



ครั้งที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ



ข้อมูล

ข้อเท็จจริงที่ได้ถูกเก็บรวบรวมโดยที่ยังมิได้มีการประมวลผล หรือมิได้ถูกนำมาใช้ในการตัดสินใจ ข้อมูลจะถูกแปลงให้กลายเป็นสารสนเทศที่ผู้ใช้ต้องการ โดยผ่านการประมวลผล

เช่น การจัดกลุ่ม การแบ่งประเภท การจัดลำดับ การคำนวณ การสรุป การหาแนวโน้ม



สารสนเทศ

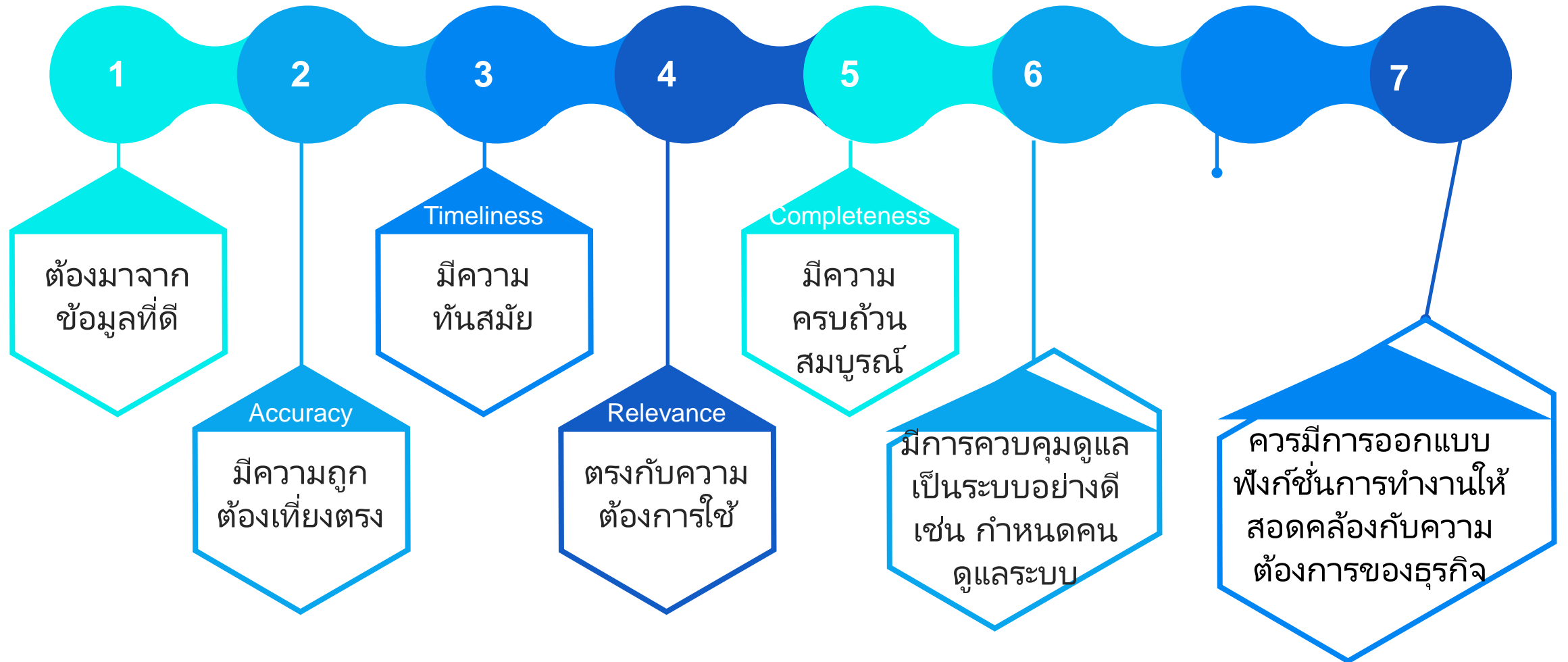
ข้อมูลที่ได้รับจากการประมวลผล เป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิตและรูปแบบการทำงานของธุรกิจ ในการวางแผน การควบคุมงานในองค์กร จึงถือว่าเป็นข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลให้เหมาะสมกับการใช้งานและทันเวลา

