

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินรำไพ รุ่งเรืองจิตต์ (Asst.Prof. Warinrampai Rungruangjit, D.B.A.)

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

warinrampai@g.swu.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	วุฒิการศึกษา	สาขา	สถาบัน
ปริญญาเอก	บธ.ด.	การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาโท	บธ.ม.	การตลาด	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ปริญญาตรี	บธ.บ.	ระบบสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สาขาที่เชี่ยวชาญ

การตลาด การขาย

ผลงานการตีพิมพ์เผยแพร่

- บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ :

Rungruangjit, W., Chankoson, T. and Charoenpornpanichkul, K. (2023). Understanding different types of followers' engagement and the transformation of millennial followers into cosmetic brand evangelists. Behavioral Sciences, 13(3), 270, 1-31.

Rungruangjit, W. and Charoenpornpanichkul, K. (2022). Building stronger brand evangelism for sustainable marketing through micro-influencer-generated content on Instagram in the fashion industry. Sustainability, 14(23), 15770, 1-27.

Rungruangjit, W. (2022). What drives Taobao live streaming commerce? The role of parasocial relationships, congruence and source credibility in Chinese consumers' purchase intentions. Heliyon. 8(6), e09676, 1-16.

Rungruangjit, W. (2020). Gender differences in young consumers' intentions to redeem mobile coupon application: A case of 7-Eleven convenience store. *Thammasat Review Journal*, 23(2). P. 127-169

วรินรำไพ รุ่งเรืองจิตต์. (2562). บทบาทอิทธิพลกำกับของประสบการณ์ซื้อสินค้าแบบไร้รอยต่อ และการรับรู้ความสอดคล้องที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้า: บริบทธุรกิจค้าปลีกฟาสต์แฟชั่น วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา สมาคมรัฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ปีที่ 8 ฉบับพิเศษ หน้า 234-248