

การสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับร้านขนมไทยในยุคปกติวิถีใหม่ วิศน์นัท อูปรมย์ และประภาศรี พงศ์ธนาพานิช.....	1-17
การออกแบบฟิลเตอร์เอ็นดีจากฟิล์มติดรถยนต์เพื่อใช้ในการถ่ายภาพ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน และวัฒนา เจริญชัยนพกุล.....	18-32
อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ความไว้วางใจ และความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า แพ้น้ำด้วยระบบออนไลน์ รัตนไชย สิงห์ตระหง่าน และสุมาลี รามัญ.....	33-46
การศึกษาความรับผิดชอบของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต สายใจ ระคมสุข.....	47-64
ผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อผลประกอบการทางการเงินของธุรกิจโรงแรม ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศลิษา ภมรสถิตย์ และประจิต ทาว์ตร.....	65-78
การประยุกต์กฎของปีเตอร์ในการคัดเลือกเพื่อเลื่อนตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง อัครา ศิสรเทตวิวัฒน์ และ เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์.....	79-88
การตัดสินใจซื้อสินค้าทางเฟสบุ๊คของสมาชิกมหาวิทยาลัยในสถานการณ์โควิด-19 ทิพย์อนงค์ จินตวิจิต.....	89-109
การวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์ตัวแปรแทรกกลาง กำกับ และกำกับแทรกกลาง ณัฐพล ชันธไชย และศรศักดิ์ ชูดำ.....	110-131
บทวิจารณ์บทความ	
Sen, K. (2018). What impedes structural transformation in Asia? <i>Asia-Pacific Sustainable Development Journal</i> , 25(1), 1-35. ณัฐพล ชันธไชย.....	132-136