



Ampon Shoosanuk, Ph.D.

Mobile Phone: 092 871 5516, **E-Mail:** amponsh@gmail.com

Education:

Doctor of Philosophy (Education Research, Measurement and Statistics), Burapha University, 2018

Doctor of Philosophy (Business Administration), Ramkhamhaeng University, 2009

Master Science (Information Technology), King Mongkut University Technology Thonburi, 2004

Master of Business Administration, Burapha University, 2002

Bachelor of Engineering (Computer Engineering), Kasetsart University, 1991

Regularly taught subjects

- Research Method for business.
- Advanced quantitative statistics for doctoral studies.

Expertise

- Research methodology
- Statistical Analysis for Social Science
 - Statistical analysis for research, including the use of software for statistical analysis, (SPSS, LISREL, MPlus)
 - o Multiple Regression
 - o Path Analysis
 - o Structural Equation Modelling
- Lecturer teaches research references using Endnote

Work history:

2024-Present, Full-time lecturer, International College, Phetchabun Rajabhat University.

2021-2024, Full-time lecturer, Faculty of Business Administration, Thongsuk College.

2015-present, Special Lecturer, Doctor of Business Administration Program, Bachelor of Science Program (Logistics Management) International Program Rangsit University.

2018-Present, Special Lecturer, Doctor of Philosophy Program, Faculty of Business Administration, Burapha University.

2015-Present, Dissertation advisor for doctoral student, Doctor of Business Administration Program, Rangsit University.

2014-present, Advisor to doctoral students, Doctor of Philosophy in Social Sciences program Ramkhamhaeng University.

2012-present, External guest lecturer, Sripatum University

2010-2020, Full-time Lecturer, Faculty of Business Administration, Bangkok University

2012-2015, Committee Member and Expert, Journal of Doctor of Philosophy in Social Sciences, Ramkhamhaeng University

2012-2014, Director, Association for Doctor of Philosophy in Social Sciences, Ramkhamhaeng University

2013-2014, Executive Director, KPB International Company Limited

2013-2014, Chief Information Technology Officer, KPB International Company Limited.

2013-2015, Vice President of KPB Foundation Academic and information technology

2012-2012, IT Manager, Pandora Production Co., Ltd.

2006-2012, IT Manager, Bangkok Industrial Gas Company Limited

2005-2006, IT Manager, HMC Polymer Company Limited

1997-2005, Helpdesk/Telecommunication/System Infrastructure Support Supervisor, Star Petroleum Refining Company Limited and Alliance Refining Company Limited.

1992-1997, Senior Information System Engineer, Esso (Thailand) Public Company Limited.

Published Research Papers:

