

ผศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

หัวหน้าหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน (Consumption and Sustainable Economy: CSE)

ห้อง 148 อาคารวิชาการ 3 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ 222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80161

โทร 0 887 778 0180, 0 7567 2292 โทรสาร 0 7567 2202 E-mail: psiwarit@gmail.com

การศึกษา

- 2553 Doctor of Philosophy, Management Studies in Marketing – the University of Exeter, Exeter, the UK
- 2542 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่
- 2539 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) – เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่

ประสบการณ์ทำงาน

- 2548 – ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการตลาด สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2554 – 2557 ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายพัฒนาและสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2543 – 2548 อาจารย์ด้านการตลาด สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

วิชาที่สอน:

ระดับปริญญาตรี: หลักการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดทางตรง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวิจัยตลาด การตลาดบนอินเทอร์เน็ต สถิติธุรกิจ การจัดการกลยุทธ์ การประกอบธุรกิจ การจัดการบริการ การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว การตลาดและการออกแบบอุตสาหกรรม

ระดับบัณฑิตศึกษา: การจัดการการตลาด การตลาดสำหรับนักบริหาร กลยุทธ์การตลาดและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด การวิจัยทางธุรกิจและการจัดการ

- 2543 – 2545 ผู้จัดการโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2542 หัวหน้าฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ บริษัท เอส เอ พี เหมือนแร่ จำกัด จ.กาญจนบุรี
- 2540 เจ้าหน้าที่การตลาด บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

การฝึกอบรม

- 2556-2557 หลักสูตรคณบดีเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Dean for Change) รุ่นที่ 2

การเป็นอาจารย์พิเศษ

วิชาการจัดการการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Marketing Management, MBA International Program, Prince of Songkla University
Seminar in Consumer Research, PhD program, Assumption University

การเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาระดับปริญญาเอก

นายชัชวาล ภาณุศุภนิรันดร์ หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (บริหารธุรกิจ) คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร

หัวข้อวิทยานิพนธ์: ปัจจัยเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีของผู้บริโภคภาคธนาคารพาณิชย์ไทย

นางสาวสุดใจ จิโรจน์กุล หลักสูตรปรัชญาดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (การจัดการสิ่งแวดล้อม) คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

หัวข้อวิทยานิพนธ์: รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของธุรกิจชุมชนท่องเที่ยว

นางสาวพันทิพา ปัญสุวรรณ หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (บริหารธุรกิจ) คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร

หัวข้อวิทยานิพนธ์: Influence of Customers' Value Co-Creation Behavior on Brand Loyalty and
Brand Engagement of Furniture Business in Thailand: Case Study of SB Furniture Co., Ltd.

นางสาวปาริชาติ ศรีหะรัญ หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (บริหารธุรกิจ) สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
Thesis topic: Identity Co-Creation within the Social Network.

นางนุชนารถ กิตติภิรมย์ หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (บริหารธุรกิจ) สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
Thesis topic: Mindful Consumption of Consumers in the South of Thailand.

นางมัลลิกา คงแก้ว หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (การจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครศรีธรรมราช

Thesis topic: The Development of Marketing Strategy for Creative Economy: The Case of
Handicraft Local Product, Nakhon Sri Thammarat.

นางปิยะนารถ สิงห์ชู หลักสูตรดุขฎฐฎฎฎฎฎฎ (การจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา) คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Thesis topic: The Development of CSR Strategy for Motorcycle Shop in the Southern of
Thailand.

การเป็นสมาชิกภาพทางวิชาชีพ

สมาชิก Macro Marketing Organization

คณะกรรมการ Association for Consumer Research Asia Pacific Conference 2012

สมาชิก Association for Consumer Research

การเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

European Journal of Marketing (EJM) (ISI index)

Association of Consumer Research (ACR) (Scopus index)

Journal of Marketing Management (JMM) (ISI index)

Marketing Theory (ISI index)

Journal of Brand Management

ปรับปรุงเมื่อ 16 สิงหาคม 2559

และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณารายงานการวิจัย บทความวิจัยและบทความวิชาการที่เป็นภาษาไทยจำนวนมาก

วิทยานิพนธ์

Value Co-Creation Process: Reconciling S-D Logic of Marketing and Consumer Culture Theory within the Co-Consuming Group

