

Research Article

Goods to Good: Effect of Thai Consumers' Awareness of Corporate Social Innovation (CSI) on the Innovation Adoption Factors, Predictors of Behavioral Intention, and Brand Purchase Intention 3

จากสินค้าสู่ความดี: ผลกระทบของการรับรู้นวัตกรรมสังคมองค์กรที่มีต่อการเปิดรับนวัตกรรม ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย

Sora Kaitkanarat

สร เกียรติคณารัตน์

Rosechongporn Komolsevin

รชชงพร โกมลเสวิน

Pacharaporn Kesaparakorn

พัชรารณ เกษะประกร

Ratanasuda Punnahitanond

รัตนสุดา ปุณณะหิตานนท์

การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร 19

The Managerial Preparation of Startup Business Entrepreneurs towards the Sustainable Business as influenced by Disruptive Innovation in Bangkok Metropolitan Area

สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

Suthinan Pomsuwan

รชชงพร โกมลเสวิน

Rosechongporn Komolsevin

The Use and Gratification of Social Media on Purchase Intention via Customer Brand Engagement of Gen X and Millennials 34

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านการปฏิสัมพันธ์กับตราสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์กับผู้บริโภครุ่นเจนเอ็กซ์และมิลเลนเนียลส์

Wimmala Pongpaew

วิมล ผ่องแผ้ว

Underlying Factors Towards the Willingness to Use Functional Drinks in Bangkok, Thailand 51

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Dissatat Prasertsakul

ดิสสทัต ประเสริฐสกุล

Thitarat Worawitphinyo

ฐิตารัตน์ วรวิชัยบุญ

แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขันขององค์กรหลักฐานเชิงประจักษ์กิจการในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย 64

The Approach of Strategic Management and Organizational Competitiveness: Empirical Evidence from Thai Industrial Sector

ชญญ์นิธิ จิรพัฒนาพรสิน

Thanniti Jiraphatthanaponsin



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปีที่ 40 ฉบับที่ 2

กรกฎาคม - ธันวาคม 2563



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปีที่ 40 ฉบับที่ 2

กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

Research Article

อิทธิพลของคุณภาพชีวิตการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงาน 81

ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน
ห้องจัดแสดงรถยนต์และศูนย์บริการรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Influence of Quality of Work Life, Job Satisfaction and
Organizational Commitment on Employee Retention
at Showrooms and Car Service Centers in the Northeast

ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช อัยรดา พรเจริญ นลินี ทองประเสริฐ
Piyakanit Chotivanich Irada Phorncharoen Naline Thongprasert
กิตติมา จิงสุวดี ประนอม คำผา อโนทัย หาระสาร
Kittima Cheungsuvadee Pranorm Kumpha Anothai Harasarn

Commercial Product Naming Practice in Thai Airline Business: 95

An Examination of Language Choice and Names Used
การตั้งชื่อสินค้าในธุรกิจสายการบินของไทย: การเลือกใช้ภาษา
และลักษณะของชื่อ

Narudh Cheramakara Jiraporn Kerdchoochuen
นรุตน์ จีระมะกร จิราพร เกิดชูชื่น
Sarawut Jangjaidee Sucharat Sasipattanawong
ศรวุฑธ แจ้งใจดี สุชาร์ตน์ ศศิพัฒน์วงศ์

อิทธิพลของระยะห่างเชิงอำนาจต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ 108

การเปลี่ยนแปลงและความพึงพอใจในการทำงาน: กรณีศึกษาบริษัทไทย
แห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

The Influence of Power Distance on The Relationship
of Leadership and Job Satisfaction: A Case Study of
a Thai Company in The Consumer Goods Industry

ชนากานต์ อรัญ รพีพร รุ่งสีทอง
Chanakarn Arun Rapeeporn Rungsithong

Academic Article

การบริหารการสื่อสารภาวะวิกฤตในโลกที่ผันผวน ไม่ชัดเจน 130
ซับซ้อนและคลุมเครือ

Managing Crisis Communications in a Volatile, Uncertain,
Complex, and Ambiguous World

บุษบา สุธีธร
Bussaba Suteetorn

อิทธิพลของการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำและสมาชิก การสื่อสาร 144
และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน
ของพนักงานและเจตจำนงในการลาออก

Impact of Leader-Member Exchange, Communication and
Corporate Social Responsibility on Employee Performance
and Turnover Intention

เอกสิทธิ์ กันสุวิโร บุญอนันต์ พินัยทรัพย์
Ekasit Kansuwiro Boon-Anan Phinaitrui