

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายทัชชกร สัมมะสุด	สังกัด สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์	
การดำรงตำแหน่งบริหาร -	
การศึกษา B.B.A. (Computer Information Business) , มหาวิทยาลัยรังสิต, ไทย, 2539 MBA, Oklahoma City University , อเมริกา, 2542	
สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ การจัดการตลาด ธุรกิจ โฆษณา IMC, การจัดซื้อ, การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	
งานสอน 01134497 advertising creative and production in advertising Creativity and Production in Advertising Direct Marketing integrated marketing communication Integrated Marketing Communication and Media Plan Interated Marketing Communication Knowledge of the land Principle of marketing Principles of Marketing purchase Purchasing Retailing sale promotion salemanship salemanshipa Sales Management Sales Promotion sales promotion and event Sales Promotion and Event Marketing sales promotion and events Salesmanship Seminar spacial problem Special Problem Special Problems Sports Marketing strategic marketing planning Visual Storytelling การส่งเสริมการขายและการตลาดกิจกรรม	
โครงการวิจัย ปี 2559-2560 การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยด้านการพัฒนาความรู้แก่เกษตรกร ผู้ปลูกพริกปลอดภัย จังหวัดชัยภูมิ (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปี 2560 กลยุทธ์และเทคนิคการกำหนดซื้อตราบ้านและการกระจายตัวของร้านขายยาในจังหวัดชลบุรี (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2560-2562 การศึกษากลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2563-2564 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรัฐของนักศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียง (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2564 การตลาดเชิงประสบการณ์ด้านประสาทสัมผัสส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำผ่านความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา ร้านกาแฟข้างคาเฟ่ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2564 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคร้าน After Yum โดยส่งผ่านความพึงพอใจ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2564 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคผ่านโฆษณาประเภทวิดีโอบนสื่อสังคมออนไลน์ Tik Tok ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2564-2565 การศึกษาการรับรู้และความคาดหวังของผู้บริโภคใน 4 ช่วงวัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อออนไลน์ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายทัชชกร สัมมะสุด	สังกัด สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
ปี 2564-2565	ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ต่อการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ (7-11) ในเมืองพัทยา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2564-2565	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกสัลยกรรมและเสริมความงามของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตภาคตะวันออก (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2564-2565	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ TrueMoney Wallet ในเขตเมืองพัทยา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565	ผลกระทบของการสร้างเนื้อหาเพื่อการสื่อสารทางโซเชียลมีเดียต่อตราสินค้าและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสำเร็จรูป (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565	รูปแบบการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน ภายในหน่วยงานของรัฐ กรณีศึกษา สถานีตำรวจในเขตภาคตะวันออก ประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565	ส่วนประสมทางการตลาด 7P's และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจร้านอาหารมุสลิมในเมืองท่องเที่ยวเขตพัทยา กรณีศึกษา ร้านนิดา ซามู สาขาพัทยา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565	อิทธิพลของโซเชียลมีเดียอินฟลูเอนเซอร์ต่อแนวคิด 3Rs ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสินค้าขณะเป็นศูนย์ (Zero Waste) (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565	อิทธิพลของสตรีมเมอร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจรับชมอีสปอร์ตของกลุ่มผู้บริโภค Generation Z (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	การศึกษากลยุทธ์การสร้างความรักภักดีของแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก : กรณีศึกษา สโมสรชลบุรี เอฟซี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	