

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายธงชัย ศรีวรรณะ	
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
การดำรงตำแหน่งบริหาร พ.ศ. 2558 - ส.ค. 2558	ผู้ช่วยอธิการบดี(รักษาราชการแทน)
การศึกษา -, -, ไทย, -	
สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ	-
งานสอน	
Advanced Marketing Management Advanced Qualitative Methods in Business Res. Advertising Agri-enterprise Strategic Planing Agri-enterprise Strategic Planning Agri-enterprises Strategic Planning Basic Research Methods in Marketing Digital Age Strategic Marketing Management Econ.for Strategic Management Entrepreneur Economics of Strategic Management Entrepreneur Independent Study Integ. Advertising & Sales Promotion Strategy Integrated Advertising and Sales Promotion Strategy Intreg. Advertising & Sales Promotion Strategy Knowledge of the Land Principles of Marketing Reseach Methods in Business Administration Research methods in Business Administration Selected Topics in Business Administration Seminar Special Problems Sport Marketing ระเบียบวิจัยทางการตลาด ระเบียบวิชาวิจัยทางบริหารธุรกิจ ระเบียบวิธีวิจัยทางบริหารธุรกิจ เรื่องเฉพาะทางการบริหารธุรกิจ วิชาระเบียบวิจัยทางการตลาด	
โครงการวิจัย	
ปี 2554 โครงการสำรวจทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับระบบบัตรอัตโนมัติ (Easy Pass) เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์และรูปแบบธุรกิจของบัตรอัตโนมัติ (Easy Pass) (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ปี 2555-2556 การศึกษากระบวนการผลิตสินค้าผักและผลไม้ในห่วงโซ่อุปทานระบบปิด เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายภายใต้สัญลักษณ์ Q (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปี 2555-2556 ขอบเขตและเงื่อนไขค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (ค่าว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงมาตรการส่งเสริมพลังงานทดแทน) (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน ปี 2556 โครงการศึกษาวิจัยการตลาดของบริษัท ห้างปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากบริษัท ห้างปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2556 อิทธิพลของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดกีฬาที่มีกับการพัฒนาประเภทแฟนกีฬาของทีมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินกองทุนพัฒนาอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ ปี 2557 การศึกษาตลาดของธุรกิจชีวภาพ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ปี 2557 โครงการศึกษาโอกาสและข้อจำกัดให้กับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ (IRDP) ปี 2557-2558 ความต้องการและการตัดสินใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (Bio-Products) (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2557-2558 อิทธิพลของความสอดคล้องของในภาพลักษณ์ภายในตัวตน ความเชื่อถือจากแหล่งข้อมูลบุคคล และการสื่อสารแบบปากต่อปาก ที่มีต่อความจงรักภักดีของแฟนกีฬา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยฯ ปี 2558-2559 การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภท (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายธงชัย ศรีวรรณะ	
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<p>ปี 2558-2559 อิทธิพลของการตลาดเชิงเนื้อหาออนไลน์และความสอดคล้องทางภาพลักษณ์ของตัวตนลูกค้าต่อระดับพฤติกรรมความภักดี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>ปี 2559-2560 การพัฒนาผู้ประกอบการโลจิสติกส์รายเดิมและการสร้างผู้ประกอบการโลจิสติกส์รายใหม่ของไทยเพื่อรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)</p> <p>ปี 2559-2560 โครงการศึกษารูปแบบการส่งเสริม SME กลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตร (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2560 การสำรวจความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าเครื่องสำอางจากธรรมชาติที่ผลิตโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2560 การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสินค้าประเภทกระเป๋า (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2560 โครงการศึกษารับรู้และความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าอาหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2560-2561 คุณลักษณะในรูปแบบการโพสต์เฟสบุค