

รองศาสตราจารย์ ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ (Assoc.Prof.Shawanluck Kunathikornkit, Ph.D.)

อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

shawanluck@g.swu.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิการศึกษา	สาขา	สถาบัน
ปริญญาเอก	ปร.ด.	การสื่อสารระหว่างบุคคล	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปริญญาโท	M.B.A.	Marketing	University of Central Oklahoma, USA.
ปริญญาตรี	ร.บ.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สาขาที่เชี่ยวชาญ

การตลาด การสื่อสารการตลาด

ผลงานการตีพิมพ์เผยแพร่

- บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ :

Shawanluck Kunathikornkit, Intaka Piriyaikul & Rapepun Piriyaikul. (2023). One-to-one marketing management via customer complaint. [Social Network Analysis and Mining](#), 13(1), 1-17.

Intaka Piriyaikul, Shawanluck Kunathikornkit, Montree Piriyaikul, & Rapepun Piriyaikul. (2022). Facial Skincare Journey: Consumer Needs Identification to Enhance Online Marketing. [International Journal of Business Intelligence Research](#), 13(1), 1-19.

ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ, บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และ จีระวัฒน์ สีนะกนิษฐ์. (2563). “การส่งเสริมศักยภาพ
สภาวัฒนธรรมในการดำเนินงานสงวนและรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้” วารสารรัชต์ภาคย์.
ปีที่ 14 ฉบับที่ 34 เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563.

อินทกะ พิริยะกุล, ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ, สุธาร์ตน์ จุ้ยเจริญ และ ระพีพรรณ พิริยะกุล. (2562).

“ดัชนีชี้วัดศักยภาพของหน่วยงานของรัฐเพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ไทยแลนด์ 4.0” วารสารบริหารธุรกิจ
เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2562. หน้า 109-124.

Shawanluck Kunathikornkit. (2019). “Study of Outside the Classroom Learning through Marketing
Contest/ Competition/ Awards, Lifestyles and Self-Sufficiency Development According to
Thailand 4.0 to Become Marketer 4.0 of Undergraduate Students in Business
Administration Curriculum, Major in Marketing: Conceptual Framework.” Asian Journal of
Research in Education and Social Sciences (e-ISSN: 2682-8502). Vol. 1, No. 1, 71-75.

● **บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ :**

ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ. (2564). รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรมการประกวด/ การแข่งขัน/
การชิงรางวัลทางการตลาดกับการพัฒนาศักยภาพตนเองตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อก้าวสู่การเป็น
นักการตลาด 4.0 ของนิสิตนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. ในการประชุม
วิชาการระดับชาติเครือข่ายวิจัยสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ครั้งที่ 14 หัวข้อเรื่อง "รวมพลังสร้างสรรค์
เครือข่ายการวิจัยและนวัตกรรมอุดมศึกษาไทยเพื่อสร้างเสริมพลังสังคมสู่รากแก้วของแผ่นดิน" วันที่ 5 -
6 สิงหาคม 2564 ณ โรงแรมสวิสโฮเต็ล กรุงเทพฯ รัชดา, กรุงเทพมหานคร. หน้า 252 – 262.