หมายถึง การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำสารสนเทศต่างๆ และสนับสนุนสารสนเทศให้แก่บุคคลในองค์กร เพื่อประโยชน์ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

Information System

ระบบสารสนเทศ

สารสนเทศที่ดี



หน้าที่ของ ระบบ สารสนเทศ

01

Processing

✓ประมวลผลข้อมูล

02

Database
Management

✓จัดการฐานข้อมูล

03

Reporting

✓จัดทำรายงาน

04

Enquiry

✓สอบถามข้อมูล

05

Decision
Support

✓ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ

สารสนเทศแตกต่างจากทรัพยากรอื่นๆ

สารสนเทศไม่มีวันหมด

ยิ่งมีการใช้มากเท่าไร ยิ่งขยายสารสนเทศเพิ่มขึ้น / นักท่องเที่ยวยิ่งตระหนักรู้เพิ่มมากขึ้นเท่าไร จะช่วยเพิ่มจุดหมายปลายทางหรือการขยายตัวทางธุรกิจ



สารสนเทศสามารถทดแทนทรัพยากรอื่นเมื่อขาดแคลน หรือราคาแพง

ใช้เทคโนโลยีสื่อสารหรือใช้ปัญญาประดิษฐ์แทน



การรั่วไหลของสารสนเทศที่เป็นความลับ

ธุรกิจต้องพึงระวังในการรักษาความมั่นคงของสารสนเทศ เช่น ข้อมูลนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า



เช่น โรงแรมจะไม่บอกข้อมูลแขกหรือเลขห้องให้คนอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องหรือ สายการบินจะไม่บอกรายละเอียดของผู้โดยสารให้กับบุคคลทั่วไป

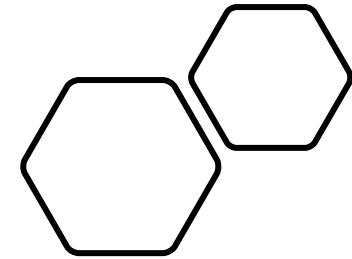
รู้หรือไม่? ข้อมูลบน **Boarding Pass**
อันตรายกว่าที่คุณคิด ...