ผ่านโมเดลลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารแบบปากต่อปาก กรณีศึกษา: เฟสบุคที่มฟุตบอลสโมสรโปลิศเทโร (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนพัฒนาอาจารย์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>ปี 2561 งานจัดท่ายุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/รายประเด็น: การรวมกลุ่มธุรกิจในรูปแบบคลัสเตอร์ (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2561-2562 การโพสต์เฟสบุคเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในชุมชนตราสินค้าออนไลน์กาแฟสตาร์บัค: บทบาทของตราสินค้าที่แสดงออกถึงตัวตนและความอัจฉริยภาพในฐานะตัวแปรส่งผ่าน (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนพัฒนาอาจารย์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>ปี 2561-2562 โครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสารประโยชน์แก่ผู้สูงวัย "รายการ เก้า ดิจิทัล 4.0" (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ</p> <p>ปี 2562-2563 การให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจให้แก่สมาชิกสหกรณ์ ภายใต้ โครงการศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (SME One - Stop Service Center : OSS) ปีงบประมาณ 2562 (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2562-2563 ประสบการณ์การปรากฏทางไกล (Telepresence) ของสมาชิกเฟสบุคในฐานะตัวแปรส่งผ่านจากคุณลักษณะการโพสต์เฟสบุค ไปสู่การบูรณาการชุมชนตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562</p> <p>ปี 2563 สร้างความเข้มแข็งในชุมชนตราสินค้าออนไลน์และความจงรักภักดีด้วยการโพสต์ตราสินค้าและความสั่นไหวของผู้ใช้งานในเฟซบุ๊กเพจ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินรายได้ภาควิชาการตลาด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ข้อ 1.3 ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการพัฒนาบุคลากร (1) โครงการพัฒนาคุณจารย์ภาควิชาการตลาด</p> <p>ปี 2563-2564 อิทธิพลของการปรากฏตัวทางไกลผ่านภาวะสั่นไหวทางอารมณ์ 5 มิติ ที่มีต่อความผูกพันตราสินค้าของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 คณะบริหารธุรกิจ มก.</p> <p>ปี 2564 โครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยุค 4.0 (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ปี 2564-2565 จากกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาสู่การสร้างชุมชนตราสินค้าที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง: กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ อีเกีย ประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการพัฒนาบุคลากร หมวด 3) โครงการส่งเสริมการทำวิจัย ศึกษาดูงาน/อบรม/สัมมนาในการประชุมวิชาการในประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564</p> <p>ปี 2564-2565 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการปรากฏทางไกลและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานยูทูป (YouTube) (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มก</p> <p>ปี 2564-2565 อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้าที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุน: บทบาทตัวแปรส่งผ่านของการปรากฏทางไกลและการไหล (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน</p> <p>ปี 2566-2567 อิทธิพลขององค์ความรู้ผู้บริโภค ความพร้อมทางเทคโนโลยี และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้งาน 5G (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากเงินรายได้ภาควิชาการตลาด ประจำปี 2566 ข้อ 1.3 ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการพัฒนาบุคลากร (1) โครงการพัฒนาคุณจารย์</p> <p>ปี 2566-2568 การสร้างองค์ความรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคในชุมชนตราสินค้าสื่อสังคมออนไลน์ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ บางเขน</p> <p>ปี 2567-2568 อิทธิพลของกลยุทธ์การสร้างจุดยืนตราสินค้าต่อพฤติกรรมบายคอตและบอยคอตของบริโภคโดยมีระดับความเกี่ยวพันในสินค้าและประเด็นจุดยืนเป็นตัวแปรปรับ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนอุดหนุนส่งเสริมการวิจัย ภาควิชาการตลาด (คณะเศรษฐศาสตร์)</p> <p>ปี 2567-2569 จากความเข้มแข็งในชุมชนตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์สู่องค์ความรู้ตราสินค้าที่มีแบบจำลอง S-E-C-I เป็นตัวแปรส่งผ่าน (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนพัฒนาอาจารย์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (คณะบริหารธุรกิจ)</p>	

