

## ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<b>ชื่อ</b> นางสาวจรรยาพร ตั้งพัฒนกิจ	
<b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> ผู้ช่วยศาสตราจารย์	<b>สังกัด</b> สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
<b>การดำรงตำแหน่งบริหาร</b> -	
<b>การศึกษา</b> Bachelor of Arts, Assumption University, Thailand, 2010 Master of Sciences, Northumbria University, United Kingdom, 2012 Doctor of Philosophy, Brunel University, United Kingdom, 2018	
<b>สาขาเชี่ยวชาญ/สนใจ</b> Consumer Behaviour, Social Media, Luxury Marketing, Sustainable , Aging Society, Green Marketing	
<b>งานสอน</b> Basic Research Methods for Marketing Basic Research Methods in Marketing Consumer Behavior Export-Import Management Knowledge of The Land Marketing Chanel Management Marketing for Chanel Management Marketing for Channel Management Marketing for Luxury Product Marketing for Luxury Products Principle of Digital Marketing Principle of Marketing Seminar Special Problems Tourism Marketing	
<b>โครงการวิจัย</b> ปี 2563-2564 อิทธิพลของการเชื่อมโยงบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์หรูหรา โดยมีคุณค่าการรับรู้เป็นตัวแปรคั่นกลาง ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2564 แนวความคิดมาตรการวัดการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2565 การบริโภคอาหารอย่างยั่งยืน การศึกษาความตั้งใจของผู้บริโภคชาวไทยในการซื้อเนื้อสัตว์จากพืช ( หัวหน้าโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2565-2566 การศึกษากลยุทธ์การสร้างความจริงรักภักดีของแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก : กรณีศึกษา สโมสรชลบุรี เอฟซี ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2565-2566 ปัจจัยการตลาดแบบรู้ใจส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากโดยมีปัจจัยประสมการณ์ผู้บริโภคคั่นกลาง ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2565-2566 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานแพลตฟอร์มทินเดอร์ (Tinder) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2565-2566 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ และการเต็มใจจ่ายสินค้าไลฟ์แฟชั่น ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นแซด ในกรุงเทพมหานครฯ ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนส่วนตัว ปี 2566 ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่ส่งผลต่อการบริโภคแฟชั่นเนิบช้า : อิทธิพลของการให้ความสำคัญกับแฟชั่นเนิบช้าของลูกค้าในฐานะตัวแปรกำกับ ( ผู้ร่วมโครงการ ) ได้รับทุนจากทุนอุดหนุนวิจัย มก.	
<b>บทความวิจัยในวารสารวิชาการ</b> ระดับชาติ - Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Affecting Service Selection and Word of Mouth of Kerry Express (Thailand) Public Company Limited on Generation Y Customers", วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 28 (3) (2020) 1-21 - Jaruporn Tangpattanakit, "Influence of factors affecting English Oral Communication with Motivation as a Central Variable and Anxiety as a Controlling Variable", วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลธัญบุรี 8 (2) (2020) 111-126 - นางสาวกัญญาภักดิ์ นรานภาพ, Jaruporn Tangpattanakit, "CASUAL FACTORS INFLUENCING TO GOODS PURCHASING DECISION VIA FACEBOOK LIVE OF GEN MILLENNIALS", วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย 27 (2) (2021) - Jaruporn Tangpattanakit, "Social Media Engagement as a Predictor of Luxury Purchasing Intention, the Mediator Effect of Consumer Perceived Luxury Value and the Moderator Effect of In-store Experiences", วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย 10 (2) (2021) 93-111 - Benjawan Promrueang, Jaruporn Tangpattanakit, "How Corporate Social Responsibility (CSR) Impacts on Corporate Image and Consumers' Trust with Social Trend as an Extraneous Variable: A Case Study of Red Bull Beverage Co., Ltd.", UBUR International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University 1 (3) (2021) 31-39	

**ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

<p><b>ชื่อ</b> นางสาวจรรยาพร ตั้งพัฒน์กิจ</p>	
<p><b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> ผู้ช่วยศาสตราจารย์</p>	<p><b>สังกัด</b> สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, "Influence of Quality of Information System Success (ISS) on Customer Intention to Continue Use in Bitkub Platform with Trust as the Mediator Factor", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 9 (1) (2022) 74-87</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, ปาณิก เสนาฤทธิไกร, "Relationship of Structural Equation Model (SEM) and Confirmatory Factor Analysis (CFA)", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 1 (2) (2022)</li> <li>- ณัฐธิดา ศรีโรบล, Jaruporn Tangpattanakit, "The study of brand equity influences the purchase intention Disney+ Hotstar of Gen Z consumers in Bangkok", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 1 (2) (2022)</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, "Perceived Quality, Customers' Trust, and the Transfer of the Marketing Mix towards Generation Y's Intentions of Online Purchasing Via Shopee", วารสารหาดใหญ่วิชาการ 20 (2) (2022) 241-258</li> <li>- 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</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, "Conceptualizing and Measuring Social Media Involvement", วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 44 (1) (2022)</li> <li>- ทวีทรัพย์ นาคา, นงนภัส ทองทูล, นันธินี เหวรรณ, เมธิชา คำเมืองมูล, ศุภณัฐ อ่าตอนกลอย, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Affecting the Use of Internet of Things (IoT) Technology in the Restaurant Industry during COVID-19 Situation", วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์ 15 (1) (2022) 1-15</li> <li>- Touchakorn Sammasut, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Affecting the Decision to Use Tinder Platform of Millennials Generation in Thailand", วารสารศรีวนาลัยวิจัย 13 (1) (2023) 139-154</li> <li>- กัทธวัช บุญบงก, ดรีชฎาพร ลากรีนฤดี, ไวกพ ดวงมัมชิวา, Jaruporn Tangpattanakit, "Business Ethical Factors Affecting Loyalty of Generation Z Consumers in Bangkok Metropolitan Region, Case Study: FREITAG", วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 5 (2) (2023) 24-43</li> <li>- นิชชาภัทร รัตน์นะ, กษมน ศิริพัฒน์, จิรภัทร เข้มสมบุญ, ชลลดา หาญโคกกรวด, Jaruporn Tangpattanakit, "The Impact of Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) on Generation Y Consumer Satisfaction and Loyalty: A Case Study of the Grab Brand in Bangkok", วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ 17 (3) (2023) 146-161</li> <li>- ณัฐกานต์ ร่องเย็น, ธนาภา อุงพานิชกุล, ภูริน ดาเวแก้ว, อภิญญา ทองปอ, Jaruporn Tangpattanakit, "THE BEHAVIOR OF FEAR OF MISSING OUT AFFECTING THE PURCHASE OF FASHION PRODUCTS", วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 14 (2) (2023) 116-131</li> <li>- ธนพล พานิชกุล, ธนานนท์ สิทธิวงศ์, ธวัชชัย แยมศิริ, นัทพงษ์ ศรีประภานุมาศ, Jaruporn Tangpattanakit, "BRAND LOVE AND BRAND LOYALTY FANS CLUB TO BURIRAM UNITED FOOTBALL CLUB", วารสารวิชาการเซาร์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 9 (2) (2023) 19-32</li> <li>- ณัฐธินิชา ปัสสาจันทร์, ญาณวดี ช่างไม้, อรุมา สุกใส, อรวรรยา แสนมะโน, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors affecting Generation Z Intention to Purchase Clean Beauty Products in Bangkok: An Examination of Stimulus-Organism-Response Model", วารสารนวัตกรรมกรรมการบริหารและการจัดการ 11 (3) (2023) 74-82</li> <li>- กรชนก แชมศิริ, กุลณัฐ หัตถปณิธิ, นริกานต์ คนโททอง, นัทธมน สมตั้งมั่น, Jaruporn Tangpattanakit, "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการโซเชียลแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา ไลน์บีเคของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอชในวัย", วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 6 (3) (2023) 1-14</li> <li>- นภัตสร ฉุยฉาย, ธนัชชา ปานสันทีเยะ, วิลาวัลย์ ไทยสวย, อารียา ยอดศรี, Jaruporn Tangpattanakit, "The Influence of Male Artists as Cosmetic Product Presenters on Brand Equity, Brand Credibility and Relationship Continuity Expectation of the Brand among Consumers in Bangkok Metropolitan Region", วารสารบริหารธุรกิจและภาษา 11 (2) (2023) 74-88</li> <li>- กัญญากร วงศ์วิทย์โชติ, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Influencing Behavioral Intention of Thai Tourists in Wellness Tourism: A Case Study of Chon Buri Province", วารสารการจัดการสมัยใหม่ 21 (2) (2023) 1-16</li> <li>- ณรงค์ภัทร เกษมเกียรติสันติ, ชนิตาภา อัจฉฤกษ์, ทิชากร ประทุมมา, ชุตติญา หาญานันต์, 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</li> <li>- นพวรรณ พงษ์สยาม, Jaruporn Tangpattanakit, "A Study of Factors of the Seamless Market Affecting the Word-of-Mouth of the 4U2 (4U2) Cosmetic Brands among Consumers in Sriracha, Chonbur", วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 12 (2) (2023) 35-51</li> <li>- ธันยธร เกิดเจริญพร, ยมลพร มิ่งขวัญ, วรัญญา คำอยู่, สุนันวดี น้อยพันธ์, Jaruporn Tangpattanakit, "The Factors Affecting the Efficiency of Online Learning During the Situation of COVID-19 Undergraduate Students in Chonburi", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 9 (3) (2023) 402-413</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, "The impact of blogger recommendations on online shopping intentions", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2 (2) (2023) 15-30</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, "FACTORS INFLUENCING BRAND EQUITY CONSUMER ATTITUDE ON MG BRAND OF GENERATION Y CONSUMER GROUP IN CHONBURI PROVINCE", วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 11 (1) (2024) 86-102</li> <li>- Jaruporn Tangpattanakit, ธมลวรรณ คชเสน, ปาณิก เสนาฤทธิไกร, "Influences of Brand Credibility and Brand Prestige that affects the Purchase Intention of a High involvement product: A case study of TOYOTA Car brand", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 3 (1) (2024) 37-56</li> <li>- รวนชง สิงห์วี, สุพัตรา เรืองโสม, นัฐชนก ทรงคุณ, กัดพงษ์ ระไวสมมา, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Influencing Intent to Purchase Quiet Luxury Brand Products in Bangkok and Surrounding Areas", วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา 12 (1) (2024) 107-130</li> </ul>	