สวัสดีครับ หลายคนอาจจะเคยเห็นภาพถ่าย

มืออาชีพ เป็นกลาง เคียงข้างประชาชน

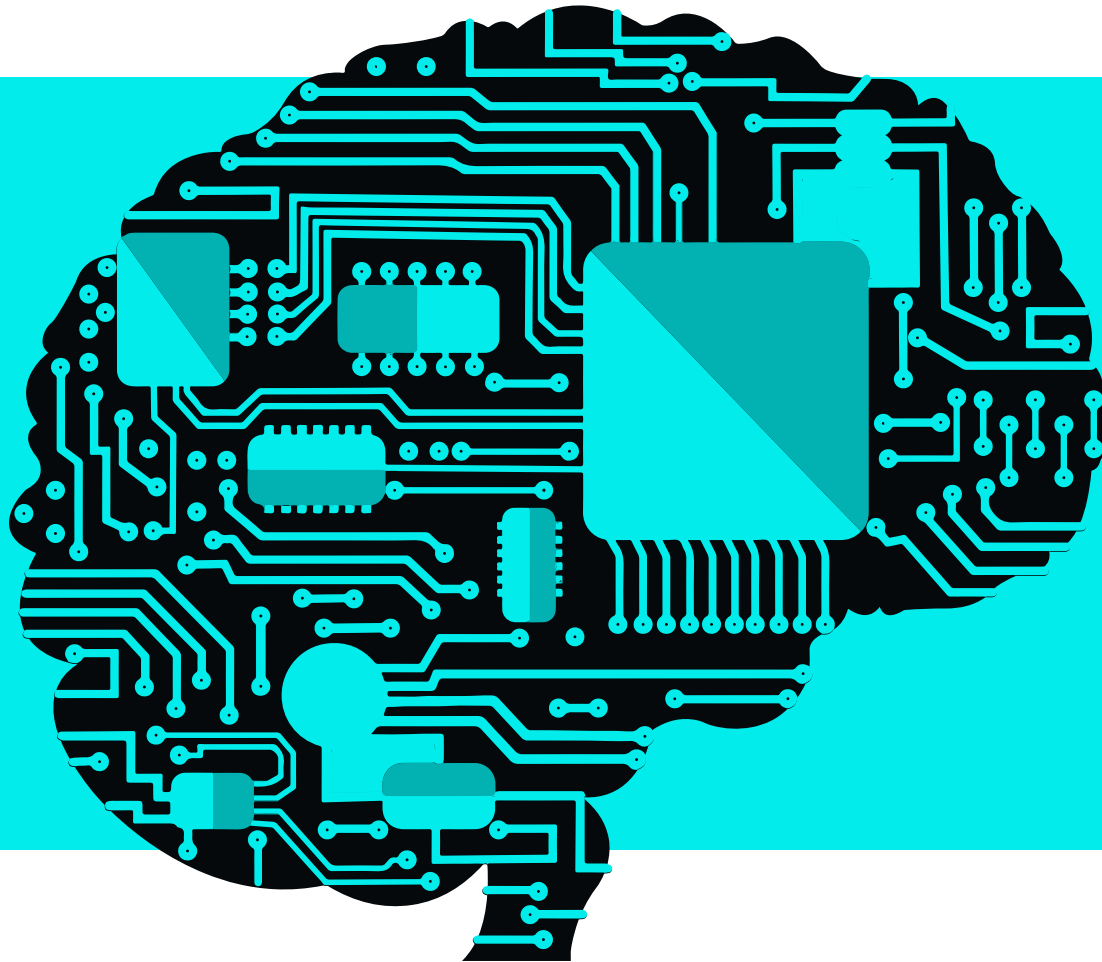
  ดำรงสอบสวนกลาง |    CIB_Thailand



เทคโนโลยีสารสนเทศ

เป็นสิ่งที่มนุษย์พัฒนาขึ้น เพื่อช่วยในการทำงาน

เทคโนโลยี เป็นการประยุกต์ความรู้ทาง
วิทยาศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์



เทคโนโลยีช่วยผลิตสินค้า
และบริการ เพื่อตอบสนอง
ความต้องการของผู้บริโภค

ช่วยให้
ติดต่อสื่อสาร
กับลูกค้าได้
สะดวก
รวดเร็ว

เทคโนโลยีทำให้เกิด
ระบบการให้บริการ

ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ



Daintith

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารเพื่อจัดเก็บ สืบค้น ส่งผ่านและจัดการข้อมูล

Buhalis

ให้คำจำกัดความว่า เป็นเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการเชิงปฏิบัติการ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ทำให้องค์กรสามารถจัดการสารสนเทศ ฟังก์ชัน กระบวนการและสามารถสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ราณี อธิชัยกุล

หมายถึง เทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บ ประมวลผล สืบค้น เรียกใช้และสื่อสารสารสนเทศ เพื่อช่วยองค์กรสามารถผลิตสินค้าหรือบริการให้ตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ จนบรรลุวัตถุประสงค์และพันธกิจขององค์กรได้



24%

นักวางแผน

*ฉันมักจะวางแผนการเดินทางและ
กิจกรรมต่างๆล่วงหน้าอย่างละเอียด
แบบนาทีต่อนาทีเสมอ*



