

รองศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล (Assoc. Prof. Intaka Piriyakul, D.B.A.)

อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

[intaka@g.swu.ac.th](mailto:intaka@g.swu.ac.th)

## ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิการศึกษา	สาขา	สถาบัน
ปริญญาเอก	บธ.ด.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาโท	ศ.ม.	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และบริการ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์
ปริญญาตรี	วศ.บ.	วิศวกรรม คอมพิวเตอร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

## สาขาที่เชี่ยวชาญ

1. Marketing analytic, Marketing engineering, economic, Market research, Digital marketing
2. A distinguished expert in marketing research and analytics, integrating rigorous fieldwork with advanced data analysis techniques. Proficient in applying a combination of quantitative and qualitative research methods to derive deep insights into consumer behavior. Adept at employing sophisticated analytical tools to develop strategic marketing intelligence and contributing significantly to the field of marketing through innovative research.

## ผลงานการตีพิมพ์เผยแพร่

- บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ :

Kunathikornkit, S., Piriyakul, I., Piriyakul, Rapepun.(2023) "One-to-one marketing management via customer complaint." Social Network Analysis and Mining, 13:83. DOI:10.1007/s13278-023-01082-z.

- Piriyakul, I., Nambuddee, N., Piriyakul, Rapepun, Piriyakul, M.(2023) "The Evidence of a Thai Restaurant's Mass Customization Implementation for Firm Survival During the Pandemic Crisis." International Journal of Asian Business and Information Management, 14(1). DOI: 10.4018/IJABIM.323797.
- Piriyakul, I., Piriyakul, R.(2022) "The moderating effect of influencer on the causal map of mutual information, coproducer and customer value: a thematic analysis of messages posted by brand communities." Journal of Marketing Analytics, 10(2), 131-144. DOI: 10.1057/s41270-021-00124-9.
- Piriyakul, I., Kunathikornkit, S., Piriyakul, M., Piriyakul, Rapepun.(2022) "Facial Skincare Journey: Consumer Needs Identification to Enhance Online Marketing." International Journal of Business Intelligence Research, 13(1), 1-19. DOI: 10.4018/IJBIR.297614.
- Piriyakul, I., Piriyakul, Rapepun, Piriyakul, M.(2021) "Analysis of Thai text from social media for mass customization." Kasetsart Journal of Social Sciences, 43(3), 611–618. DOI: 10.1016/j.kjss.2021.06.005.
- Nart-Anong Nambuddee, Intaka Piriyakul.(2021) "STORY TELLING AND CUSTOMER EXPERIENCE TO ENHANCE BOUTIQUE HOTEL RESONANCE." Modern management journal, 20(2), 41-55.
- Intaka Piriyakul.(2021) "Customer experience management and mass customization for brand value creation with gender as a moderating variable." BEC Journal, 16(3).
- Chaveevan Pechsiri, Narongdech Keeratipranon and Intaka Piriyakul.(2020) Causal Web Determination from Texts. Journal of Advances in Information Technology. Vol. 11, No. 2, May 2020 p. 64-70.
- อินทกะ พิริยะกุล. (2562). ดัชนีชี้วัดศักยภาพของหน่วยงานของรัฐเพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ไทยแลนด์ ๔.๐.วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์การสื่อสาร ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2562) หน้า 109-124
- อินทกะ พิริยะกุล. (2561). การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในแนวทางของการรับรู้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ ฉบับที่ Vol 13 No 1 (2018) : มกราคม-มิถุนายน 2561 หน้า 369-385
- อินทกะ พิริยะกุล. (2561). ต้นทุนการเปลี่ยนสินค้าในฐานะตัวแปรกำกับต่อปัจจัยที่ส่งผลความภักดีในอุตสาหกรรมบริการในมิติเวลา. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (2018): มกราคม – เมษายน หน้า 31-47

อินทกะ พิริยะกุล, จุฑาทิพย์ เตชางกุล, นิธมล มณีสว่างวงศ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล. (2561). การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในแนวทางของการรับรู้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม. วารสารวิจัย ราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. Vol 13 No 1 (2018): มกราคม-มิถุนายน 2561. หน้า 369-385.

ระพีพรรณ พิริยะกุล, จริยาภรณ์ ศรีสังวาลย์, อินทกะ พิริยะกุล และนภาพร ชันธนาภา.(2561). การบูรณาการโดยใช้ทฤษฎีและข้อมูลขับเคลื่อนการค้นหาตัวแบบภาวะผู้นำระดับปฏิบัติการในองค์การที่บริหารด้วยวัฒนธรรมไทย.วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร.ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (2018): กรกฎาคม - ธันวาคม 2561 หน้า 276-293.

## ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

- ซอฟต์แวร์

conjoint software web application

## ตำรา/หนังสือ/บทความทาง

Intaka Piriyakul. (2021) "Marketing Engineering." Top Publication.