

BU

ACADEMIC REVIEW

ISSN: 2651 - 0952 (Online)



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปีที่ 23 ฉบับที่ 2, กรกฎาคม - ธันวาคม 2567
Vol. 23, No.2, July - December 2024

Research Article

- The Impact of Perceived Organizational Support, Organizational Cultural Fit, Strategic Technology Management, and Teamwork towards Operational Employees' Organizational Effectiveness in Life Insurance Companies, Bangkok Metropolitan Areas
อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร การเข้ากันได้ของวัฒนธรรมองค์กร การจัดการเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ และการทำงานเป็นทีมของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานในบริษัทประกันชีวิต เขตกรุงเทพมหานคร
Suthinan Pomsuwan 1
- Research and Development of e-Marketplace for Community Enterprises in Loei Province Using the PDCA Process
การวิจัยและพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเลย โดยใช้กระบวนการ PDCA
Anchalee Kokanuch Maikam Tantipatum
Pithchaya Khunsri 24
- An Estimation of Portfolio's Value-at-Risk with Copula: Empirical Evidence from Laos Securities Exchange
การประมาณมูลค่าความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุนด้วยคอปูลา: หลักฐานเชิงประจักษ์จากตลาดหลักทรัพย์ลาว
Krisada Khruachalee Surang Boonyapongchai
Pheng Her 40
- Exploring Cultural Representation: A Case Study of Foreign Cultures in the Chinese Television Program "Informal Talks"
การสำรวจภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาวัฒนธรรมต่างประเทศ ในรายการโทรทัศน์จีน "Informal Talks"
Xin Fan Rosechongporn Komolsevin 60
- Development of Woven Fabric Products and Increasing Marketing Channels Through E-commerce System of Ban Lai Hin Community Enterprise, Koh Kha District, Lampang Province
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่กระตุกและการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิสาหกิจชุมชนของบ้านไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
Patitta Wongsangthain 80
- Effects of 5A Marketing Strategy and Online Influencers Credibility on Green Products Purchasing Behavior via Online Channel of Generation Y Consumers in Bangkok
ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาด 5A และความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค Gen Y ในกรุงเทพมหานคร
Panward Jitpairroj Leela Tiangsoongnern 97
- Impact of Debt Levels on Savings Cooperatives' Profitability
ผลกระทบของภาระหนี้สินต่อความสามารถในการทำกำไรของสหกรณ์ออมทรัพย์
Sasipa Pojanavatee 121
- Practices of Social Marketing in Health Promotion and Their Sustainability in the Sights of Thai People
การปฏิบัติงานทางการตลาดเพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพ และความยั่งยืนของการตลาด เพื่อสังคมในการส่งเสริมสุขภาพในมุมมองของคนไทย
Patama Satawedini 134

Research Article

- Willingness to Inherit Thai SME Family Business of Generation Z: Factors Influencing the Transgenerational Intent 157
ความเต็มใจในการสืบทอดธุรกิจครอบครัวของทายาทรุ่นเจเนซี (Gen Z): ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการรับช่วงธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น
Arthon Prompattanakul Yongplut Yeing-aramkul
Sasithorn Tailee Sukhumarporn Upaicheewa
Phisanu Katjaroen Phongphet Chutitananon
Kannapon Lopetcharat
- Thailand's Banana Exports to Japan 181
การส่งออกกล้วยหอมของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น
Pisut Kulthanavit
- Marketing Strategies from the Consumer's Perspective Affecting Purchase Decision of Schizophyllum Commune Extract Skincare Products 207
กลยุทธ์การตลาดมุมมองของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีสารสกัดจากเห็ดครง
Wanlapa Phattana Tanwalai Chirandom
- Marketing Enhancement Strategy of Cultural Tourism: Secondary City - Suphanburi Province 221
กลยุทธ์การยกระดับการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: เมืองรอง จังหวัดสุพรรณบุรี
Puchong Manasin Pakaporn Krachadthong
- ESG Ratings and Financial Performance of Thai Listed Companies 244
หุ้นยั่งยืนและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
Worakorn Pumiviset Prempa Duangtong
- Consumers' Purchasing Intention Regarding Environmentally Friendly Products: An Empirical Analysis of Japanese Consumers 263
ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค: การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น
Tanyamai Chiarakul

Academic Article

- Enhancing and Hindering Factors of Development the Personnels' Routine to Research (R2R) 289
ปัจจัยส่งเสริม และปัจจัยขัดขวาง การพัฒนางานประจำด้วยงานวิจัย (R2R) ของบุคลากร
Masmolee Jitwiriatham



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY