

ระบบฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลยา อุปพงษ์

ตำแหน่ง: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ อนุสาขาวิชาการตลาด)

สังกัด: คณะวิทยาการจัดการ สำนักงานคณะวิทยาการจัดการ

อีเมล: kullaya.upp@uru.ac.th ; is_nong@yahoo.com

เบอร์โทรศัพท์: 0863074742

ประวัติการศึกษา

ที่	ระดับการศึกษา	สาขาวิชา	ชื่อสถาบัน	ปีจบ
1	ปริญญาเอก	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	2562
2	ปริญญาโท	มหาบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2556
3	ปริญญาโท	มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2549
4	ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร	2545

ประวัติการทำงาน

ที่	ทำงานในตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน	ปีที่เริ่มทำงาน	ปีที่สิ้นสุด
1	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	2555	ปัจจุบัน
2	อาจารย์พิเศษ คณะวิทยาการจัดการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	2554	2555
3	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ	วิทยาลัยราชพฤกษ์	2550	2554
4	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	บริษัท มงคลเศรษฐีเอสเตท จำกัด	2549	2550
5	หัวหน้าฝ่ายบัญชี และหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี.วี.ซี. ฟู้ดส์เซอร์วิส	2545	2549

ประวัติการเป็นวิทยากร

ที่	ปี	บรรยายเรื่อง
1	2567	ทักษะด้านการเขียนบทความวิจัยและนำเสนอผลงานวิชาการทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
2	2567	เทคนิค BMC สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรพัฒนาท่าปลาเมืองงาม
3	2567	การจัดทำแผนการตลาดและการเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้าเกษตร
4	2567	การตลาดและการจัดทำแผนการตลาด
5	2567	การจัดทำการตลาดและเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้าเกษตร สหกรณ์ผู้เลี้ยงผึ้งอุตรดิตถ์
6	2567	ความรู้ในการจัดทำแผนการตลาดและการเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้าเกษตร (นำผึ้งบรรจุขวด) สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุตรดิตถ์

7	2567	การเขียนแผนธุรกิจ
8	2567	การจัดทำแผนการผลิต ต้นทุนการผลิต และการผลิตที่ได้คุณภาพ
9	2566	การเขียนแผนธุรกิจ
10	2566	การพัฒนาเสริมสมรรถนะผู้นำขับเคลื่อนการบริหารจัดการตลาดและการท่องเที่ยวชุมชน
11	2565	การเขียนแผนธุรกิจ
12	2565	การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรและศิลปะการพูดให้แก่แกนนำคนพิการทางการเห็นในจังหวัดอุดรดิตต์ ประจำปี 2565
13	2565	การอบรมเชิงปฏิบัติด้านการทำแผนการพัฒนากลุ่ม พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าเด่น หรือสินค้า OTOP และการวางแผนการตลาด
14	2563	องค์กรในยุคไทยแลนด์ 4.0
15	2563	การพัฒนาประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพ ในการปฏิบัติงานกิ่งกาชาด อำเภอศรีสัชนาลัย
16	2563	การเขียนแผนธุรกิจ
17	2563	เทคนิคการนำเสนอโครงการงานวิทยาศาสตร์
18	2563	การพัฒนาบุคลากร การแต่งกายและการเข้าสังคม
19	2562	คุณลักษณะของการเป็นนักเรียนในศตวรรษที่ 21 เรื่องการพัฒนาบุคลากรและการสื่อสารที่เป็นเลิศ
20	2562	สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสหกรณ์
21	2562	ระดมความคิดเห็นจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจสหกรณ์
22	2562	การทำธุรกิจอาหารชุด Box Set เพื่อสุขภาพ

ความเชี่ยวชาญ

- กลุ่มบริหาร พาณิชยศาสตร์ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม เศรษฐศาสตร์

