

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

| | |
|---|--|
| ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิมสุวรรณ 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 ปรัช.ด.(Relationship Marketing), มหาวิทยาลัยรามคำแหง , ไทย, 2551 | |
| สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ Relationship Marketing | |
| งานสอน Advanced marketing management Consumer & Business Market Analysis Strategy Consumer Behavior Creative Marketing Food Product Marketing Independent Study Integ. Advertising & Sales Promotion Strategy Introduction to Business Knowledge of the Land Marketing for Tourism & Hospitality Marketing in Disruptive Era 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 สืบค้นความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด ปี 2557-2559 การศึกษาการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ของผู้ปกครองที่มีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปสำหรับเด็กในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ ปี 2560-2561 การศึกษาแนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้กลิ่นบำบัด (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 ทักษะคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการรับรู้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2563-2565 การสร้างคุณค่าร่วมกันและการรับรู้มูลค่าของลูกค้านำการสั่งซื้ออาหารผ่านโปรแกรมโทรศัพท์มือถือในยุคเศรษฐกิจซบเซา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด | |

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

| | |
|---|--|
| ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิมสุวรรณ | |
| ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ |
| <p>ปี 2564-2566 การรับรู้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันนอกกำลังกาย: โปรแกรมออกแบบเฉพาะบุคคลเพื่อผู้บริโภคที่ยอมรับเทคโนโลยี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ</p> <p>ปี 2564-2566 การรับรู้มูลค่าและนวัตกรรมของ AI เทคโนโลยีในธุรกิจให้บริการด้านอาหารในยุคนิวอร์มอล (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากงบอุดหนุนบุคลากร ภาควิชาการตลาด</p> <p>ปี 2564-2566 ความสำคัญของการเชื่อมต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงซูเปอร์ฟู้ด ในยุคของกระแสของอาหารสุขภาพที่เพิ่มขึ้นจากวิกฤติโควิด- 19 (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ</p> | |
| บทความวิจัยในวารสารวิชาการ | |
| ระดับชาติ | |
| <ul style="list-style-type: none"> - หิรัญญา นาคานาคา, Prapimpun Limsuwwan, Songporn Hansanti, "RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCT KNOWLEDGE AND PURCHASE INTENTION ON VITAMIN SUPPLEMENT PRODUCTS OF CONSUMERS IN BANGKOK", วารสารวิจัยของกรมปริทัศน์ 8 (2) (2018) 105-113 - นางสาววิลาสินี พรหมณเฑาะว์ , Prapimpun Limsuwwan, Alisa Sony, "The Impact of Customers' Perceived Values on Repurchase Intention of Shabu Shabu Buffet Restaurant Service: Untangling the Influence of Perceived Emotional, Social, Price, and Quality Values", Journal of Family Business and Management Studies 15 (2) (2023) 41-60 | |
| ระดับนานาชาติ | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prapimpun Limsuwwan, "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 - Prapimpun Limsuwwan, "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 - Prapimpun Limsuwwan, "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 - Prapimpun Limsuwwan, "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 - Prapimpun Limsuwwan, "The importance of packaging communication interfaces on intention to purchase superfoods healthy products: Tapping to rising healthy food trends in times of COVIT-19 epidemic", Psychology and Education 58 (2) (2021) 3947-3953 - Prapimpun Limsuwwan, "The Innovativeness And Value Perception Of Expanded Ai Technology In Contactless Food Service Experiences In Times Of New Normal Economies", LINGUISTICA ANTVERPIENSIA 2021 (3) (2021) 6363-6375 | |
| บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ | |
| ระดับชาติ | |
| <ul style="list-style-type: none"> - พิษณุสินี ตะพานวงศ์, Prapimpun Limsuwwan, Songporn Hansanti, "Factors Affecting Actual State and Perceived Risk of Savings Investment", การประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาบริหารธุรกิจและการบัญชี ครั้งที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์ (2013) - จุฑาพัชร วัฒนกิจ, Prapimpun Limsuwwan, 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) - สุธารัตน์ ดอกดาลัยค์, Prapimpun Limsuwwan, 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) - ไตรรงค์ วิโรจน์, Prapimpun Limsuwwan, Songporn Hansanti, "FACTORS AFFECTING BRAND LOYALTY OF CUSTOMERS IN "LANCOME"", การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 5 (2015) - สุพรรณษา กลิ่นศรีสุข, Prapimpun Limsuwwan, 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) | |
| ระดับนานาชาติ | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Prapimpun Limsuwwan, "Initial Trust and Parents' motives to buy baby products in social networking in Thailand", NETS 2014 International cconference on INTERNET STUDIES (2014) - Prapimpun Limsuwwan, "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) - Prapimpun Limsuwwan, "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) | |

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

| | |
|--|---|
| <p>ชื่อ นางสาวประพิมพ์พรรณ ลิ้มสุวรรณ</p> | |
| <p>ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์</p> | <p>สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - 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) - Prapimpun Limsuwan, "An Analysis of Critical Success Factors Influencing on Performance Indexes for Therapeutic Product Development", 24th EBES Conference (2018) - 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) - 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) - 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) - 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) - 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) - Prapimpun Limsuwan, "Perceived Values in Technology affecting Attitudes and Expectancy of Behavioral Intentions to adopt AI-driven Fitness Apps: The Personalized Practices for Technology Acceptance Customers", 36th ICEHM & HEAIG International Conference (2021) - Wirasinee Pramkaew, Prapimpun Limsuwan, Alisa Sony, "The effects of customers' perceived values on repurchase intention of Shabu Shabu buffet restaurant service: uncovering the impacts of perceived emotional, social, price, and quality values", 92nd International Scientific Conference on Economic and Social Development - Business, Economics and Social Development after Pandemics (2023) | |

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2556 - 15 มิถุนายน 2567