ผู้สอบวิทยานิพนธ์: Prof. Søren Askegaard, University of Southern Denmark

การได้รับทุนสนับสนุน

- 2559 หัวหน้าโครงการวิจัย การศึกษาศักยภาพทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำอ้อย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 492,100 บาท
- 2559 หัวหน้าโครงการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงไตปลาสำหรับตลาดฮาลาล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 600,000 บาท
- 2559 หัวหน้าโครงการวิจัย การสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 650,000 บาท
- 2559 หัวหน้าโครงการวิจัย การพัฒนาภาพลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของจังหวัดภูเก็ต สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 800,000 บาท
- 2558 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวจังหวัดกระบี่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 655,000 บาท
- 2558 หัวหน้าโครงการวิจัย แนวทางการพัฒนาตราสินค้าการท่องเที่ยวสีเขียวของจังหวัดกระบี่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 765,000 บาท
- 2558 ผู้ร่วมวิจัย การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 1,106,000 บาท
- 2558 ผู้ร่วมวิจัย แผนธุรกิจน้ำตาลทรายเคลือบคาราเมล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 400,000 บาท
- 2557 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย แนวทางการพัฒนาพุน้ำร้อนเค็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่ อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 2,492,000 บาท
- 2557 ผู้ร่วมวิจัย การศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 800,000 บาท
- 2557 ผู้ร่วมวิจัย การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนยางพาราไร้สีไร้กลิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 100,000 บาท
- 2557 ผู้ร่วมวิจัย Estimation of Biomass Availability in Southern Thailand, the CarbonBW (Thailand) Co., Ltd – 500,000 บาท
- 2556 หัวหน้าโครงการวิจัย ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 1,177,300 บาท

- 2555 หัวหน้าโครงการวิจัย การศึกษาความเป็นไปได้ในการจำหน่ายคาร์บอนเครดิตจากสวนยางพาราในพื้นที่ปลูกใหม่ในรูปแบบการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 1,056,240 บาท
- 2555 หัวหน้าโครงการวิจัย ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในพื้นที่ภาคใต้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 806,542 บาท
- 2555 หัวหน้าโครงการวิจัย การพัฒนาตัวชี้วัดเศรษฐกิจพอเพียงด้วยทฤษฎีด้านทุนเพื่อความยั่งยืนและเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำนวน 199,000 บาท
- 2555 หัวหน้าโครงการวิจัย พฤติกรรมและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ ทุนงบประมาณแผ่นดิน จำนวน 398,000 บาท
- 2555 ผู้ร่วมวิจัย การวิเคราะห์การลงทุนเบื้องต้นในธุรกิจกระหรีปีบนมสด สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 100,000 บาท
- 2553 ทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง Jonathan Young Scholarship, the University of Exeter (£ 500)
- 2551 ทุนวิจัยร่วมระหว่าง The Center of Consumption Studies (CCS), DCU Business School, Dublin City University, Ireland and the University of Exeter Business School (£ 1,000)
- 2548 - 2553 ทุนพัฒนาอาจารย์สาขาขาดแคลน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

งานวิจัยที่สนใจ

กระบวนการสร้างคุณค่าในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประสบการณ์ของลูกค้า วัฒนธรรมตราสินค้า ชุมชนตราสินค้า และทฤษฎีวิวัฒนาการของผู้บริโภค

หนังสือและตำรา

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด: มุมมองของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (แปลจาก George E. Belch and Michael A. Belch by the Right of McGraw-Hill) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) หลักการตลาด กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) สถิติธุรกิจ กรุงเทพฯ: เพียร์สัน อินโดไชน่า จำกัด (ประเทศไทย)

ผลงานตีพิมพ์ทางวิชาการ

- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2559) พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคชาวนครศรีธรรมราช วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 22 (2), อยู่ในระหว่างการพิมพ์.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ (2558) ศักยภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ วารสารวิชาการ Veridian E-Journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8 (2), 556 – 570.
- มัลลิกา คงแก้ว ประกอบ ใจมั่น และศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2558) กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน วารสารราชพฤกษ์ 13(2), 41-50.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2557) กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน: กระบวนทัศน์การตลาดใหม่ในยุคสังคมออนไลน์ วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 20 (3), 161 – 185.
- ธีรนุช พุศศักดิ์ศรีกิจ และศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2557) บทบาทความเชื่อด้านโซคลงต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย วารสารวิชาการ Veridian E-Journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 7(2), 1348-1361.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และสุรัตน์ ฐานะกาญจน์ (2556) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม วารสารวิชาการ Veridian E-Journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 6(3), 305-320.
- Pusaksrikit, Theeranuch, Siwarit Pongsakornrunsilp, and Pimplapas Pongsakornrunsilp (2013), “The Development of the Mindful Consumption Process through the Sufficiency Economy,” in Botti, S. and Labroo, A. (eds.), *Advances in Consumer Research*, Volume 41, Duluth, MN: Association for Consumer Research.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และ ธีรนุช พุศศักดิ์ศรีกิจ (2555) ความเชื่อและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลของชาวไทย วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 18 (3), 57 – 93
- Pongsakornrunsilp, Siwarit and Theeranuch Pusaksrikit (2011), “Consuming Buddhism: the Pursuit of Happiness,” in Ahluwalia, R., Chartrand, T.L., and Ratner, R.K. (eds.), *Advances in Consumer Research*, Volume 39, pp.374 – 378, Duluth, MN: Association for Consumer Research.
- Pongsakornrunsilp, Siwarit, and Jonathan Schroeder (2011), “Understanding value co-creation in a co-consuming brand community,” *Marketing Theory*, 11 (3), 303 - 24.
- Pongsakornrunsilp, Siwarit, Theeranuch Pusaksrikit, and Jonathan Schroeder (2011) “Co-creation through Fear, Faith, and Desire,” In A. Bradshaw, C. Hackley, and P. Maclaren (eds.), *European Advances for Consumer Research*, Volume 9, pp.333 – 340, Duluth, MN: Association for Consumer Research.

