

1	A Causal Relationship of Marketing Communication upon Customer Relationship Management Process: A Case Study of Watsons Group, Thailand	Krisda Tanchaisak	Rosechongporn Komolsevin
17	The Management Model of an Abroad Touring Production of a Thai Dance: The Case Study of LOR (Love, Obsession, Revenge) and Thai Dances, Fei & Milton Wong Experimental Theatre, Simon Fraser University, Canada	Nawarit Rittiyotee	Vijjuta Vudhaditya
28	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อเตรียมความพร้อมทางการเงินเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษาพนักงานธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ภาคใต้	Waralak Limkanchana	Klangjai Sangwichitr
46	Taxi Driver's Perspective towards the Importance of Career as a Service Provider in Hospitality Industry to Promote the Good Image of Thailand: A Case Study in Don Mueang Area, Bangkok	Pornpit Jirathumrong	Sansanee Sangsuwan
57	Website Development for Tourism Promotion and Miang Conservation of Mae Kampong Village	Pichayalak Pichayakul	Sukhoom Phunnarong
73	The Corporate Sustainability Performance of Entrepreneurs (CSPE) on Social Enterprise in Thailand: A Mixed Methods Approach	Butsakorn Pangprasert	Aree Naipinit
88	Tests of Technical Trading Strategies with Different Asset Conditions in the Emerging Markets: Case Study of Thailand SET50 Index	Rujira Chaysiri	Chawalit Jeenanunta
104	Guideline for the Development of Mechanism Model for Environmental Dispute Resolution for Natural Resource Restoration in Thailand	Jamras Laosattaya	Pakpong Pochanart

BU

ACADEMIC REVIEW

ISSN: 2651 - 0952 (Online)



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ผลงานวิจัย

- Factors Influencing Women's Intention to Purchase Beauty Products through Electronic Commerce 120
ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ความงามของผู้หญิงผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
Sittiphap Lerdsrichainon Nattaphat Apirungruengsakul
- The Construct of a Comfort Zone Learning for Social Work Learners 137
การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่ปลอดภัยสำหรับผู้เรียนสังคมสงเคราะห์
Punika Apirukkraisri Nongyao Nawarat
- Effect of Trust and Perceived Value on Purchase Intention of Facebook Users in Bangkok 151
ผลของความไว้วางใจและคุณค่าที่รับรู้ต่อการตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้ใช้
ในเขตกรุงเทพมหานคร
Benya Whangmahaporn Tipparat Laohavichien
- Guidelines for Waste Management in the Plastics Industry in Thailand 164
แนวทางการจัดการของเสียของอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทย
Banterng Sriard Charcrit Sritong
Theathanick Siriwoham Kanreutai Klangphahol
- Effects of Achievement Motivation on Employees' Involvement in 177
ABC Food Supplement Company having Monozukuri Manufacturing Culture
ผลกระทบของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานบริษัทผลิตอาหารเสริมเอบีซี
ที่มีวัฒนธรรมโมโนซูกูริ
Nipaporn Insuitong Nipa Niruttikul
- The Influence of Corporate Social Responsibility Perception to Brand Love with 190
Mediating of Customer-Centric Model of Brand Community: A Case Study of
Food Company's Social Media Brand Community
อิทธิพลของการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความรักในตราสินค้าโดยผ่านชุมชนตราสินค้า
ที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง กรณีศึกษาชุมชนตราสินค้า ในสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทผู้ผลิตอาหาร
Chamaiporn Daosue Thongchai Srivardhana
Phiphat Nonthnathorn Tipparat Laohavichien
- Moral Panics and COVID-19: Are We Panic Ourselves or Do Media Make Us Panic? 207
ความตื่นตระหนกทางจริยธรรม และโควิด-19: ความตื่นตระหนกของประชาชน หรือสื่อทำให้
ประชาชนตื่นตระหนก
Patama Satawedini
- Energy Conservation Study for PD A Lord Residence Multi Residential Building Design 225
การศึกษาการประหยัดพลังงานเพื่อออกแบบอาคารพักอาศัยรวม PD A Lord Residence
Suchon Yimrattanaboworn
- Factors Affecting Decisions for Using Online Meeting Applications of Working People 242
in the Bangkok Metropolitan Area
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชุมแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
Panida Tansiri Juthatip Deshyangul