- Siribuppa, U., Yolles, M., Shoosanuk, A., Mujtaba, B. G., Jittakoat, Y., & Kanchanakas, P. (2025). Strategic Organizations' Sustainability, E-Business Innovation and E-HRM in the Age of Disruption: A Cultural Agency Theory Approach. *RMUTP Journal of Business and Innovation Management*, 4(1), 111-125.
- Kornsuphkit, T., Shoosanuk, A., Chenchana, S., Mataac, C., & Shoosanuk, C. (2025). Factors Influencing Behavioral Intention to Purchase Smartphones among Rajabhat University Students in Thailand: An Extension of The theory of Planned Behavior through the Mediating Roles of Brand Trust and Attitude. *The Journal of Educational Innovation and Research*, 9(2), 914-930.
- Shoosanuk, A., Kornsuphkit, T., Shoosanuk, C., Chenchana, S., & Mataac, C. (2025). Social media as Environmental Stimulus: How eWOM, Social Media Influence, and Reviews Shape Thai Tourists' Memorable Experiences, Destination Trust, Subjective Well-being, and Visit Intentions to Ecotourism Destinations. *Interdisciplinary Social Sciences and Communication Journal*, 8(2), 136-158.
- Kornsuphkit, T., & Shoosanuk, A. (2025). FOMO and antecedents of intention to purchase new smartphones among Thai teenagers from the perspective of the theory of planned behavior: A systematic literature review. *Interdisciplinary Social Sciences and Communication Journal* 8(1), 271-290.
- Kornsuphkit, T., Photchanachan, S., Charoernpornpanichkul, K., Shoosanuk, C. & Shoosanuk, A. (2024). Antecedents of revisit intention of Thai cultural tourist in Thailand. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume XV, Winter), 15(1), 129-143.
- U-tantada, S., Yolles, M., Shoosanuk, A., & Mujtaba, B. G. (2020). Green Market Orientation and Market Capability Influence on Competitiveness and Performance of Green SME Cultural Agency. *International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy (IRREM)*, 6(1), 1653-1660.
- Patarametagul, W., Popradit, A., Pakvilai, N., Shoosanuk, A. (2020). A Model of the Causal Relationships between the Factors Influencing the Performance of Green Organizations Managing Energy-Saving Buildings in Bangkok and Vicinity. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume XI, Winter), 7(47), 1653-1660.
- U-tantada, S., Yolles, M., Mujtaba, B. G., Shoosanuk, A., & Rautakivi, T. (2019). *Green Market-led Economy and Sustainable Adaptive Complex Systems in Emerging Markets*. Paper presented at the Proceedings of the 22nd Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance & Social Sciences (AP19Thailand Conference), Bangkok-Thailand. February 15-17, 2019.
- U-tantada, S., Yolles, M., Shoosanuk, A., & Mujtaba, B. G. (2019). Green Market Economy and Emerging Market Environment: Sustainable Adaptive Complex Systems. *International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy*, 5(1), 1296-1319.
- U-tantada, S., Yolles, M., Shoosanuk, A., & Mujtaba, B. G. (2019). Strategic SMEs as influential drivers for the market economy: Modeling SMEs using cultural agency theory. *International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy*, 5(1), 1435-1452.
- U-tantada, S., Yolles, M., Mujtaba, B. G., & Shoosanuk, A. (2019). *Green market orientation and market capability influence on competitiveness and performance of green SME cultural agency* (pp. 1-21). Paper presented at the 22nd Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance & Social Sciences. (AP19Thailand Conference) Bangkok-Thailand.
- U-tantada, S., Yolles, M., Mujtaba, B. G., & Shoosanuk, A. (2019). Influential driving factors for corporate performance: A case of small and medium enterprises in Thailand. *Kasem Bundit Journal*, 20, 157-172.
- U-tantada, S., Yolles, M., Shoosanuk, A., & Mujtaba, B. G. (2018). *Diagnosing viable SME cultural agency and capabilities* (pp. 51-57). Paper presented at the 1st Humanities and Social Sciences Research Promotion Network National and International Conference Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi, Thailand.
- U-tantada, S., Yolles, M., Shoosanuk, A., & Mujtaba, B. G. (2017). *Strategic SME cultural agency and global market economy* (pp. 10-28). Paper presented at the 5th Stamford International and National Conference on Business and Higher Education, Stamford International University, Thailand.
- U-tantada, S., Mujtaba, B. G., Yolles, M., & Shoosanuk, A. (2016). *Sufficiency economy and sustainability*. *Journal of Thai Interdisciplinary Research*, Special Issue, 84-94.

