

ดร. พงศกร พิษยदनย์

ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โทรศัพท์ +66-2562-5095 อีเมล pongsakorn.pit@ku.ac.th

การศึกษา

วท.ด. (ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กจ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยมหิดล

สส.บ. (สารสนเทศศึกษา) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สาขาที่เชี่ยวชาญ

Innovation Management, Innopreneurship, Technology-Based Business

Acceleration, Business Capability Assessment

ผลงาน

1. Sastararuji, D., Hoonsopon, D., Pitchayadol, P., & Chiwamit, P. (2021). Cloud accounting adoption in Thai SMEs amid the COVID-19 pandemic: An explanatory case study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*
2. Sastararuji, D., Hoonsopon, D., Pitchayadol, P., & Chiwamit, P. (2021, January). Cloud Accounting Adoption in Small and Medium Enterprises: An Integrated Conceptual Framework: Five factors of determinant were identified by integrated Technology-Organization-Environment (TOE) framework, Diffusion of Innovation (DOI), Institutional Theory (INT) and extended factors. In 2021 The 2nd International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management (pp. 32-38).

3. Manae, N. & Pitchayadol, P. (2020). Factors Affecting the Innovativeness of Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises in Pattani, Yala and Narathiwat Provinces. *Journal of Yala Rajabhat University*,15(3), 273-281.
4. Pitchayadol, P. (2018). Farmer's Adoption Intention towards Eco-Innovation in the Agricultural Sector of Thailand. *Asean Journal of Management and Innovation*,5 (3), 144-154.
5. Pitchayadol, P., Hoonsoon, D., Chandrachai, A., & Triukose, S. (2018). Innovativeness in Thai family SMEs: An exploratory case study. *Journal of Small Business Strategy*, 28 (1), 38-48.
6. Pitchayadol, P. & Supanchanaburee, P. (2014). Country of Origin Effect on Purchase Intention of Thai Consumers: The Moderation of Trusting Beliefs and Brand Equity. *Academic Journal of the University of the Thai Chamber of Commerce*, 35(2), 1-17.
7. Suttapong, K., Srimai, S., & Pitchayadol, P. (2014). Best Practices for Building High Performance in Human Resource Management. *Global Business and Organizational Excellence*, 33(2), 39-50. doi:10.1002/joe.21532