20%

นักท่องเที่ยวสายชิล

*ฉันมักจะไม่มีวางแผนการเดินทาง
แต่ไปตามคนอื่นหรือนั่ง
รถรับส่งฟรีๆ*

18%

เที่ยวเที่ยวจัด

*ฉันมักจะวางแผนการเดินทาง
แต่ไม่เคร่งครัดเกินไป*



16%

นักท่องเที่ยวแบบฉับพลัน

*ฉันมักจะตัดสินใจเดินทางอย่างกะทันหัน
หรือทันทีที่รู้สึกอยากไป*



14%

นักท่องเที่ยวแบบจัดเต็ม

*ฉันจะทำทุกอย่างที่คนแนะนำ
เพราะกลัวจะพลาดสิ่งดีๆ*

8%

นักล่าโปรโมชั่น

*ฉันจะหาข้อเสนอที่ดีที่สุด
ด้วยเครื่องมือที่ทุกที่*



ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีข้อมูล เข้มข้น ละเอียดยิ่ง



เช่น ก่อนเดินทาง นักท่องเที่ยว
ควรมีข้อมูลรายการนำเที่ยว
ตารางการเดินทาง การจอง
การชำระค่าบริการต่างๆ
รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการ
ท่องเที่ยว

17%

การบริการ
ที่ประทับใจ

10%

เที่ยว

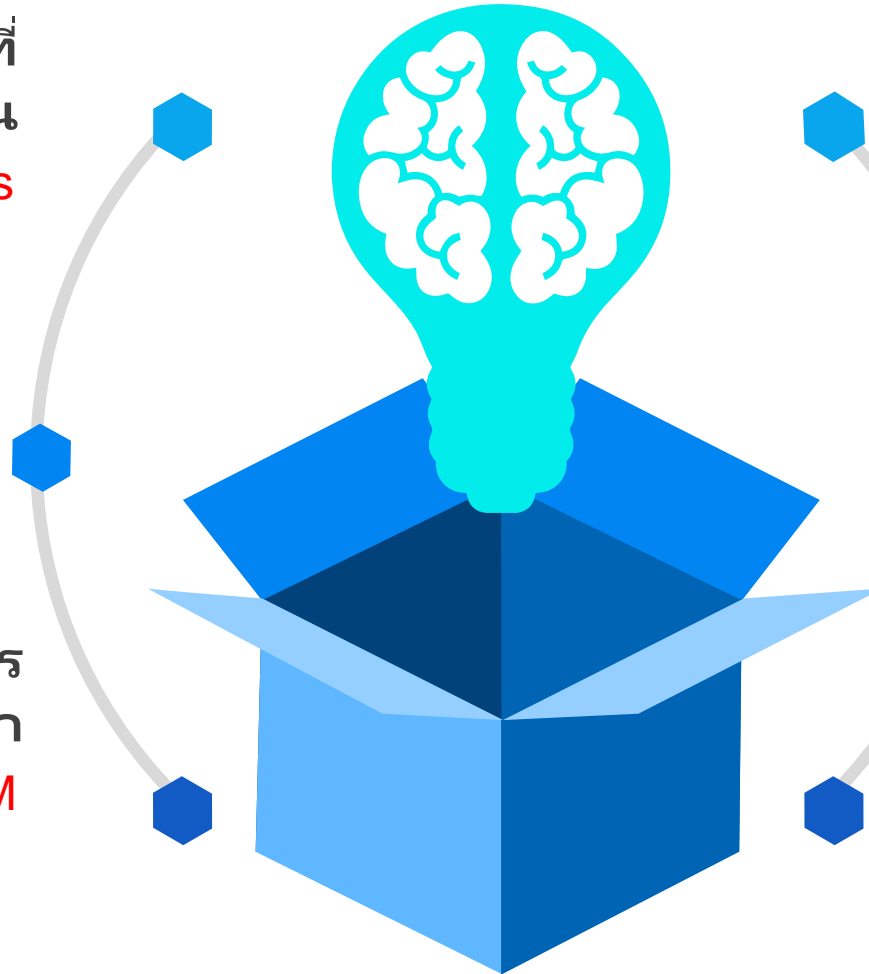
เที่ยวทั่วไทยส่วนใหญ่มีแนวโน้ม
ที่จะแบ่งปันบทความหรือวิดีโอที่ชอบ

