

สารบัญ

บทความวิจัย

การพัฒนาโมเดลจริยธรรมการตลาดสำหรับ SME	1
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	
ปริญา ลักขิตามาศ, ชัยพล หอรุ่งเรือง, ศิริโสภา ศิริบรรเกียรติ, พิษณุ สันทรานันท์	
แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของอาบน้ำแร่และภูมิปัญญาไทย	14
เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: คอยปูหมื่น	
รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาควงุมิ ภาควิภาส	
การพัฒนาตัวแบบกลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้อาหารไทยประยุกต์สู่ตลาดอาเซียน	26
ชวัลรัชต์ ภาณุภักดิ์นันท์, ศิวรัตน์ ณ ปทุม, ปริญา ลักขิตามาศ	
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและการบริการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตดุสิต	39
พิสิษฐ์ พจนจารุวิทย์	
แนวทางการออกแบบรายการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน	52
โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม	
วุฒิ สุขเจริญ	
พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	63
นันทิศา เพชรภรณ์	
ความไว้วางใจในการประมูลสินค้าออนไลน์	73
ดลไพสิทธิ์ อูปพงษ์, ปวีณา คำพุกกะ	
แบบจำลองการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา	86
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	
บุษกร คำโฮม, ศุภกัญญา จันทรรุกษา	
แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจากหนังสือสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวันของนายห้างและผู้ชม	99
สุกิตติ์ สวนอินทร์, สาภล สถิตวิทยานันท์, ปราโมทย์ ประจันปัจจนิก	
ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ในความคิดเห็นของผู้บริโภค	111
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง: กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	
สลลิตทิพย์ เข้มทอง	
ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร บรรยายาการองค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี	124
ขององค์กรของคณาจารย์ต่างเจนเนอเรชั่นในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	
มาลีณี ศรีไมตรี	
MARKET OPPORTUNITY FOR LAUNCHING THE HYGIENIC HAND CREAM	141
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA	
Veerisa Chotiyaputta, Janwit Hongpiticharoen	

武汉博物馆管理问题与对策	152
RESEARCH FOR MANAGEMENT PROBLEM AND COUNTERMEASURE ON THE WUHAN MUSEUM	
<i>Jing Zhou, Hongyan Shang, Tansiny Lertsiriworapong</i>	
电子商务与物流因素的敏感度分析	167
—Shopat7.com案例研究	
SENSITIVITY ANALYSIS OF E-COMMERCE AND LOGISTICS FACTORS	
<i>Hongyan Shang, Pak Thaldumrong, Tansiny Lertsiriworapong</i>	
ปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ซื้อที่มีต่อการขาดช่วงจำหน่าย	176
สินค้าประเภทน้ำดื่มบรรจุขวดในร้านสะดวกซื้อในเขตจังหวัดนนทบุรี	
<i>สุรัชดา เชิดบุญเมือง</i>	
อิทธิพลของการรับรู้ต่อการสนับสนุนจากองค์กรและการสนับสนุนจากหัวหน้างาน	188
ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการทหารไทย	
<i>ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี</i>	
ปัจจัยที่มีผลต่อการริเริ่มให้มีการกำกับดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียนไทย	202
<i>นวพร โตประเสริฐพงศ์</i>	
ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ธุรกิจรับชำระ XYZ จำกัด	213
<i>บำรุง สาริบุตร, กิรติกร บุญส่ง</i>	
บทความวิชาการ	
ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้	227
<i>พัชรา วาณิชวาทิน</i>	
จุดประกาย “แบรนด์นายจ้าง (Employer Brand)” เครื่องมือดึงดูดและรักษาทรัพยากรมนุษย์	241
<i>ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร</i>	
ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สำหรับการบริหารสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นการศึกษาอิเล็กทรอนิกส์	253
<i>อุราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, รพีพร ดันจ้อย</i>	
สื่อ-ผู้คน: การส่งความฝัน ความหวัง และอนาคตในวิถีญี่ปุ่น	261
<i>นงลักษณ์ ลิ้มศิริ</i>	
神」の多義性と神道の包括的世界観:	272
神道の神々とキリスト教の神	
POLYSEMOUSE MEANINGS OF KAMI AND SHINTO'S INCLUSIVE PERSPECTIVE:	
SHINTO'S GODS AND CHRISTIANITY GOD	
<i>Maruyama Hideo</i>	