1 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับ 1 ?

.....

7.2 เหตุใดท่านจึงเลือกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นอันดับสุดท้าย ?

.....

7.3 ท่านใช้เกณฑ์ใดในการพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดที่ท่านเลือก? พร้อมเหตุผลที่ใช้เกณฑ์นั้น

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในความคิดเห็นของท่านเพื่อตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้นและเหมาะสม

.....

ขอขอบคุณที่เสียสละและให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

Interviewee No.

Interview Check List : The Behavior Study of Thai and Foreign Tourist Gays
in Chiang Mai Province

This research interview checklist is aimed at 1) studying Thai and Foreign Tourist Gays' behaviors, expectations and demands in Chiang Mai 2) Surveying Thai & Foreign Tourist Gay's opinions about Marketing Mix of the tourism businesses in Chiang Mai and 3) study and compare the marketing mix of the tourism industry services in the opinions of Thai and foreign gay tourists in Chiang Mai 4) propose the marketing strategies for managing gay tourists in the appropriate ways with the good images of Thai tourism

This interview check list is divided into 3 sections as follows ;

- Section I Demographic Profile
- Section II Tourism Marketing Mix in the opinions of the Gay Tourists
- Section III Suggestion from Tourist

The researcher wishes the great cooperation from you and the data collected will be kept confidential. The analysis of the data will be undertaken to show the overall results and has impacts no on the interviewees or the concerned. Please answer the questions honestly from your real opinions.

Section I Demographic Profile

11. Age

- ☐ 18-25 Years Old
- ☐ 26-33 Years Old
- ☐ 34-41 Years Old
- ☐ 42-49 Years Old
- ☐ 50-57 Years Old
- ☐ Over 57 Years Old

12. Occupation

- ☐ Student
- ☐ Government Official / State Enterprise employee
- ☐ Employee
- ☐ Own Business
- ☐ Other (Please specify).....

13. Education

- ☐ High School
- ☐ Vocational Certificate
- ☐ Bachelor Degree
- ☐ Master Degree
- ☐ Doctoral Degree

14. Income per month

- ☐ Below 10,000 baht
- ☐ 10,001 – 20,000 baht
- ☐ 20,001 – 30,000 baht
- ☐ 30,001 – 40,000 baht
- ☐ Over 40,000 baht

15. How often do you travel per year by average?.....

16. Purpose of travel in this trip.

- ☐ Relax/Leisure
- ☐ Visiting Friends/Relatives
- ☐ Travel with schoolmates/Friends
- ☐ Incentive tour
- ☐ Praying to Buddha/God and doing religious activities
- ☐ Other (Please identify).....

17. What kind of accommodations do you choose?

- ☐ Hotel
- ☐ Resort
- ☐ Guest House
- ☐ Bungalow
- ☐ Apartment
- ☐ Tent
- ☐ Temple/School
- ☐ Hostel/Hotel of Universities
- ☐ Owned House/ Friend's House/Relative's Houses
- ☐ Other (Please identify).....

18. What kind of restaurants do you often visit?

- ☐ Restaurants in the accommodation
- ☐ Restaurants
- ☐ Self cooking in the accommodations
- ☐ Food Stalls
- ☐ Other (Please identify).....

19. Who do you travel with for this trip? (Can choose more than 1 answer)

- ☐ Alone
- ☐ Lover
- ☐ Friends
- ☐ Family / Relative
- ☐ Travel Agent
- ☐ Colleagues at work

- ☐ Foundation/Temple/Church
- ☐ Home Community
- ☐ Other (Please identify).....

20. Average Expenditure for the trip in total.....Baht divided into :

- 10.1 Accommodation..... Baht
- 10.2 Food.....Baht
- 10.3 Entertainment.....Baht
- 10.4 Goods/Souvenirs.....Baht
- 10.5 Other expenses (Please identify),..... Baht

Section II : Tourism Marketing Mix in the opinions of the Gay Tourists. Please rank according to its importance in your opinion. (1 is the most important till 7 is the least important)

8) Destination Selection

- Product (Destination itself)
- Price
- Place (Location, Entrance fee sale booths)
- Promotion (Discount, Coupons, extra gifts, complimentary)
- People
- Physical evidence and presentation (Cleanliness, atmosphere and setting design)
- Process (Entrance fee purchase process, information request process, service process, payment process)

1.4 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

1.5 Why do you choose that marketing mix as the last priority (No.7)?

.....

1.6 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

9) Tour Activity Selection (Day Activities)

..... Product : Religion-Based Activities/ Water-Based Activities (activities in seas & waterfalls) / Cultural Activities / Natural based Activities / Art-Based Activities/Manmade destination –Base Activities (Parks, Shopping malls and fun parks)

..... Price

..... Place : Accessibility to the products, Entrance fee booths

..... Promotion : (Discount, Coupons, extra gifts, complimentary)

..... People

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Process in ticket purchasing / Information inquiry / Payment Process

2.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

2.2 Why do you choose that marketing mix as the last priority (No.7)?

.....

2.3 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

10) Tour Activity Selection (Night Activities)

..... Product : Sauna/ Pub & Restaurant / Bars / A Go-Go /Karaoke

..... Price

..... Place : Accessibility to the products / Entrance fee booths

..... Promotion : (Discount, Coupons, extra gifts, complimentary)

..... People

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Process in ticket purchasing / Information inquiry / Payment Process

3.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....
.....

3.2 Why do you choose that marketing mixes as the last priority (No.7)?

.....
.....

3.3 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....
.....

11) Accommodation Selection

..... Product : Rooms

..... Price

..... Place : Location / Accessibility / Reservation Channels

..... Promotion : Discount, Coupons, extra gifts, complimentary

..... People

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Reservation/ Process in purchasing / Information inquiry / Payment Process

4.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

.....

4.2 Why do you choose that marketing mixes as the last priority (No.7)?

.....

.....

4.3 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

.....

12) Restaurant Selection

..... Product : Food & Beverage

..... Price

..... Place : Location

..... Promotion : Sale

..... People : Staff

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Reservation/ Process in purchasing / Information inquiry / Payment Process

5.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

.....

Why do you choose that marketing mix as the last priority (No.7)?

.....

.....

5.2 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

13) Spa Selection

..... Product : Spa Packages/ Massage/ Spa products

..... Price

..... Place : Location/ Spa reservation

..... Promotion : Sale/ Discount

..... People : Staff/ Massager

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Process in purchasing / Information inquiry / Payment Process

6.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

6.2 Why do you choose that marketing mix as the last priority (No.7)?

.....

6.3 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

14) Souvenir Selection

..... Product : Souvenir

..... Price

..... Place : Location

..... Promotion : Sale/ Discount, Coupons, extra gifts, complimentary

..... People : Seller

..... Physical evidence and presentation : Cleanliness, Atmosphere and decoration of the place.

..... Process : Process in goods purchasing / Information inquiry / Payment Process

7.1 Why do you choose that marketing mix as the first priority (No.1)?

.....

.....

7.2 Why do you choose that marketing mix as the last priority (No.7)?

.....

.....

7.3 What kind of criterion do you use to rank these marketing mix factors? Please kindly state your reasons.

.....

.....

.....

.....

.....

More comments and recommendations on how to improve and develop the tourism industry in Chiang Mai to respond the demands and the expectations of gay tourists.

.....

.....

.....

.....

Thank you for your kind cooperation and time.