Application Software

ซอฟต์แวร์ระบบการสำรองที่
นั่งของสายการบิน
Amadeus, Galileo, Abacus

ซอฟต์แวร์รับคำสั่งและ
ออกใบเสร็จร้านอาหาร
Qashier and Foodstory

ซอฟต์แวร์การบริหาร
ความสัมพันธ์กับลูกค้า
Zoho CRM



ซอฟต์แวร์ระบบบริหาร
จัดการโรงแรม
**(Property
Management System)**

Opera

ซอฟต์แวร์การบัญชี
**Ibiz ตามมาตรฐาน
กรมสรรพากร**

ซอฟต์แวร์กลุ่มโมบายแอป
พลิเคชัน
เป็นซอฟต์แวร์ขนาดเล็ก บน
อุปกรณ์พกพาที่ทำงาน
เฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
เป็นแอปการท่องเที่ยวนบนสมาร์ต
โฟน

Selling Platform Connect

Put your passion to work today

AMADEUS

Sign In

Language:

Please enter your details to sign in.

Username: 

Office ID:

Password:

[Forgot your password?](#)

Remember me

Welcome



AMADEUS

Unsure about travel restrictions?

Our interactive COVID-19 map gives you the answers

To launch, click **'Covid-19'** in the external links section.

Why Amadeus Selling Platform Connect

Liberate

You are no longer tied to the constraints of a desktop with 24/7 web-based access on any device or browser. Work anywhere, anytime & anyhow.

Create

Find and book all your content - Amadeus, regional & local - seamlessly through one application. Access advanced retailing/merchandising capabilities to create the best travel options for your customers.

Differentiate

Design a tool that is unique to your needs thanks to customisable and open systems allowing you to work in an environment created around you.

Innovate

Frees you to innovate thanks to our new leading edge offer: book, manage, mark-up, invoice - all from one unique interface. Gain agility and do more of what you love doing.



Galileo Software

Set up online Galileo Software (b2c b2b portal) with Galileo GDS web services with travel content including airlines, hotels, cars, transfers, packages, cruise and insurance



Message us

GetButton

We're Online!
How may I help you today?



Clients and Partners



Opera Hotel Management System (PMS)

The Opera Hotel Program is a property management system (PMS) solution fit for all sizes and types of hotels. It automatizes basic front office services such as reservation, check-in and check-out therefore saving time, as well as reduces human error. Furthermore, it provides detailed reports regarding personnel and workflows in the facility. This allows you to identify inefficient procedures and processes and take early action to address any problems you may encounter.



สารสนเทศทางการท่องเที่ยว แบ่งตามกลุ่มผู้ใช้

สารสนเทศเป็นชุดข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับการ
เดินทางท่องเที่ยว มีจำนวน
มากและแตกต่างกัน



ประกอบด้วยส่วนต่างๆ เช่น
สารสนเทศเกี่ยวกับการ
เดินทาง ที่พัก อาหาร นำ
เที่ยว บันเทิง ของที่ระลึก

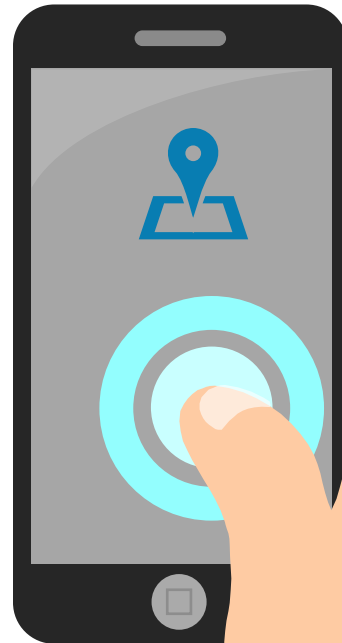
สารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยว

เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับจุดหมาย
ปลายทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก
ราคาสินค้า กิจกรรมการ
ท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ การ
เดินทาง