- สุธิสา เชนูชาญ อัมพล ชูสนุก ธนัช กรศุภกิจ ชิโต มาตาอซ์ และฉวีวรรณ ชูสนุก. (2568). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความกลัวที่จะพลาดโอกาส และความเป็นอยู่ที่ดีเชิงจิตวิทยาจากการใช้สมาร์ตโฟนของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย: มุมมองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนต่อบทบาทตัวแปรคั่นกลางด้านทัศนคติ ความวิตกกังวล และความพึงพอใจในชีวิต. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(3), xx-xx.
- ภูบดีนทร์ อุ่นดำรงการ, ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร, สมบัติ อารังสินถาวร และอัมพล ชูสนุก. (2024). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การสมาชิกสมาคมค้าทองคำรูปพรรณในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 7(3), 73-88. doi:<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/article/view/264350/181387>
- วัชรารณ ขายม, ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร, ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และอัมพล ชูสนุก. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุ ที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 6(2), 81-91.
- อชิฐฐาน สิริสุทธิ, กิตติ เจริญพรพานิชกุล, อัมพล ชูสนุก, วิทย์ เมฆะวรากุล และสิริบุปผา อุทราธาดา. (2566). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คุณภาพความสัมพันธ์ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารดิจิทัล ธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 9(2), 1-15.
- ภรภัทร จันกลิ่น, อัมพล ชูสนุก, กิตติ เจริญพรพานิชกุล, สิริบุปผา อุทราธาดา และวิทย์ เมฆะวรากุล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าที่ใช้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารละวศรี*, 6(2), 99-116.
- นิธิวัฒน์ ฉิมแก้ว,มาเรียม นะมิ และอัมพลชูสนุก. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมและการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง บริษัทผู้ดัดแปลงเครื่องยนต์ไฮบริด จำกัด. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 8(1), 102-116.
- พลอยนภัส มีนา, สุรสิทธิ์ บุญขุนนท์ และอัมพล ชูสนุก. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ และการใช้บริการต่อเนื่องของลูกค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในภาคกลางตอนล่าง. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 12(1), 133-150.
- สุธิสา เชนูชาญ, สุมาลี สว่าง และอัมพล ชูสนุก (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจมาเที่ยวซ้ำ และความยินดีแนะนำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางประวัติศาสตร์ในจังหวัดลพบุรี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 9(4), 1485-1496.
- รุ่งทิพย์ ธรรมเสนา, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 11(1), 184-196.
- วสุ งามเจริญ, สุรสิทธิ์ บุญขุนนท์ และอัมพล ชูสนุก (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎ และการมีส่วนร่วมด้านความปลอดภัยของ พนักงานขับรถของบริษัทผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าอุปโภค และบริโภคในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภาคตะวันออกของประเทศไทย. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 17(1), 69-85.
- กิริตภัส มิตรวิจารณ์, อัมพล ชูสนุก, สิริบุปผา อุทราธาดา และ ฉวีวรรณ ชูสนุก. (2563). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจ ความผูกพัน และการบอกต่อของลูกค้าซื้อคอนโดมิเนียมมือสองผ่านบริษัท อสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 6(2), 1-14.
- ภาณุวิชญ์ นิลโต และอัมพล ชูสนุก. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเช่าต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าผู้เช่าห้องพักในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 16(1), 124-137.
- ชุตिकाญจน์ ศิริวิมลวรรณ, อัมพล ชูสนุก และวทัญญู รัชมิทัต. (2562). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 12(5), 1427-1444.
- พงษ์ศิริสุโกมล, นรพล จินันท์เดช และอัมพล ชูสนุก. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานเดินเรือในประเทศไทย. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 15(1), 36-53.

