

**ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

|  |   |
|--|---|
| <b>ชื่อ</b> นางสาวพัทธนันท์ เศรษฐนันท์โกคิน  |   |
| <b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> ผู้ช่วยศาสตราจารย์  | <b>สังกัด</b> สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ |
| <b>การดำรงตำแหน่งบริหาร</b><br>-   |   |
| <b>การศึกษา</b> กจ.ม. (การตลาด), มหาวิทยาลัยมหิดล, ไทย,  |   |
| <b>สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ</b> Customer Engagement, Brand Management, Social Media Marketing, Consumer Acculturation, Business to business relationship   |   |
| <b>งานสอน</b><br>Business to Business Marketing<br>Export Import Management<br>Marketing and Decision making<br>Marketing Channel Management<br>Marketing for Social and Environment Responsibility<br>Marketing System and Environment<br>Price Strategy<br>Principles of Logistics<br>Principles of Logistics Management<br>Principles of Marketing<br>Product and Price Policy<br>Retailing<br>Sales Management<br>Seminar<br>Service Marketing<br>Special Problem<br>Special Problems<br>การตลาดและการตัดสินใจ   |   |
| <b>โครงการวิจัย</b><br>ปี 2557-2558 โครงการยกระดับการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ ธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโลจิสติกส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการภายใต้โครงการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ ปี 2558 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า<br>ปี 2558-2559 สสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสมาคมสโมสรนักลงทุน ประจำปี 2557 ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากสมาคมสโมสรนักลงทุน<br>ปี 2559-2560 การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยด้านการพัฒนาความรู้แก่เกษตรกร ผู้ปลูกพริกปลอดภัย จังหวัดชัยภูมิ ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย<br>ปี 2560 กลยุทธ์และเทคนิคการกำหนดซื้อตราสินค้าและการกระจายตัวของร้านขายยาในจังหวัดชลบุรี ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว<br>ปี 2560-2562 การศึกษากลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว<br>ปี 2563 การศึกษาความสัมพันธ์ของมีส่วนร่วมบนสังคมออนไลน์ (Social Media Engagement) และความภักดีในแบรนด์ (Brand Loyalty) ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว<br>ปี 2564 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้านเครื่องสำอางมัลติแบรนด์ (Multi-brand Beauty Store) ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว |   |
| <b>บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ</b><br>ระดับชาติ<br>- Warunee Tuntiwongwanich, Touchakorn Sammasut, Apinya Thirachotikul, Phatdhanant Setthanandhaphokin, "STRATEGIES AND TECHNIQUES BRANDING AND DISTRIBUTION OF DRUGSTORES IN CHONBURI PROVINCE", การประชุมวิชาการระดับชาติวิจัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ครั้งที่ 11 ประจำปี 2560 (2017)<br>- Phatdhanant Setthanandhaphokin, Warunee Tuntiwongwanich, Ngamsiri Witoonphan, Amphon Wichitkhachee, "Leveraging shopping experience in brick and mortar and click and mortar strategy: A case study of personal care product", การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 16 (2019)  |   |

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2558 - 27 เมษายน 2568