บทความวิจัยในวารสารวิชาการ

ระดับชาติ

- Thongchai Srivardhana, "Structural Equation Modeling of Self-image Congruence, Consumer Centric Content Marketing Strategies, and Brand Loyalty of Leading Thai Banks' Facebook Followers", วารสารสมาคมนักวิจัย 22 (1) (2017) 256-265
- ปรีชา โชติกุล, Thongchai Srivardhana, "Casual Factors Affecting Effectiveness of Phra Chulachomklao Naval Dockyard", วารสารสมาคมนักวิจัย 2560 (22) (2017) 54-64

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายธงชัย ศรีวรรณะ ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> - Thongchai Srivardhana, "Telepresence as a Mediator from Characteristics of FB Posts to the Integration of Social Media based Brand Community", วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี 14 (3) (2020) 641-656 - ชไมพร ดาวสื้อ, Thongchai Srivardhana, Phiphat Nonthanathorn, Tipparat Laohavichien, "The Influence of Corporate Social Responsibility Perception to Brand Love with Mediating of Customer-Centric Model of Brand Community: A Case Study of Food Company's Social Media Brand Community", BU Academic Review 19 (2) (2020) 190-206 - ผศ.ดร. ชวนา อังคนรักรักษ์พันธ์, Yodmanee TEPANON, Sawat Wanarat, Thongchai Srivardhana, "The Mediating Effect of Customer Satisfaction and Subjective Well-Being towards Customer Value Co-Creation Behavior and Repurchase Intention in Hotel Business", วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา 9 (2) (2020) 86-104 - วิสุทธิ บุตรศรีภูมิ, Tipparat Laohavichien, Thongchai Srivardhana, Nawin Minakan, "THE MULTIDIMENSIONAL RELATIONSHIPS OF ORGANIZATIONAL TRUST TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP TEAMWORK AND PUBLIC – PRIVATE PARTNERSHIP PROJECT SUCCESS: THE EVIDENCES FROM THAILAND", วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ 5 (9) (2020) 460-476 - ชยต์มภ์กันต์ พงศ์จิรกร, Phiphat Nonthanathorn, Tipparat Laohavichien, Thongchai Srivardhana, "THE RELATIONSHIP OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER, CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT, CUSTOMER ENGAGEMENT AND SERVICE BRAND EVALUATION TO BRAND TRUST IN BEAUTY CLINIC BUSINESS", วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 11 (2) (2020) 89-111 - วิรมล เวศสุนทรเทพ, Thongchai Srivardhana, Thirarut Worapishet, Tipparat Laohavichien, "The Influences of Content Marketing and Influencer Marketing on Brand Loyalty: The Mediating Roles of Brand Self-Expressiveness& Brand Jealousy: Case Study of Apple Brand", วารสารคหภูมิบัณฑิต ทางสังคมศาสตร์ 13 (3) (2023) 771-787 - Thongchai Srivardhana, "INFLUENCES OF BEING MEMBERS IN SOCIAL MEDIA BASED BRAND COMMUNITY ON BRAND KNOWLEDGE THROUGH INTEGRATED BRAND COMMUNITY", วารสารปัญญาภิวัฒน์ 16 (1) (2024) 165-179 <p>ระดับนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thongchai Srivardhana, Suzanne D. Pawlowski, "ERP systems as an enabler of sustained business process innovation: A knowledge-based view", Journal of Strategic Information Systems 16 (1) (2007) 51-69 - Thongchai Srivardhana, "Consumers' needs and purchasing decision behavior of bio-products", Kasetsart Journal of Social Science 38 (1) (2017) - Viphasiri Jantasri, Thongchai Srivardhana, "The Impacts of Innovativeness and Nostalgia among Restaurant Customers in Bangkok Metropolitan Region", Asian Administration & Management Review 2 (1) (2019) 97-109 - Thongchai Srivardhana, "Enabling process of e-WOM and self-image congruence in Facebook page: a case study of passionate partisanship in the Thai professional soccer team", International Journal of Sport Management and Marketing 19 (5-6) (2019) 425-446 - Tomnak Mahothan, Tipparat Laohavichien, Thongchai Srivardhana, Wichan Lertlop, "THE IMPACT OF BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY: THEMEDIATING ROLE OF BRAND LOVE", International Journal of eBusiness and eGovernment Studies 14 (2) (2022) 18-34 - Pachoke Lert-asavapatra, Kittisak Jermittiparsert, Thongchai Srivardhana, Benya Whangmahaporn, Opal Suwunnamek, "Ethnocentrism in the Virtual World: When Nationalism Influences Purchase Intention in Video Game", Przeszren Spoleczna 22 (1) (2022) 161-180 	
<p>บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ</p> <p>ระดับชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thongchai Srivardhana, "In-depth Concepts of Interlocking Directorates in the Thai Public Companies", The 52nd Kasetsart University Annual Conference (2014) - Thongchai Srivardhana, "Impacts of Interlocking Directorate Networks on Revenues and Profits", The 52nd Kasetsart University Annual Conference (2014) - Thongchai Srivardhana, "The Influences of Facebook's Post and Customer Centric Model as a Mediator on Word-of-Mouth Behaviors: A Case Study of the Thai Premier League Football Club's Facebook Page", การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 56 ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2018) - Thongchai Srivardhana, "Impacts of Brand Endorser, Telepresence, and Flow on Sponsorship Outcomes", การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 (2022) - Thongchai Srivardhana, "Influences of Content Marketing Strategy on Strengthening Social Media Based Brand Community: A Case Study of Ikea Thailand", การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 4 "Graduate School Conference 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล (2022) - Thongchai Srivardhana, สันห์ อุทัยรัตน์, "The influences of Consumer Knowledge, Technology Readiness, and Determinants in Technology Acceptance Model on 5G Usage Intention", การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ การบริหาร การจัดการ การศึกษา และสหวิทยาการศึกษ ครั้งที่ 5 ประจำปี 2566 (NCAME 2023) (2023) <p>ระดับนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thongchai Srivardhana, "Impacts of Sport Marketing Promotio Mix: A System of Fans Development in the Thai Premier League Teams", The 4th International Conference on Business and Economics "Business Challenges of Globalization for Sustainable Economic Development" (2013) 	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายธงชัย ศรีวรรณะ	
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์	สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none">- Thongchai Srivardhana, Nawin Minakan, "Contributing Factors of Passionate Partisans in Sport Teams: An Empirical Study of Fans in the Thai Premier League Teams", Internal Symposium on Business and Social Science (2014)- Thongchai Srivardhana, "Self-image Congruence (SIC), Source Credibility, and Word-of-mouth (WOM) as Contributing Factors of Passionate Partisans", The 6th International Conference on Business and Economics (2015)- Thongchai Srivardhana, "The Influences of Facebook's Posts and Customer Centric Model as a Mediator on members' intention to purchase: A Case Study of The Thai Premier League Football Club's Facebook Page", 24th EBES CONFERENCE -BANGKOK (2018)- Thongchai Srivardhana, "Triggering Symbolic Purchase Intentions by Facebook Posts and Social Media Based Brand Community: A Case Study of Thai Professional Soccer Fan's Club", Clute International Academic Conferences (2019)	

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2550 - 6 สิงหาคม 2567