- อัมพล ชูสนุก, ณ ชนก มงคลสุข, ฉวีวรรณ ชูสนุก, วทัญญู รัศมิทัต และวิทยา ภัทรเมธากุล (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าร้านปิ่นศรีทอง. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(3), 2041-2055.
- วทัญญู รัศมิทัต, นรพล จินันท์เดช, อัมพล ชูสนุก และดนุศิน เจริญ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ ประโยชน์สุทธิ และการบอกต่อของผู้ใช้งานสมาร์ตโฮมผ่านสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 14(2), 42-57.
- สุวิสา พลายแก้ว, พัฒน์ พิสิษฐเกษม และอัมพล ชูสนุก. (2561). อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร การให้อำนาจเบ็ดเสร็จเชิงจิตวิทยา และความยุติธรรมในองค์การต่อความยึดมั่นผูกพันในงาน ความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1), 2958-2574.
- ประดัมภ์ ธนจิโรติ, นรพล จินันท์เดช และอัมพล ชูสนุก. (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อในทางบวกและความตั้งใจใช้บริการต่อเนื่องของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัท รวมถาวรขนส่ง จำกัด. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 12(2), 108-127.
- ยุวรินทร ไชยโชติช่วง, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, ปิเตอร์ รุ่งเรืองกานต์ และอัมพล ชูสนุก. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ การซื้อซ้ำ และการบอกต่อของผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 12(1), 963-979.
- อนุสรณ์ มีเรือง, นรพล จินันท์เดช, อัมพล ชูสนุก และสมชาย นำประเสริฐชัย. (2561). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของการท่าเรือกรุงเทพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(ฉบับพิเศษ), 226-237.
- นาคเนตร งามภักดิ์, นรพล จินันท์เดช, อัมพล ชูสนุก และสมชาย นำประเสริฐชัย (2561). อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการลานตู้ของการท่าเรือกรุงเทพ. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. 13(1), 152-166.
- อัมพล ชูสนุก, เมขลา สังตระกูล, ฉวีวรรณ ชูสนุก และกิตติ เจริญพรพานิชกุล (2561). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า*. 22, 96-113.
- อัมพล ชูสนุก, จักรินทร์ เป้ามา, ฉวีวรรณ ชูสนุก และกิตติ เจริญพรพานิชกุล. (2561). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ชีฟอินเทล. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 10(1), 278-307.
- อัมพล ชูสนุก, พุมพงค์ ภูมิภักดิ์, ฉวีวรรณ ชูสนุก และวิทยา ภัทรเมธากุล (2561). อิทธิพลของการทำการตลาดแบบบูรณาการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกซื้ออาคารชุด บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 12(1), 87-102.
- วิทยา ภัทรเมธากุล, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, อัมพล ชูสนุก และจิรพันธ์ สุกุณา. (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนขององค์กรของห้องปฏิบัติการทดสอบในประเทศไทย. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 14(1), 37-55.
- หาญธณภักย์ ฤทธิเศรษฐวัฒน์, นรพล จินันท์เดช, และอัมพล ชูสนุก. (2561). อิทธิพลของบรรยากาศด้านความปลอดภัยและการฝึกอบรมต่อความรู้ แรงจูงใจ ทักษะคติ การมีส่วนร่วม และการปฏิบัติตามกฎด้านความปลอดภัยของพนักงานขับรถขนส่งสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 14(1), 86-104.
- ฉวีวรรณ ชูสนุก, อลงกรณ์ ศุภธารง, วิทยา ภัทรเมธากุล, สิริบุผา อุทธาธาดา และอัมพล ชูสนุก (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อประโยชน์สุทธิของผู้ใช้งานโปรแกรมสติมในกรุงเทพมหานคร. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 14(1), 56-73.
- เสาวภา มีแก้ว, นรพล จินันท์เดช และอัมพล ชูสนุก (2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และผลการปฏิบัติงานส่งมอบสินค้าต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้าบริษัท ฟาร์ม อัลลิอันซ์