- Pongsakornrungsilp, Siwarit, Jason C. Healy, Alan Bradshaw, Pierre McDonagh, and Jonathan E. Schroeder (2008), "Left Behind: Local Fans of Global Brands," In *William E. Kilbourne and John D. Mittelstaedt (eds.) 33rd Annual Macromarketing Society Conference 2008, Macromarketing: Systems, Causes, and Consequences*, South Carolina, pp. 225 – 37.
- Pongsakornrungsilp, Siwarit, Alan Bradshaw, and Jonathan E. Schroeder (2008), "Brand Community as Co-Creation Value in the Service-Dominant Logic of Marketing," Available at SSRN. <http://ssrn.com/abstract=1103970>.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2551) ปัจจัยที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 14(2) 307 – 20
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ และชฎามาศ แก้วสุกใส (2550) ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 13(1) 19 – 31
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และ พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ (2548) e-Tourism: ช่องทางการตลาดใหม่ของธุรกิจท่องเที่ยว. วารสารวิชาการด้านการท่องเที่ยวออนไลน์. สำนักประสานงานชุดโครงการ การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว .)
- <http://www.ttresearch.org>
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2547) แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน วารสารการวิจัยและการพัฒนา คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2(1) ก.ค. – ธ.ค. 2547: 33 – 48
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ ญาณดา พรประเสริฐ และสุชาติ ฉันทสาราญ (2547) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ วารสารสงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 10(2) 175 – 188
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์ สงวน จงสกุล และสุชาติ ฉันทสาราญ (2546) กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา บริษัท เดมเลอร์โคสเลอร์ ประเทศไทย จำกัด. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และ สุชาติ ฉันทสาราญ (2546) การรับรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคใต้ วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 9(1) 33-49
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์และจิตศักดิ์ พุฒจรัส (2545) กลยุทธ์และกระบวนการทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ". จุฬาลงกรณ์วารสาร ก.ค. – ก.ย.: 83-95
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2545) กลยุทธ์การตลาดสินค้าชุมชนกลุ่มบ้านสมุนไพรรังผึ้ง อำเภอถ้ำรงค์ จังหวัดนครศรีธรรมราช วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 8(1) 47-58
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2544) ธุรกิจชุมชน: ศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น จุฬาลงกรณ์วารสาร เม.ย. – มิ.ย.: 56-62

การนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ

"The dark side of social capital in Thai culture: an obstruction of continuous learning process in social network", Accepted for presenting at the Intellectual Capital, Knowledge

ปรับปรุงเมื่อ 16 สิงหาคม 2559

Management & Organisational Learning Conference, October 2011 (Accredited as ISI index).

“Roundtable Discussion: Buddhism Consumption” at the 2011 Association for Consumer Research Asia Pacific Conference in Beijing, China, in June 2011.

“Chair of the Session” at the 2011 RBAC International Management Conference in Bangkok, Thailand, in March 2011.

“Co-Creation through Fear, Faith and Desire” at the 2010 European Association for Consumer Research Conference in Surrey, UK, in July, 2010.

“Left Behind: Local Fans of Global Brand” at the 2008 Macromarketing Conference, Macromarketing Society Inc. in South Carolina, USA, in June, 2008.

“Brand Community as Co-Create Value in the Service Dominant Logic of Marketing” at the 2008 CRAWs Conference, in Manchester, UK, in April, 2008.

