

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิ่มสุวรรณ	
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
การดำรงตำแหน่งบริหาร -	
การศึกษา วท.บ.(วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ไทย, 2544 M.S.(Food Industry Management and Marketing), University of London , สหราชอาณาจักร, 2546 ปร.ด.(Relationship Marketing), มหาวิทยาลัยรามคำแหง , ไทย, 2551	
สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ Relationship Marketing	
งานสอน Advanced marketing management Consumer & Business Market Analysis Strategy Consumer Behavior Food Product Marketing Independent Study Integ. Advertising & Sales Promotion Strategy Introduction to Business Knowledge of the Land Marketing for Tourism & Hospitality Mktg. Problems & Decision Making Strategy Principles of Marketing Product & Price Policy Product and Price Policy Product Design and Development Product Development & Design Product Development and Design Seminar Special Problems Strategic Product Management	
โครงการวิจัย	
ปี 2556-2557 ความเชื่อมั่นและแรงจูงใจของผู้ปกครองในการเลือกซื้อของใช้เด็กผ่านสังคมออนไลน์ในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ	
ปี 2557-2558 แนวโน้มผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ สสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด	
ปี 2557-2559 การศึกษาการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครองที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปสำหรับเด็กในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ	
ปี 2560-2561 การศึกษาแนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ซักล้างผ้าอ้อม (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ	
ปี 2561-2563 การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรองผลิตภัณฑ์และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผ่านสื่อเครือข่ายทางสังคม (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2561-2563 การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของการรับรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในรูปแบบบรรจุซองที่จำหน่ายในร้านสะดวกซื้อในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2561-2563 ประเทศจีน และประเทศไทยในบริบทของการพัฒนาทางสังคม และการแลกเปลี่ยนบทบาทระหว่างประชากรจากอิทธิพลของแนวคิดเส้นทางสายไหม (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2561-2563 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์และการใช้ประโยชน์ของการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมในธุรกิจผู้ให้บริการด้านอาหาร (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินรายได้คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	
ปี 2562-2564 การศึกษาบทบาทของแรงจูงใจลูกค้าเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมอบในร้านค้าปลีกเบเกอรี่ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562	
ปี 2562-2564 การสำรวจความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการรับรู้วัฒนธรรมผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านสุขภาพสำหรับการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2563-2565 การสร้างคุณค่าร่วมกันและการรับรู้มูลค่าของลูกค้าการสั่งซื้ออาหารผ่านโปรแกรมโทรศัพท์มือถือในยุคเศรษฐกิจชะงัก (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด	
บทความวิจัยในวารสารวิชาการ ระดับชาติ	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<p>ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิมสุวรรณ</p> <p>ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์</p>	<p>สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ</p>
<p>- ธีรัญญา นาคานาคา, Prapimpun Limsuwan, Songporn Hansanti, "RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCT KNOWLEDGE AND PURCHASE INTENTION ON VITAMIN SUPPLEMENT PRODUCTS OF CONSUMERS IN BANGKOK", วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์ 8 (2) (2018) 105-113 ระดับนานาชาติ</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "IDENTIFYING THE RELATIONSHIP BETWEEN PARENTS' MOTIVATION AND INITIAL TRUST OF CHILDREN'S ITEMS IN THE SOCIAL MEDIA NETWORKING CONTEXT", International Journal of Applied Business and Economic Research 14 (15) (2016) 10757-10777</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "A STUDY OF THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCT ENDORSEMENT ON SOCIAL MEDIA NETWORKING AND CONSUMER PERCEIVED VALUES OF SUPPLEMENTARY PRODUCTS", Global and Stochastic Analysis 5 (7) (2018) 19-27</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Determinants of perceived benefits and its adoption of customer relationship management through Social Media networking in Foodservice operators", Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems 10 (7) (2018) 306-310</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Co-Creating values and values perception of Food Delivery Services through Mobile Phone Application experience in Lazy Economy Society", International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research 2 (5) (2020) 251-257</p>	
<p>บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ</p> <p>ระดับชาติ</p> <p>- พิชญ์สินี ตะพานวงศ์, Prapimpun Limsuwan, Songporn Hansanti, "Factors Affecting Actual State and Perceived Risk of Savings Investment", การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์ (2013)</p> <p>- จุฬาพัชร์ วณิชกิจ, Prapimpun Limsuwan, Songporn Hansanti, "The Comparison of Value Perception between Apple and Samsung SmartPhones that Affect Attitude toward Using of People in Bangkok and Vicinity", ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2015)</p> <p>- สุรารัตน์ ดอกตาลยงค์, Prapimpun Limsuwan, Songporn Hansanti, "A Study Decision Making Styles Of Consumer Which Effect toBuying Decision the of Modern Trade Construction Material Storesin Bangkok and Suburban are", ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2015)</p> <p>- ไตรรงค์ วิโรจน์, Prapimpun Limsuwan, Songporn Hansanti, "FACTORS AFFECTING BRAND LOYALTY OF CUSTOMERS IN "LANCOME"", การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 5 (2015)</p> <p>- สุพรรณษา กลิ่นศรีสุข, Prapimpun Limsuwan, Supachart iamratanakul, "Consumers' Perceptions and Purchase Intention towards Private Label Ready-To-Eat Products at The Convenience stores in Bangkok areaCase analysis in 7-11", การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 5 The 5th Annual National Conference on Business and Accounting (2017)</p> <p>ระดับนานาชาติ</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Initial Trust and Parents' motives to buy baby products in social networking in Thailand", NETS 2014 International cconference on INTERNET STUDIES (2014)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Nadhakan Shinnaranantana, "Emerging Functional Food Trends in Thai Market: Exploring Nutritional Product Knowledge and Consumer's Purchase Intention", The 6th International Conference on Business and Economics (2015)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Identifying the Relationship between Parents' Motivation and Initial Trust of Children's Items in the Social Media Networking Context", AcademicFora Bangkok 37 Int'l Conference (2016)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "The Analysis of perceived value factors affecting Parents' to purchase Packaged Baby Food Products in Thailand", "Business, Economics, Social Sciences & Humanities"-BESSH-2017 (2017)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "An Analysis of Critical Success Factors Influencing on Performance Indexes for Therapeutic Product Development", 24th EBES Conference (2018)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "A STUDY OF THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCT ENDORSEMENT ON SOCIAL MEDIA NETWORKING AND CONSUMER PERCEIVED VALUES OF SUPPLEMENTARY PRODUCTS", 11th International Conference on ECONOMICS, BUSINESS AND SOCIAL SCIENCES (2018)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Determinants of perceived benefits adoption of customer relationship management through social media networking in food service operators", 13th International conference, education, humanities and social sciences studies (E2HS3-18) (2018)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, Chulaporn Kobjaiklang, "Identifying Causal Relationship between intrinsic and extrinsic perceived product benefits and purchase intention of cosmetics sachets among convenience stores in Thailand", The 4th International Congress on Economics, Social Sciences, and Information Management 2018 (2018)</p> <p>- Prapimpun Limsuwan, "Closing the health gaps of innovative products for an aging society: exploring product knowledge, product attitude, and product innovation and intention to purchase healthy diet innovation products for nursing care of the elderly in Thailand", 9th Global Conference on Business on Contemporary Issues in Management and Social Sciences Research (2019)</p>	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิ้มสุวรรณ	
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
- Prapimpun Limsuwan, "A marketing communication tools for retail bakery chains: examining the roles of customers' motivation to intention to purchase", 2019 Clute International Academics Conference New York (2019)	

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2556 - 4 ธันวาคม 2563