ปัจจัยการตลาดแบบรู้ใจส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากโดยมีปัจจัยประสมการณ์ผู้บริโภคคั่นกลาง (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานแพลตฟอร์มทินเดอร์ (Tinder) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ และการเต็มใจจ่ายสินค้าสโลว์แฟชั่น ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นแซด ในกรุงเทพมหานครฯ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P's)ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้าน มงช้างคาเฟ่ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2566-2567	การตลาดเชิงเนื้อหาหายากและตลก บนสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในกรณีศึกษาของพิมรี่พาย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2566-2567	ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด (7Ps) ธุรกิจความตายแบบจีน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านมังกรเขียว (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2566-2567	พฤติกรรมการใช้บริการสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาในพื้นที่จังหวัดชลบุรี (ผู้ร่วมโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2566-2567	พฤติกรรมการใช้สถานบันเทิงประเภทผับ บาร์ ยามค่ำคืนในพัทยาของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในจังหวัดชลบุรี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2565-2566	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping ของผู้บริโภค Gen Z กรณีศึกษา Minimo House Cafe (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการประกันของกลุ่ม Generation Y ของ Money Diaries (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	การศึกษารูปแบบพฤติกรรมต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของกลุ่มผู้บริโภค Metrosexual ในจังหวัดชลบุรี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2566-2567	กลยุทธ์เนื้อหาชั่วคราวของร้าน shein_thailand ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค การมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ และความตั้งใจซื้อ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	ปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้ออุปกรณ์สมาร์ทโฮม Xiaomi ผ่านแอปพลิเคชัน Mi Home ของผู้บริโภค Generation Z (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครสมาชิก (All member) ของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Z (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้ากลุ่มขนมหวานระดับพรีเมียมในเครือของบริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้การดูแลของ Top chef Thailand ผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ของกลุ่มผู้บริโภค Generation Z ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	แรงจูงใจและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเทศกาลและงานมหกรรมเมืองพัทยา (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2567-2568	อิทธิพลของการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Chef Influencer) ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้าประเภทอาหารพร้อมทาน ใน 7-Eleven ของผู้บริโภค Generations Z (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว
ปี 2568	อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางโซเชียลมีเดียและการรับรู้ตราสินค้าต่อความตั้งใจซื้อในร้านอาหารขนมเส้นคุณย่า (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายทัชชกร สัมมะสุด	สังกัด สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์	
ปี 2568 อิทธิพลของนางงามในการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2567-2568 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง (Pet Tourism) ในประเทศไทย (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
ปี 2567-2568 ความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับประสิทธิภาพการทำงานช่วยเหลือสังคมขององค์กรไม่แสวงกำไร กรณีศึกษา มูลนิธิซิสเตอร์ (หัวหน้าโครงการ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว	
บทความวิจัยในวารสารวิชาการ	
ระดับชาติ	