ความสนใจ

-
-

ผลงานวิจัย

ที่	ปี	ชื่องานวิจัย	ประเภท	ประเภท PMU	ระดับ
1	2567	อิทธิพลของโมเดลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการสร้างความผูกพันอย่างลึกซึ้งกับลูกค้า	ทุนวิจัย Fundamental Fund (FF)		
2	2567	ผลกระทบตัวแปรส่งผ่านของภาพลักษณ์แบรนด์ต่อความตั้งใจซื้อ	ทุนวิจัย Fundamental Fund (FF)		
3	2566	รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ (An Operational Model of Social Enterprise Influences Toward Social and Economic Impact.)	ทุนวิจัย Fundamental Fund (FF)		
4	2564	การพัฒนาการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการทอผ้า จังหวัดอุดรดิตต์ (Developing Digital Marketing to Enhance Business Outcomes of Woven Fabric Entrepreneurs in Uttaradit Province.)	PMU	สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	

5	2564	อิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดดิจิทัลในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Influence of Digital Marketing Communication Tools in the Creation for Customer Satisfaction.)	กองทุนวิจัยภายใน		
6	2562	การบริหารกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคมและผลการดำเนินงานในธุรกิจบริการ (SOCIAL MEDIA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AND PERFORMANCE IN SERVICE BUSINESS)	PMU	สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	

บทความวิจัย/วิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสาร (Journal)

ที่	ปี	อ้างอิง	ฐานข้อมูล
1	2567	ธิดารัตน์ เหมือนเดชา กุลยา อุปพงษ์ ชัชชัย สุจริต และศิริการญจน์ ธรรมย์ติวงศ์. (2567). การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของแอปพลิเคชัน GrabFood ประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 21(1), 111-129.	TCI1
2	2567	กมลสร ลีสมมติ และกุลยา อุปพงษ์ (2567) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับวิธีการผลิตกล้วยน้ำว้าคุณภาพของเกษตรกร ตำบลน้ำไผ่ อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์. Life Sciences and Environment Journal 2024; 25(1): 127-142	TCI1
3	2567	Sakunphun, S. & Uppapong, K. (2024). AN OPERATIONAL MODEL OF SOCIAL ENTERPRISE INFLUENCING SOCIAL AND ECONOMIC OUTCOMES. Journal of Research Administration, 6(1), 6848-6863.	SCOPUS
4	2567	สหรัฐ จาดเอี่ยม กุลยา อุปพงษ์ และชัชชัย สุจริต. (2567). ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งทอหัตถ์ปักจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 7(5) กันยายน-ตุลาคม.	TCI2
5	2566	พลอยนภา สัมมาทรัพย์ อีราวัฒน์ ชมระกา และกุลยา อุปพงษ์. (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ การรับรู้คุณค่า ความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้า และความตั้งใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา, 11(1), 87-102.	TCI2
6	2566	อีราวัฒน์ ชมระกา กมลวรรณ มั่งคั่ง พิชญาพร พีรพันธุ์ และกุลยา อุปพงษ์. (2566). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ คุณค่าตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Shopee ของประชาชนในเขตอำเภอมือง จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้, 5(2), 85-99.	TCI2
7	2566	Photchanaphan, S. Theckatakerng, P. & Uppapong, K. (2023). An Exploring for social Innovation Towards Social Enterprise Growth. Business Review Journal, 15(2), 42-62.	TCI1
8	2566	Bhandari, P., Sigdel, B., Photchanachan, S., Uppapong, K., & Bhattarai, A. (2023). Revamp of Tourism Industry in Nepal: Women Entrepreneurial Orientation, Competitive Advantage, and Firm Performance. JWEE, (1-2), 89-109.	SCOPUS
9	2565	กุลยา อุปพงษ์ สรณ โภชนจันทร์ และ ศิริกาญจน์ ธรรมย์ติวงศ์. (2565). อิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดดิจิทัลในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า. NIDA BUSINESS JOURNAL, 30, 42- 68.	TCI2
10	2565	Uppapong, K., Mangkang, K. & Photchanachan, S. (2022). Developing Digital Marketing to Enhance Business Outcomes of Woven Fabric Entrepreneurs in Uttaradit Province. Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand, 11(1), 175-195.	TCI1
11	2565	Jiang, Y. Photchanachan, S. & Uppapong, U. (2022). The Relationship Between Psychological Capital, Job Performance and Innovative Behaviour of University Teacher. RES MILITARIS, 12(6), 1975-1984.	SCOPUS