“กลยุทธ์การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต” การประชุมนานาชาติ ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ครั้งที่ 1: NCEB 2002. จัดโดยศูนย์ธรรมศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ 2545

การสัมมนาระดับนานาชาติ

- 2556 The 2nd International Seminar in Consumer Culture Theory – Walailak University, Thailand
- 2554 International Seminar in Consumer Culture Theory – Walailak University, Thailand
- 2552 Workshop on Qualitative Data Analysis IV – the University of Michigan, Michigan, USA
- 2550 Seminar on Consumption Theory – Bilkent University, Turkey

ประสบการณ์ด้านที่ปรึกษาและวิชาชีพ

- 2558 – ปัจจุบัน ที่ปรึกษาด้านการตลาด ให้กับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้โครงการ Innovative House ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- 2556 – ปัจจุบัน หัวหน้าศูนย์ให้คำปรึกษาทางบริหารธุรกิจ โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคใต้ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2556 – ปัจจุบัน ที่ปรึกษาด้านการสร้างตราสินค้า โครงการ OTOP Iconic Brand สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2554 – ปัจจุบัน หัวหน้าหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

- 2554 – ปัจจุบัน ที่ปรึกษาด้านการตลาด โครงการเครือข่ายธุรกิจนวัตกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- 2554 – ปัจจุบัน ที่ปรึกษาด้านการตลาด อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีภาคใต้ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2553 – ปัจจุบัน ผู้ให้คำปรึกษาด้านการตลาด ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2556 – 2557 ประธานเครือข่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยในกำกับของ
รัฐบาล
- 2555 – 2557 ประธานเครือข่ายการจัดการความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัย (UKM)
- 2555 ที่ปรึกษาด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมแผ่นรองส้นเท้า Smile Feet
- 2555 ที่ปรึกษาด้านการตลาด โครงการทุนพัฒนาแผนธุรกิจนวัตกรรม (IBPG) สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยรับผิดชอบผลิตภัณฑ์กะหรี่ปั่นนมสด จังหวัดราชบุรี
- 2555 ที่ปรึกษาด้านการตลาด โครงการสร้างองค์ความรู้และบุคลากรด้านการออกแบบสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2554 คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ โดยรับผิดชอบด้านพัฒนา
หลักสูตรตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (มคอ.2)
- 2547 – 2548 ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านการตลาดการท่องเที่ยว โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการการ
ท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการ จังหวัด
นครศรีธรรมราช
- 2546 – 2548 ที่ปรึกษา Invigorating Thai Business (ITB) กระทรวงอุตสาหกรรม
- 2547 – 2548 ที่ปรึกษา โครงการศึกษาการจัดทำกรอบแผนยุทธศาสตร์พลังงาน สำนักงานพลังงานภูมิภาคที่ 11
(สุราษฎร์ธานี)
- 2547 – 2548 ที่ปรึกษา โครงการจัดทำแผนฟื้นฟูธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบภัยพิบัติจากเหตุการณ์
คลื่นสึนามิใน 6 จังหวัดอันดามัน สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2546 – 2548 คณะกรรมการประจำสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 2545 – 2548 คณะกรรมการ หน่วยพัฒนาการเรียนรู้และการสอน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

วิทยากรรับเชิญพิเศษ

ได้รับเชิญเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ใน
ประเทศไทยในหัวข้อต่าง ๆ อาทิ การสร้างตราสินค้า กลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับการขยายตัวของ AEC แนวคิด
การตลาดสมัยใหม่ การบริการ การบริหารจัดการลูกค้า การจัดการกลยุทธ์ การจัดการองค์กร การจัดการการ
เปลี่ยนแปลง การพัฒนาผู้นำและการสร้างทีมงาน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

การได้รับรางวัล

1. รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยจากแผนงานวิจัย แนวทางการพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวพุน้ำร้อนเค็มคลองท่อม จังหวัดกระบี่อย่างยั่งยืน พ.ศ. 2558
2. รางวัลศิษย์เก่าดีเด่น โรงเรียนวัดบวรนิเวศ ในวาระครบรอบปีที่ 80 สมาคมศิษย์เก่าโรงเรียนวัดบวรนิเวศ

3. รางวัลผลงานวิจัยดีเด่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยจากแผนงานวิจัย การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ พ.ศ. 2557
4. รางวัล Bronze Award ในงาน Research Expo 2014 จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
5. รางวัลการบริการวิชาการดีเด่น ปี พ.ศ. 2557 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จากผลงานท้อพีที่ส้มโอแสงวิมาน
6. รางวัลโปสเตอร์ยอดเยี่ยม การประชุมวิชาการวลัยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พ.ศ. 2556
7. รางวัลการบริการวิชาการดีเด่น ปี พ.ศ. 2556 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์จากผลงานเยลลี่ส้มโอแสงวิมาน