

**ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

<b>ชื่อ</b> นางชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ	
<b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> รองศาสตราจารย์	<b>สังกัด</b> ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<b>การดำรงตำแหน่งบริหาร</b> ธ.ค. 2558 - ธ.ค. 2562 หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ	
<b>การศึกษา</b> ศ.บ.( การเงิน การเงินระหว่างประเทศ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , ไทย, บธ.ม.(การตลาด), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ไทย,	
<b>สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ</b> การตลาด, การสื่อสารการตลาด, การตลาดขั้นสูง, การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	
<b>งานสอน</b> Advanced Marketing Management Advanced Marketing Business Economics Advanced Marketing Management Business Communication in Marketing Customer Relationship Management Customer Relationship Management Customer Relationship Management Independent Study Independent Study Integrated Advertising and Sales Promotion Strategy Integrated Marketing Communication Knowledge of the Land Principles of Marketing Principles of Marketing Sales Promotion Salesmanship Special Problems Special Problems Strategic Brand Management Strategic Brand Management ปัญหาพิเศษ	
<b>โครงการวิจัย</b> ปี 2553-2554 โครงการออกแบบแผนการสื่อสารแบบผสมผสานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ประจำปี 2554 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ปี 2555-2556 โครงการออกแบบเครื่องมือสำรวจการรับรู้แบรนด์ี กฟภ. ประจำปี 2555 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ปี 2558 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่และการนำไปใช้ในตลาดอุตสาหกรรม ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2558 โครงการวิจัยการสร้างคุณค่าเพิ่มจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจจัดจำหน่ายวัสดุและวัสดุก่อสร้างในประเทศไทย ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2559 โครงการกำหนดแผนกลยุทธ์การสร้างบุคลิกภาพองค์กร สำนักพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากสำนักพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน); GISTDA ปี 2559 โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าของฝ่ายธุรกิจบริการและคุณภาพไฟฟ้า ประจำปี 2559 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้านครหลวง ปี 2559-2560 การสื่อสารบุคลิกภาพตราสินค้าของเสื้อผ้าการออกแบบแฟชั่นไทย ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2560 โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าของฝ่ายธุรกิจบริการและคุณภาพไฟฟ้า ประจำปี 2560 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้านครหลวง ปี 2560 โครงการสำรวจและประเมินการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของ สทอภ. ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ปี 2560-2561 ปีวิจัยด้านบุคลิกภาพของแบรนด์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อห้องพักอาคารชุดเพื่อการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ด้านการจัดทำกรวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปี 2561 โครงการคนจิสต์ามุ่งสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร ( GISTDA Promise ) ของ สทอภ. ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากสำนักงานเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ปี 2562-2563 โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง การไฟฟ้านครหลวง ประจำปี 2562 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้านครหลวง ปี 2563 โครงการ Recheck to Rebrand ของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ปี 2563 โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ประจำปี2563 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้านครหลวง ปี 2563 ผลกระทบของกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภคต่อการตลาดแบบยั่งยืนต่อคุณค่าตราสินค้าของร้านกาแฟX ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากเงินรายได้ภาควิชาการตลาด ประจำปีงบประมาณ 2563 หมวด 1.3 ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนเพื่อพัฒนาบุคลากร (1)โครงการพัฒนาคณาจารย์ภาควิชาการตลาด	

## ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<b>ชื่อ</b> นางชินจิตต์ แจ่มเจนกิจ	
<b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> รองศาสตราจารย์	<b>สังกัด</b> ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<p>ปี 2563-2564 ผลกระทบของบุคลิกภาพแบรนด์ต่อคุณค่างานแบรนด์นมสดพาสเจอร์ไรซ์พร้อมดื่ม ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์สำหรับการจัดทำโครงการวิจัย คณะบริหารธุรกิจ</p> <p>ปี 2564 ผลกระทบของประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่มีต่อคุณค่างานแบรนด์ร้านหนังสือ X ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ</p> <p>ปี 2564 ผลกระทบของภาพลักษณ์แบรนด์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อและความภักดีต่อแบรนด์น้ำดื่มบรรจุขวด ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ</p> <p>ปี 2564-2565 ผลกระทบของบุคลิกภาพแบรนด์และองค์ประกอบของแบรนด์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อนมสดพาสเจอร์ไรซ์พร้อมดื่ม X ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ประจำปี 2564</p> <p>ปี 2565-2566 โครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ประจำปี 2565 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการไฟฟ้านครหลวง</p> <p>ปี 2565-2566 โครงการสำรวจภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ปีงบประมาณ 2565 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการทางพิเศษแห่งประเทศไทย</p> <p>ปี 2566 โครงการสำรวจภาพลักษณ์องค์กรและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการทางพิเศษแห่งประเทศไทย</p> <p>ปี 2566-2567 การเพิ่มศักยภาพและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยนวัตกรรมวิจัยด้านเยื่อพีชธรรมชาติ ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข)</p> <p>ปี 2565-2566 การมีส่วนร่วมของลูกค้าและประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อนมสดพาสเจอร์ไรซ์พร้อมดื่ม X ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ ประจำปีงบประมาณ 2565</p> <p>ปี 2567 โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากการทางพิเศษแห่งประเทศไทย</p>	
<b>บทความวิจัยในวารสารวิชาการ</b>	
ระดับชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- คมกฤษ ราชสุข, Chuenchit Changchenkit, Songporn Hansanti, "Factor Effecting Project Feasibility of Cement Transportation Service for Xayaburi Hydro Power Plant of MIB Holding Co., Ltd", วารสาร ธุรกิจปริทัศน์ 6 (1) (2014) 141-154</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "The Effect of Corporate Brand Personality on Brand Equity of Pasteurized Milk Products.", วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 41 (1) (2021) 105-124</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Relationship between Consumer Perception Process and Brand Equity : A Case Study of Sustainability Marketing of Cafe Amazon Coffee Stores", วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์ 14 (1) (2021) 56-67</li> </ul>	
ระดับนานาชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Value Creation Through Customer Relationship Management in Cement and Building Materials Distribution", International Journal of Multidisciplinary Thought 05 (01) (2016) 383-390</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Brand Personality Communication of Thai Fashion Design Apparels", Review of Integrative Business &amp; Economics Research 7 (s1) (2018) 330-337</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Geo-Informatics and Space Technology Corporate Brand Personality and Implementation in Thailand", Review of Integrative Business &amp; Economics Research 7 (s2) (2018) 15-23</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Influences of Corporate Brand Personality on Buying Decision Process of Residential Condominium in Bangkok", Review of Integrative Business &amp; Economics 8 (s1) (2019) 76-84</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Corporate Brand Personality and Personal Branding Procedures in Non - Profit Organization.", International Journal of Trade, Economics and Finance 10 (2) (2019) 43-47</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, นางสาวธัญญา ปลั่งกลาง, "Impact of Sustainability Marketing: An Empirical Study on Consumers' Perception and Attitudes towards Bio Plastic Coffee Cups in Thailand", International Journal of Trade, Economics and Finance (IJTEF) 11 (3) (2020) 45-49</li> </ul>	
<b>บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ</b>	
ระดับชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuenchit Changchenkit, นางสาวกิตติยา บัวล้อมไพบ, "Expectation and Perception of Customer towards Service Quality of Somdech Pharapinklao Hospital Outpatient Department", การประชุมทางวิชาการระดับชาติสาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 8 (2020)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Effect of Consumer Perception Process towards Sustainability Marketing on Brand Equity of Coffee Stores X", การประชุมวิชาการ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา (2020)</li> <li>- นางสาวพรทิพา เล็กตระกูลชัย, Chuenchit Changchenkit, "Motivation to Buy and Online Shopping Behavior via AliExpress", การประชุมทางวิชาการระดับชาติสาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 8 (2020)</li> <li>- นางสาวชวีศรฉานิต ชัยชาติ, Chuenchit Changchenkit, "Factors Influencing Audiences' Behavior and Perception towards Online Television Programs in Bangkok", การประชุมทางวิชาการระดับชาติสาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 8 (2020)</li> </ul>	

## ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<b>ชื่อ</b> นางชินจิตต์ แจงเจนกิจ <b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> รองศาสตราจารย์	<b>สังกัด</b> ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- นางสาวจุฑามาศ กุลฉิม , Chuenchit Changchenkit, "Customer Satisfaction towards Marketing Mix Factors of Krungthai Next Mobile Banking in Bangkok", การประชุมทางวิชาการระดับชาติสาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 8 (2020)</li> <li>- นางสาวพิชชดา คงสวัสดิ์, Chuenchit Changchenkit, "Perception of Characteristics of Micro Influencers Affecting Consumer Behavior of Vitamin Supplement Products in Bangkok", การประชุมทางวิชาการระดับชาติสาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 8 (2020)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "The Effect of Brand Experience on Brand Equity of Book Store X.", การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 19 (2021)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "The Effect of Brand Image on Purchase Intention and Brand Loyalty of Bottled Water.", 3rd National and International Virtual Conference on Multidisciplinary Research (2021)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "The Effect of brand Personality and Brand Elements on Purchase Intention of Pasteurized Milk Brand X.", การประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติ ประจำปี 2564 (ครั้งที่ 8) (2021)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Customer Engagement and Brand Experience Affecting Purchase Intention of Pasteurized Milk Products X.", การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 20 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน (2023)</li> </ul> <p>ระดับนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Value Creation Through Customer Relationship Management in Cement and Building Materials Distribution", International Journal of Arts and Sciences' ( IJAS ) Conference (2015)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Key Account Management Implementation in Industrial Market", The 6th International Conference on Business and Economics (2015)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Corporate Brand Personality and Implementation", International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference (2017)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Brand Personality Communication of Thai Fashion Design Apparels", SIBR 2017 Osaka Conference on Interdisciplinary Business &amp; Economic Research : Advancing Knowledge from Interdisciplinary Perspectives (2017)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, นางสาววิสรุ ทงรอด, "The Social Media Exposure and Online Clothes Buying Behavior in Thailand.", IISES 36th International Academic Conference, London, UK. (2018)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Influences of Corporate Brand Personality on Buying Decision Process of Residential Condominium in Bangkok.", SIBR 2018 (Osaka) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research. (2018)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Corporate Brand Personality and Personal Branding Procedures in Non - Profit Organization.", International Conference on Marketing, Business and Trade ( ICMBT2019) (2019)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, นางสาวกรกานต์ ปิงพงศากุล, "Social Media Advertising Perception Affecting Consumers' Decision Making Process of Online Bakery Shops in Thailand", The 12th International Conference on New Ideas in Management, Economics and Accounting 2023 (2023)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "The Implication of Brand Experience and Customer Engagement Effect on Purchase Intention of Pasteurized Milk Product in Thailand", The 9th International Conference on Marketing, Business and Trade (ICMBT 2024) (2024)</li> <li>- Chuenchit Changchenkit, "Brand Experience and Customer Engagement for New Pasteurized Milk Product Development in Thailand.", SIBR Conference on Interdisciplinary Business &amp; Economics Research (2024)</li> </ul>	
<b>รางวัลผลงานนำเสนอในการประชุมวิชาการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Best Paper Presentation Awards by IEDRC Conference (ICMBT2019) ประจำปี 2562 เรื่อง "Corporate Brand Personality and Personal Branding Procedures in Non Profit Organization." จาก ICMBT 2019, Tokyo, Japan</li> <li>- Best Paper Award ไม่ระบุ ประจำปี 2564 เรื่อง "ผลกระทบของประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ร้านหนังสือ X" จาก การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 19 ประจำปี 2564</li> <li>- งานวิจัยคุณภาพ ภาคบรรยาย ระดับดีเด่น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประจำปี 2566 เรื่อง "การมีส่วนร่วมของลูกค้าและประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อนมสดพาสเจอร์ไรซ์พร้อมดื่ม X" จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน</li> <li>- Certificate of Appreciation - Outstanding Work at 2024 9th ICMBT Marketing ประจำปี 2567 เรื่อง "The Implication of Brand Experience and Customer Engagement Effect on Purchase Intention of Pasteurized Milk Product in Thailand" จาก International Conference on marketing, Business and Trade (ICMBT 2024)</li> </ul>	

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2553 - 21 มกราคม 2568