สารสนเทศสำหรับตัวแทนจำหน่าย

เช่น แนวโน้มความต้องการของลูกค้า
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลผู้ผลิต
สินค้าและบริการ คู่แข่ง



สารสนเทศสำหรับผู้ผลิตสินค้า และบริการท่องเที่ยว

เช่น สารสนเทศของธุรกิจข้อมูลและ
ประวัติลูกค้า พฤติกรรมการท่องเที่ยว
ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย คู่แข่ง



สารสนเทศสำหรับหน่วยงานวาง แผนการท่องเที่ยว

เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จาก
การท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว
แผนพัฒนาการท่องเที่ยว แผนส่งเสริม
การท่องเที่ยว แนวโน้มการท่องเที่ยว
โลก



สารสนเทศที่แตกต่างกันย่อมต้องการเทคโนโลยีต่างกัน

สารสนเทศทางการท่องเที่ยวที่ไม่เปลี่ยนแปลง

สารสนเทศที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง
ระยะสั้นแต่อาจเปลี่ยนแปลงระยะยาว

เช่น ประเภทและลักษณะของ
สินค้า บริการ , เส้นทางเข้าออก
แหล่งท่องเที่ยว , สถานที่ตั้งของ
แหล่งท่องเที่ยว

สารสนเทศกลุ่มนี้ จึงเผยแพร่ได้
ในรูปของ hard copy เช่น สื่อ
สิ่งพิมพ์ DVD วีดิทัศน์ สื่อoff-
line

สารสนเทศทางการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

สารสนเทศกลุ่มนี้ต้องทันสมัยและ
เผยแพร่จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคให้
รวดเร็ว เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลง
ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน

เช่น จำนวนสินค้าและบริการที่
ให้บริการ ตารางการบิน อัตราค่า
โดยสาร สภาพภูมิอากาศ

ดังนั้น การจัดการสารสนเทศกลุ่มนี้
ควรจัดแบบ On-line หรือ Real-
Time

สารสนเทศที่แตกต่างกันย่อมต้องการเทคโนโลยีต่างกัน

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว ก่อนการเดินทาง (Pre-trip)

สารสนเทศก่อนการเดินทางมักเป็นสารสนเทศที่ช่วยในการวางแผนและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ มักเผยแพร่ในรูปแบบของแผ่นพับ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ ระบบจัดจำหน่ายแบบเปิดเสรีจ

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทาง(In-Trip)

สารสนเทศที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง อาจเผยแพร่ในรูปแบบพับ เอกสารนำเที่ยว โพรทัศนังจรปิด ในโรงแรม

สารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงบ่อย เช่นอากาศ กิจกรรมท่องเที่ยว ควรเผยแพร่ด้วยโทรศัพท์ อีเมล อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ โมบายแอป

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว ภายหลังการเดินทาง(Post-Trip)

มักเป็นข้อมูลที่เป็นการสรุป ในรูปของ รายงาน ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนกลับภายหลังจากการเดินทาง

มักอยู่ในกลุ่มสารสนเทศที่ไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นรูปแบบเอกสารรายงาน เก็บและเผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ต แต่มีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงและนิยมแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เช่น Blog , Social Network (Facebook/Twitter/TripAdvisor/Myspace), Media sharing , review

สารสนเทศที่แตกต่างกันย่อมต้องการเทคโนโลยีต่างกัน

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว ที่จัดทำโดยภาครัฐ (Public sector information)

สารสนเทศที่จัดทำโดยภาครัฐ มักให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างที่พัก ร้านอาหารในพื้นที่

ข้อมูลสารสนเทศนี้ มักเป็นกลางและครอบคลุมรายละเอียดสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

สารสนเทศทางการท่องเที่ยวที่ จัดทำโดยภาคเอกชน (Private sector information)