12	2564	กุลยา อุพพงษ์ ภูษณิศดา เตชเถกิง และสรณ โภชนจันทร์ (2564). อิทธิพลของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคมต่อผลประโยชน์ทางการเงินองค์กร: หลักฐานเชิงประจักษ์ธุรกิจสปาในประเทศไทย. NIDA BUSINESS JOURNAL 28, 51-72.	TCI2
13	2563	Uppapong, K., Jinfatewin, K. Atchavanan, C., Photchanachan, S., & Tammayattiwong, S. (2020). A Construct Validation of Organizational Fairness. NIDA BUSINESS JOURNAL 27, 6-27.	TCI2
14	2563	สรณ โภชนจันทร์ กุลยา อุพพงษ์ ชนิกันต์ อ้วนันท์ และกมลวรรณ มั่งคั่ง. (2563). คุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 6(3), 31-43.	TCI2
15	2562	กุลยา อุพพงษ์ และ ภูษณิศดา เตชเถกิง. 2562. รูปแบบการจัดการกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคมที่นำไปสู่การสร้างผลประโยชน์ทางการเงินของธุรกิจ “Social Media Customer Relationship Management Model Leading to the Creation of Financial Benefits of Business”. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 41(159), 33-53.	TCI1
16	2560	กุลยา อุพพงษ์ และ ภูษณิศดา เตชเถกิง. (2560). ประสิทธิภาพของกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ทางสื่อสังคมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กร “An Efficiency of Social Media Customer Relationship Management and Performance”. วารสารธรรมศาสตร์, 36, 3 (กันยายน-ธันวาคม), 71-93.	TCI1

บทความวิจัย/วิชาการที่นำเสนอในงานประชุมวิชาการ (Proceeding)

ที่	ปี	อ้างอิง
1	2565	กุลยา อุพพงษ์ และคณะ. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเครื่องมือสื่อสารการตลาดดิจิทัล. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 11 และนานาชาติครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. วันศุกร์ที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565. หน้า 500-513.
2	2565	กุลยา อุพพงษ์ และ อีราวัฒน์ ชมระกา. (2565). อิทธิพลของการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 11 และนานาชาติครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. วันศุกร์ที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565. หน้า 657-674.
3	2561	Uppapong, K., & Theckatakerng, P. 2018. Measuring of Organizational fairness: A Confirmatory Approach. Global Summer Conference on Education, University of Riverside, USA from August 16 to 17, 2018.
4	2560	กุลยา อุพพงษ์ และ ภูษณิศดา เตชเถกิง. 2560. การตลาดเชิงสัมพันธ์สื่อสังคมผ่านทฤษฎีต้นทุนธุรกรรมและผลการดำเนินงาน “Social Media Relationship Marketing Towards Transaction cost theory and Performance. น. 803-820. ใน งานสัมมนาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๙ (The 9th ASEAN+C+I Symposium on Business Management Research). วันเสาร์ที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2560. หน้า 803-820.
5	2560	Uppapong, K., & Theckatakerng, P. 2017. Social Media Customer Relationship Management and Performance in Service Business. The EURAM 2017 annual conference. Glasgow, Scotland, UK from June 20 to 24, 2017.

ที่	ปี	หัวข้อ	ลิงค์ไฟล์ข้อมูล
1	2566	จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	

หนังสือ

ที่	ปี	ชื่อหนังสือ
1	2563	หลักการตลาด