- จำกัด. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(3), 2597-2614.
- ประสิทธิ์ นิมสุวรรณ, วัณณานิ นิมสุวรรณ, ธวัชชัย ศรีพรงาม และอัมพล ชูสนุก. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออก ของชาวบ้านในชุมชนพื้นที่ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรี ราชภัฏสงขลานครินทร์*, 3(2), 146-166.
- อัมพล ชูสนุก, พัทธวิ ฉันทศิริรักษ์, สิริบุปผา อุทราธาดา, จิรพันธ์ สุกุณา และเบญจวรรณ ศฤงคาร. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกะทิครัวไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 3(1-2), 176-188.
- รัชดาพร สุธาโกชน, อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา, อัมพล ชูสนุก และสมชาย นำประเสริฐชัย. (2560). อิทธิพลของคุณภาพระบบต่อการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์สุขของผู้ใช้งานระบบ Navis ภายในท่าเรือแหลมฉบัง. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 11(2), 145-162.
- ฉวีวรรณ ชูสนุก, รพีพรรณ ไตรแสงรุจิระ, และอัมพล ชูสนุก (2560). อิทธิพลของความสัมพันธ์กับพนักงานขายและคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปโอบบของ บริษัท ยูไนเต็ ดิจิตอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(3), 91-103.
- อัมพล ชูสนุก, จอมพล เวชการ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และกิตติ เจริญพรพานิชกุล (2560). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และด้านคุณภาพต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าไทยภูฏานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 8(1), 13-26.
- มาเรียม นนะมิ, อัมพล ชูสนุก, ฉวีวรรณ ชูสนุก, และกิตติ เจริญพรพานิชกุล. (2560). อิทธิพลของการจัดการโซ่อุปทานต่อผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(ฉบับพิเศษ), 43-56.
- ฉวีวรรณ ชูสนุก, พุมพงค์ ภูมมะภูติ, อัมพล ชูสนุก, วทีญญ รัตมิตต์ และอริสสา เทหลิม (2560). อิทธิพลของการทำการตลาดแบบบูรณาการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกซื้ออาคารชุด บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 233-250.
- อัมพล ชูสนุก, วิศรุต นาคะเกศ, ฉวีวรรณ ชูสนุก, และวิทยา ภัทรเมธากุล. (2560). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 7(1), 33-43.
- อัมพล ชูสนุก ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ. (2560). อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนของผู้นำสูงสุดขององค์การต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในบริบทของวัฒนธรรมองค์การของบริษัทโรงกลั่นน้ำมันในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 9(1), 70-82.
- อิตติพร มะณี, มาเรียม นนะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของการรับรู้ความยุติธรรมต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าอิตา อีโคโนมิกส์. *วารสารวิจัยรามคำแหง*, 19(2), 25-39.
- อัมพล ชูสนุก, ภัทรลักษณ์ บุญมานาสิน และฉวีวรรณ ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของคุณภาพระบบต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุขที่ได้รับของผู้ใช้งานระบบงานให้บริการด้านเรือ สินค้า คลังสินค้า เครื่องมือทุ่นแรง และใบแจ้งหนี้ค่าภาระต่าง ๆ ของการทำเรือแห่งประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 10(2), 119-135.
- อรรณพ ลูติวร, มาเรียม นนะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ). *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 10(2), 73-98.
- กิตติ เจริญพรพานิชกุล, ฉวีวรรณ ชูสนุก, อัมพล ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ. (2559). การเทียบเคียงสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางพาราไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*. 7(2), 1-18.

