

BMRC and IBMRC Oral Presentation Schedule

Time	Room 1 Voyage (3 rd Floor) IBMRC	Room 2 Journey (3 rd Floor) BMRC	Room 3 Expedition (3 rd Floor) BMRC
10.30 -10.50 hrs.	A1. FACTORS AFFECTING CUSTOMER PURCHASE INTENTION OF COFFEE CONSUMER IN VIENTIANE, LAO PDR	B1. การสร้างแบบวัดการประเมินความผูกพันของพนักงานในสำนักงานบัญชี	C1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อสินค้ามือสองจากประเทศญี่ปุ่น
10.50 -11.10 hrs.	A2. THE INFLUENCES OF COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND CONSUMER BEHAVIOR ON CUSTOMER PURCHASE INTENTION IN SOAP MARKET IN VIENTIANE, LAO PDR	B2. วิวัฒนาการทางการบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมการผลิต ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	C2. ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้สูกวัยในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
11.10 - 11.30 hrs.	A3. MARKETING – OPERATIONS ALIGNMENT, CUSTOMER ORIENTATION AND COMPETITOR ORIENTATION: AN EMPIRICAL NOMOLOGICAL VALIDITY TESTING	B3. ปัจจัยที่เกิดจากบริษัทผู้สอบบัญชีที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของผู้สอบบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0	C3. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักศึกษาในการเลือกหอพัก ในอำเภอเมืองอุดรดิตต์
11.30 – 11.50 hrs.	A4. COMMUNICATION STYLE AND AUDIT QUALITY	B4. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อคุณภาพของผู้สอบบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0	C4. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างทาวนิโฮมและบ้านเดี่ยว
12.00 -13.00 hrs.	Lunch (Latest Recipe at 1st Floor)		
13. 00 – 13.20 hrs.	A5. ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AND SERVICE PERFORMANCE	B5. การใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	C5. ความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากโดยผ่านความภักดีต่อตราของธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง
13. 20 – 13.40 hrs.	A6. DISTRACTION DURING ONLINE BUSINESS FORM FILLING: AN EYE TRACKING EXPLORATION	B6. อุปสรรคในการจัดทำงบประมาณลงทุนของบริษัทผลิตเครื่องดื่มในประเทศไทย	C6. ระดับความภักดีของลูกค้าต่อร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์

Time	Room 1 Voyage (3 rd Floor) IBMRC	Room 2 Journey (3 rd Floor) BMRC	Room 3 Expedition (3 rd Floor) BMRC
13. 40 – 14.00 hrs.	A7. THE KNOWLEDGE, ATTITUDE AND PRACTICE OF TRADITIONAL THAI MEDICINE (TTM): TRADITIONAL FORM AND FINISHED FORM	B7. ผลของความครอบคลุมของสื่อต่อผลตอบแทนวันแรกของหลักสูตรที่เสนอขายต่อสาธารณะเป็นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	C7. ความภาคภูมิใจของลูกค้าต่อธุรกิจบริการคลินิกเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
14. 00 – 14.20 hrs.	A8. ESTIMATING HUMAN RESOURCE ABUNDANCE IN THAILAND FOR CONSERVATION	B8. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการให้ความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมสื่อสารการตลาดของสายการบินไทยสมายล์	C8. ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารของบริษัท
14. 20-14.40 hrs.	Coffee-Break (in front of seminar room)		
14.40-15.00 hrs.	A9. CORPORATE SOCIAL DISCLOSURE THROUGH SOCIAL MEDIA: AN EXPLORATORY STUDY	B9. ปัจจัยการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ QR code payment	C9. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อชุดอาหารว่างสำหรับจัดเลี้ยง
15.00 -15.20 hrs.	A10. THE EFFECTS OF CONFLICT MANAGEMENT STYLE AND COMMUNICATION COMPETENCE ON COMMUNICATION SATISFACTION IN THAILAND'S WORKPLACE	B10. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรของผู้บริโภค	C10. กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดเชียงใหม่
15.20 -15.40 hrs.		B11. ปัจจัยทางด้านการตลาดและพฤติกรรมที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ประเภท Twitter ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	C11. การประเมินตนเองของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ผสมผสานคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ
15.40 -16.00 hrs.			C12. การประยุกต์ใช้ข้อกำหนดมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 เพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศในการบริหารโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ

Moderators

A1 – A4	Dr. Sainatee Chernbumroong
A5 – A8	Dr. Pichayalak Pichayakul
A9 – A10	Assistant Professor Kunsiree Kowsuvan
B1 – B4	อาจารย์ ดร. เอื้อบุญ เอกะสิงห์
B5 – B8	อาจารย์ ดร. เอื้อบุญ เอกะสิงห์
B9 – B11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัท วินิจ
C1 – C4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอก บุญเจือ
C5 – C8	อาจารย์ ดร. จิราภา พึ่งบางกรวย
C9 – C12	อาจารย์ ดร. พิชญลักษณ์ พิชญกุล