สารสนเทศที่จัดทำโดยภาคเอกชน มักให้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงที่เป็นสินค้าและบริการที่มีตราผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน หรือให้ข้อมูลทั่วไปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ธุรกิจตั้งอยู่

เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นสินค้าและบริการที่จับต้องไม่ได้ นำมาแสดงให้ดูในจุดขายไม่ได้ ทดลองใช้ก่อนไม่ได้



จึงจำเป็นต้องมีการแนะนำสินค้าและบริการด้วยสื่อที่ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอยู่ในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เห็น ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่แชร์กันมาก



การให้บริการนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการในประเทศต่างๆ ซึ่งเทคโนโลยีจะเข้ามาช่วยจัดการกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับโลกาภิวัตน์ได้



ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและติดต่อสื่อสาร เช่น ลดคนในการให้บริการ ลดเวลาในการสื่อสารทางโทรศัพท์ ช่วยลูกค้าเข้าถึงสารสนเทศโดยตรง



การนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างธุรกิจแต่ละประเภท อาจเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันแต่อยู่ห่างไกลกันก็ได้

ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ

เทคโนโลยีช่วยธุรกิจให้เกิดความยืดหยุ่น รวดเร็วขึ้น สามารถแข่งขันได้ ช่วยสร้างโอกาสในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม สามารถผลิตสินค้า บริการที่แตกต่างเพื่อตลาดท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

เทคโนโลยี 4 G

เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้เทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



เทคโนโลยีสารสนเทศกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวสื่อสารผ่านระบบโมบายมากขึ้น

เนื่องจากรวดเร็วทันทีทันใด
ระยะเวลาสั้น และ real-time เข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา

สื่อสาร 24 ชั่วโมง และตลอด 7 วัน

นักท่องเที่ยวสามารถสนทนาข้ามโลกของความ เป็นจริงและโลกเสมือนจริง

ได้รับสารสนเทศจำนวนมากด้วยความเร็วสูง

ควรเลือกรับเนื้อหาที่มีประโยชน์ ถูกต้อง ทันเวลา

สารสนเทศเสมือนจริงได้รับความนิยมสูงสุด

เช่น รูปภาพ Inforgraphic ที่บ่งชี้ข้อมูลประเภทสถิติ ความรู้ ตัวเลขมาย่นย่อข้อมูลในแผ่นกระดาษ เพื่อให้อ่านง่าย รับรู้ในเวลาจำกัด

นักท่องเที่ยวไวใจ นักท่องเที่ยวด้วยกันเองมากกว่า

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับ ความนิยมและไว้วางใจ เช่น Blogger Vlog youtuber

YouTube
Live streaming

สามารถส่งข้อความผ่าน SMS, WhatsApp, iMessage แชร์ภาพ Livecasting



เทคโนโลยีสารสนเทศกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นผู้
ควบคุมสารสนเทศที่
ต้องการ

โดยคัดกรองและ
ปรึกษากับผู้อื่นผ่าน
สื่อสังคมออนไลน์ได้
ง่าย เป็นผู้ตัดสินใจใน
การหาข้อมูล

Search
Engine

Google ช่วย
อำนวยความสะดวก
ในการ
ค้นหาข้อมูลได้
มากมาย

Local-Based
Service

นักท่องเที่ยวสามารถ
ค้นหาข้อมูลจากโปรแกรม
ค้นหาที่ให้บริการในพื้นที่ที่
ไปท่องเที่ยวได้สะดวก
รวดเร็ว แต่ต้องอนุญาตให้
แชร์สถานที่ที่อยู่

Personalisation
and Belonging

นักท่องเที่ยวต้องการ
ความเป็นส่วนตัวมาก
ขึ้น / ต้องการสินค้า
บริการที่ตรงกับความ
สนใจเฉพาะตัวมากขึ้น
/ สร้างความสัมพันธ์และ
ต้องการเป็นส่วนหนึ่ง
ของสังคมที่มีความชอบ
คล้ายคลึงกัน



Google

Bing

YAHOO! Yandex

Ask



DuckDuckGo

Baidu 百度

wow

ภาพรวมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience)