## ข้อมูลอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<b>ชื่อ</b> นางสาวจรรยา ตั้งพัฒนกิจ	
<b>ตำแหน่งทางวิชาการ</b> ผู้ช่วยศาสตราจารย์	<b>สังกัด</b> สถาบันวิชาการวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
<ul style="list-style-type: none"><li>- ปัทิตตา กลิ่นรอด, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Influencing the Intention to Use Loan Services of Entrepreneurs Who Use the Services of the Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand, Chonburi Branch", วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 10 (1) (2024) 368-381</li><li>- ชนกานต์ บุตรสา, ภัทรจาริน เขียวบุตรพิพัฒน์, ปุณยวีร์ เล็กธนาเลิศ, พุฒิเมต แหวนหลวง, Jaruporn Tangpattanakit, "FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO WATCH TIE-IN IN SHORT-FORM VIDEOS ON THE TIKTOK APPLICATION OF GENERATION Y IN BANGKOK", วารสารวิชาการ การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 11 (2) (2024) 75-97</li><li>- ชาญณรงค์ ปิยะนันท์, ณิชชา ศิริจันทร์แสง, พรนภัส หน่อท้าว, วรณิดา ทองแวน, Jaruporn Tangpattanakit, "Factors Influencing Millennial customer's intentions to rental luxury goods in Bangkok Metropolitan Region", วารสารมหาจุฬาลงกรณ 15 (2) (2024) 145-159</li><li>- Jaruporn Tangpattanakit, นิสารณณ์ พิษิตชัยโสภา, "The influence of corporate social responsibility (CSR) on customer loyalty: A case study of a shopping center in Chonburi province", วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 3 (2) (2024) 70-89</li></ul>	
<b>ระดับนานาชาติ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Jaruporn Tangpattanakit, "Determinants of sustainable food consumption: A study of Thai consumers' intention to purchase plant-based meat", International Journal of Health Sciences 6 (special4) (2022) 12262-12290</li><li>- 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</li><li>- 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</li></ul>	
<b>บทความวิจัยในการประชุมวิชาการ</b>	
<b>ระดับชาติ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- พิตรารภรณ์ สุนทรเทพวรากุล, ดติญา จาดพันธ์อินทร, อริสรา แผลติตะ, จินห์วรา กุศลสถาณภาพ, Jaruporn Tangpattanakit, "The influencer of the Virtual Influencer that results in brand response behavior andpurchase on Generation Z customers", การประชุมวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 11 (2022)</li></ul>	

ผลงานวิจัยนี้เป็นรายการรวบรวมระหว่างปี 1 มกราคม 2563 - 17 กุมภาพันธ์ 2568