<ul style="list-style-type: none"> - รัตน์มณี นิลละออ, จิรวัดณ์ ราตรี, พรिता รอดชม, พรทิวา พงษ์สมบัติ, อริสา ไหวดี, Touchakorn Sammasut, "Satisfaction on Impolite Content Marketing affecting Consumer Purchasing Decision on Social Media in Thailand", วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3 (1) (2021) 57-73 - สุปรียา ช่วยเมือง, ณิชภัทร วัชรธรรมมาพร , ภัทรมน คำเครือ , รุ่งพี พูลนาผล , Touchakorn Sammasut, "Marketing mix factors and quality of service influencing the return of After Yum consumers through satisfaction.", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 12 (2) (2021) 309-321 - Touchakorn Sammasut, Ngamsiri Witoonphan, "The factors that influence the Decision Using Electronic Money (E-Money) TrueMoney Wallet at Pattaya City", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 12 (2) (2021) 296-308 - Touchakorn Sammasut, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors on Marketing Mix from the Point of View of Consumers (4c's) that Affect the Decision to Order Food by Delivery Application during Covid-19 of the Generation X Consumers in Chonburi", UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University 2 (1) (2022) 11-24 - Touchakorn Sammasut, PIYADA UKACHOKE, Warunee Tuntiwongwanich, Warapon Dansiri, Phanuphak Jarusombuti, "The relationship of social media engagement toward purchase Merchandises In convenience stores (7-11) in Pattaya", วารสารศรีวนาลัยวิจัย 12 (1) (2022) 27-40 - ชลลดา พันทุมนันท์, Warapon Dansiri, Touchakorn Sammasut, "EFFECTS OF SOCIAL MEDIA CONTENT ON PERCEIVED BRAND EQUITY AND PURCHASE DECISION FOR INSTANT DRINKS", วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 13 (2) (2022) 79-95 - ศศิกานต์ เป้นประสิทธิ์, จินห์จกษา จรัสอภิรัตกุล, เดชกรณ โกศลสุรเสนีย์, สุชานาถ ภูวพงษ์ศิริ, Touchakorn Sammasut, "Marketing mix (7P's) factors Influencing to usage decision making of Mongchang Cafe consumers.", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 13 (2) (2022) 324-337 - Touchakorn Sammasut, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Affecting the Decision to Use Tinder Platform of Millennials Generation in Thailand", วารสารศรีวนาลัยวิจัย 13 (1) (2023) 139-154 - โชติพร ฉินธนทรัพย์, ณัฐธิดา ศรีโรบล, สุประวีณ.บัวเนียม, อภิญา แดงรักษ์, Touchakorn Sammasut, "the Integrated Marketing Communication Effect Making Decision to Use Surgical Clinic and Enhance Beauty of Undergraduate Students in the Eastern Region, Thailand", วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ 17 (1) (2023) 162-176 - Touchakorn Sammasut, PIYADA UKACHOKE, Warunee Tuntiwongwanich, Warapon Dansiri, Busthsayarith Kongkaew, "Communication's Pattern Relating Work Efficiency Within Government Organization: A Case Study Of Police stations in the eastern region of Thailand", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 14 (1) (2023) 245-257 - ลลิตา มิ่งมงคล, กรกมล ทองแก้ว, ธิดารัตน์ กฤตยามงคลชัย, พีระวิชญ์ จันทร์ทรัพย์, Touchakorn Sammasut, "7P's Marketing Mix and Consumer Behavior Affecting Decision Making in Servicesa Muslim Restaurant Business: Case Study of Nida Shabu Restaurant, Pattaya Branch.", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 14 (1) (2023) 181-191 - ณรงค์ภัทร เกษมเกียรติสันติ, ชนิตาภา อัจฉกุลย์, ทิชากร ประทุมมา, ชุตติญา หายานูวัฒน์, Jaruporn Tangpattanakit, Touchakorn Sammasut, "A Study Building Loyalty Strategy of Football Thai Premier League Fans : A Case Study of Chonburi Football Club", วารสารศรีวนาลัยวิจัย 13 (2) (2023) 97-108 - Natnicha Premkit, Thunchanok Jaion, Nontawan Yangngam, Suphot Gao, Touchakorn Sammasut, "Marketing Mix Factors 7Ps Business Post-Death in Chinese Culture that affects consumers' decision to use services: a case study of Green Dragon Coffin Shop", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 15 (1) (2024) 83-96 - ปาลิดา เขียวชอุ่ม, พิชญารุ่งโรจน์, รพีภัทร ปราโมช, สิงหราช อุปพันธ์, Touchakorn Sammasut, "The Decision Towards Selecting Beauty Clinic by Metrosexual consumers in Chonburi Province", วารสารราชภัฏสุรินทร์วิชาการ 2 (2) (2024) 13-28 - กรกนก รื่นรักษา, ณัฐธินิชา เรืองรองลักษณ์, นิรุชา ร้อยอำแพง, ปฐมพร เกาะสกุล, Touchakorn Sammasut, "The Effect of Money Diaries' Influential Factors to the Perception of Financial Products Life Insurance for Generation Y Group", วารสารราชภัฏสุรินทร์วิชาการ 2 (3) (2024) 17-30 - กัญญาณัฐ ต่อสกุล, ชญาดา ฉัตรศรี, รัชกานต์ ทัสสะ, ชนัญญา สรีระศาสตร์, Touchakorn Sammasut, "The Factors Influencing Generation Z Consumers' Intentions to Register for 'All Member' Membership at 7-Eleven Convenience Stores", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 15 (1) (2024) 112-124 - นรินทร์ พลนา, สุชัญญา เสถียรอินทร์, จิรัฐสกุล ปงจันดา, วริศรา กาญจนศรี, Touchakorn Sammasut, "Motivation and satisfaction that influences the repeat tourism of travelers: A case study of tourism festivals and events in Pattaya", วารสารศรีวนาลัยวิจัย 14 (1) (2024) 99-110 - คัมภีร์ วงศ์ศรีทรายงาม, คุณกร วรญาณอรห์, ปุณยวัจน์ อินทร์จันทร์, กิตติมา แสงทรัพย์, Touchakorn Sammasut, "Satisfaction on impolite and humorous Content Marketing affecting Consumer Purchasing Decision on Social Media : the Case of Pimryprie", วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 14 (1) (2024) 106-113 	

ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อ นายทัชชกร สัมมะสุด	สังกัด สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์	สังกัด สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
<ul style="list-style-type: none"> - ภัทรานิษฐ์ นพรัตน์, พิชญภา อนุสิทธิ์, สาวิตรี ประโมณะกั๋ง, อนงค์นาฏ ชูรัตน์, Touchakorn Sammasut, "Factors in acceptance and use of technology that affect Generation Z consumer's intention to use smart home devices through the Mi Home application", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 15 (2) (2024) 315-329 - Touchakorn Sammasut, Busthsayarith Kongkaew, Warapon Dansiri, Warunee Tuntiwongwanich, PIMPISA CHANTED, "The Ephemeral Content Strategy of Shein Thailand affects Consumer Perception, Social Media Participation and Purchase Intention", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 15 (2) (2024) 290-299 - จุฑามาศ โจนประโค, อัมพิกา สันทาลุนัย, อารยา พงศ์ดำรงศักดิ์, ชยตพงศ์ สุรฉัตร, Touchakorn Sammasut, "Factors that Affect the Intention to Buy Premium Dessert in the NSL Foods Public Company Limited Under the Supervision of Top Chef Thailand through the 7-11 Convenience Stores of Generation Z consumers in Chonburi Province", วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 11 (2) (2024) 247-263 	
ระดับนานาชาติ <ul style="list-style-type: none"> - รัตน์มณี นิลละออง, พรिता รอดชม, พรทิพา พงษ์สมบัติ, อริสา ไหวดี, จิรวัดน์ รัตศรี, Touchakorn Sammasut, "Influencers Affecting Consumers' Purchase Intentions through VDO Advertising on TikTokOnline Social Media in Chonburi Province", UBRU INTERNATIONAL JOURNAL Humanities and Social Sciences 1 (2) (2021) 11-23 - premrudee sirirak, Touchakorn Sammasut, Warunee Tuntiwongwanich, PIYADA UKACHOKE, phanuphak jarusombuti, "The Sensory Experience Marketing Affecting Repurchasing through Customers' Satisfaction with Cafe Business in Chonburi Province: A Case Study of Mongchang Cafe", UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University 1 (3) (2021) 9-20 - Touchakorn Sammasut, "Relationships Among Integrated Marketing Communication and Decision Making on Public University Choice of Undergraduate Student in the Eastern Region", Journal of Management Information and Decision Sciences 24 (6S) (2021) - Touchakorn Sammasut, "A study of customer perception and expectation in 4 generations towards online decision making", Journal of Management Information and Decision Sciences 24 (6S) (2021) - Thanapol Thongyoo, Jaruporn Tangpattanakit, Warapon Dansiri, PIYADA UKACHOKE, Phanuphak Jarusombuti, Touchakorn Sammasut, "Personalized Marketing Affecting Word-of-Mouth Communication Through Consumer Experience as Mediator", UBRU International Journal - (-) (2022) 1-14 - Tipakorn sawaenghasap, Benjarat Tengsa, Wichanakron Ampai, Jaruporn Tangpattanakit, Touchakorn Sammasut, "Factors Affecting the Purchasing Intention and Willingness to pay for Slow fashion of Generation Z in Bangkok", UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University - (-) (2024) 123-132 - Muksuda Poolsawat, PIMPISA CHANTED, Warunee Tuntiwongwanich, PIYADA UKACHOKE, Touchakorn Sammasut, "Behavior of Using Pub, Bar and Night Entertainment in Pattaya Among University Students in Chonburi Province", UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University 4 (3) (2024) 257-264 	
บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ	
ระดับชาติ <ul style="list-style-type: none"> - Warunee Tuntiwongwanich, Touchakorn Sammasut, Apinya Thirachotikul, Phatdhanant Setthanandhaphokin, "STRATEGIES AND TECHNIQUES BRANDING AND DISTRIBUTION OF DRUGSTORES IN CHONBURI PROVIENCE", การประชุมวิชาการเวทีวิจัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ครั้งที่11 ประจำปี 2560 (2017) 	

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2559 - 17 กุมภาพันธ์ 2568