นิยมท่องเที่ยวทางทะเล
และการผจญภัย



ส่วนใหญ่เดินทาง
เพียงลำพัง (FIT)



เน้นที่พักขนาดเล็ก
มีความเป็นท้องถิ่น



เน้นหาข้อมูลเชิงลึก
ผ่านอินเทอร์เน็ต



ต้องการความสะดวก
สะอาด เดินทางง่าย



ส่วนใหญ่นิยม
จองแพ็คเกจ
ผ่านเว็บไซต์

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 510 คน ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวแบบหรือนักท่องเที่ยวสายชิล นักกิจกรรมแนว ماجิกัย หรือนักเที่ยวแนวกิน ดื่ม นอน มาดูกันเลยว่า รูปแบบการท่องเที่ยวและความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างไร

ประเภทของนักท่องเที่ยวชาวไทย



24%

นักวางแบบ

"ฉันมักจะวางแผนการเดินทางและพิจารณาตัวเลือกต่างๆก่อนอย่างละเอียดแบบคนที่ต้องพิถีพิถัน"



20%

นักท่องเที่ยวสายชิล

"ฉันมักจะไปวางแผนการเดินทางสักไม่นานคนชิลหรือชิลริมสระน้ำ"



18%

นักท่องเที่ยวเที่ยวจัดทริป

"เพื่อนร่วมเดินทางมักจะทำหน้าที่หรือไปจัดการท่องเที่ยวจากฉันเสมอ"



16%

นักท่องเที่ยวแบบฉบับพลิ้น

"ฉันมักจะตัดสินใจเดินทางอย่างกะทันหันหรือทันทีที่รู้สึกอยากไป"



14%

นักท่องเที่ยวแบบขจัดเต็ม

"ฉันจะทำทุกอย่างที่กินและนอนเพราะกลัวจะพลาดสิ่งดีๆ"



8%

นักล่าโปรโมชั่น

"ฉันจะหาโปรโมชั่นที่ดีที่สุดด้วยเครื่องมือที่ถูกต้องที่สุดและดูของลดราคา"

กิจกรรมสุดโปรดของนักท่องเที่ยวชาวไทย

28%

เข้าชมและท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เช่น กิจกรรมชมภูเขา ไร่ชา บนฟ้า หรือในน้ำ

25%

กิน ดื่ม นอน และทำสปา

13%

ช้อปปิ้ง ทั้งสรรพสินค้าและตลาดนัด เมื่อถึง ที่ไปของจริง

13%

กินและ รับประทานอาหาร รื่นรมย์ เย็นสบายที่ หอศิลป์ และศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์

13%

กิจกรรมกีฬาให้ฉันได้ผจญภัย ประสบการณ์ท่องเที่ยว เหมือนคนท้องถิ่น

5%

เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว สวนสนุก สวนสัตว์ และอุทยาน

2%

ชมและซื้อของและเทศกาลต่างๆ

1%

กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือสร้างบ้านให้ผู้ด้อยโอกาส

อุปกรณ์ยอดนิยมสำหรับค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว



46% ใช้แล็ปท็อป/เดสก์ท็อป



42% ใช้โทรศัพท์มือถือ



12% ใช้แท็บเล็ต

นักท่องเที่ยวบริโภคข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อ



สิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว



นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะแบ่งปันบทความหรือวิดีโอที่ชอบ



68% อาจแชร์ข้อมูล



17% ไม่ชอบแชร์ข้อมูล



15% ชอบแชร์ข้อมูล

1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวบริโภคข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนนอน zzz



35% ก่อนนอน



28% ที่ทำงาน/โรงเรียน



19% ชื่นชม



18% ระหว่างเดินทางไป-กลับจากที่ทำงาน/โรงเรียน

Case Study

พัฒนาซอฟต์แวร์
อุตสาหกรรมการ
บิน ยกระดับนก
สกุ๊ต



THANK YOU