- อังคณา พิมมา, อัมพล ชูสนุก และวุฒนิพนธ์ วราไกรสวัสดิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ การใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการจัดการความรู้ในโรงพยาบาลรัฐบาล. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(2), 1432-1451.
- เทพวิชญ์ สุขสำราญ, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจของลูกค้า การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาลนคร เอสเอฟ ชีเนม่า ซิตี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*. 11(2), 1-15.
- รัตนพล อุปฐานา, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานต่อความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 8(ฉบับพิเศษ), 39-51.
- ไชยชนะ จันทร์อารีย์, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาลพระราม 2. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 8(2), 25-40.
- สาลิ เฉลียวเกรียงไกร, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพของหัวหน้างานและการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 11(1), 1-16.
- อัมพล ชูสนุก, มลีนดา กุลนาญ, ณวิวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ. (2559). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(1), 1565-1584.
- กิตติ เจริญพรพานิชกุล, ณวิวรรณ ชูสนุก, อัมพล ชูสนุก และวรินทร์ไพ รุ่งเรืองจิตต์. (2559). ปัจจัยขับเคลื่อนที่มีอิทธิพลต่อการเทียบเคียงสมรรถนะของอุตสาหกรรมยางพาราไทย. *วารสารปรัชญาคุษภูมิติตทางสังคมศาสตร์(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 6(1), 61-77.
- อนุชา เพียรชนะ, ชัยฤทธิ์ ทองรอด, อัมพล ชูสนุก และมาเรียม นะมิ (2558). การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่รองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นิสา จันทร์หอม, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2558). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(3), 691-705.
- อัศรพล จินาคม, อัมพล ชูสนุก และวุฒนิพนธ์ วราไกรสวัสดิ์. (2558). อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับของผู้ใช้งานเว็บ OPAC ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 10(2), 101-114.
- อภิญา รุ่งวิฑู และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของการรับรู้ด้านความคุ้มค่า และการรับรู้ด้านคุณภาพต่อความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคเครื่องดื่มในร้านสากาแฟ. http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1407/1/j_apinya.rung.pdf.
- นวลอนงค์ ฆานัด และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1415/1/j_nuananong.phan.pdf.
- พิชญา บุญสุข และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าโรงแรม เดอะ กรีน พาร์ค รีสอร์ท พัทยา. http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1427/1/j_pichaya.boon.pdf.
- วิทวัส เหล่ากลาสัน และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลการรับรู้ด้านความคุ้มค่า และภาพลักษณ์ตราสินค้าต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท จีบีเอ็กซ์ทราเวล จำกัด. http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1441/1/j_wittawat.laok.pdf.

- ยิ่งลักษณ์ ทรัพย์น้อย และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าทางด้านคุณภาพต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าร้านโตคุคุยะ (Tokutokuya). http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1490/1/j_yinglak.trap.pdf.
- อัญฉรา วิจักขณบตี และอัมพล ชูสนุก. (2557). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลคุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ และคุณภาพการให้บริการต่อการใช้งานระบบ Petty Cash ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับของกลุ่มบริษัท ซีดีจี จำกัด. http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1368/1/j_autchara.vija.pdf.
- อัมพล ชูสนุก, ธรรมพรชัย โรจโชติกุล และณวิวรรณ ชูสนุก. (2557). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าร้านหอมซิค. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 6(1), 18-32.
- อัมพล ชูสนุก และปกรรอง มือสันทด. (2556). อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยรวมคำแหง*. 16(2), 61-74.
- อัมพล ชูสนุก และจิตาภา รัตนชัยบันดาล. (2556). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูป CP Fresh Mart ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*. 30(2), 133-154.
- อัมพล ชูสนุก และวันวิสา อยู่พุ่ม. (2556). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการเติมเงินออนไลน์แอปพลิเคชันร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*. 7(1), 1-16.
- อัมพล ชูสนุก และอังศุมาลิน เสงี่ยมชัย. (2556). อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงเรียนสอนศิลปะดินสอสี. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 4(2), 10-23.
- อัมพล ชูสนุก และภานุมาศ จำปาเงิน. (2556). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า เทสโก้โลตัส สาขาปิ่นเกล้า. *วารสารสังคมศาสตร์*. 2(1), 9-19.
- อัมพล ชูสนุก และไพโรจน์ วงศ์นำทรัพย์. (2556). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าตลาดค้าผ้า บริษัท มาดอนน่า แฟบริค จำกัด. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*. 2(1), 6-25.
- ณวิวรรณ ชูสนุก และอัมพล ชูสนุก. (2555). อิทธิพลของกลไกการกำกับดูแลกิจการต่อประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการ และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารปรัชญาดุสิตบัณฑิตยสถาน*. 2(1), 59-77.
- ณวิวรรณ ชูสนุก และอัมพล ชูสนุก. (2555). อิทธิพลของกลไกการกำกับดูแลกิจการต่อประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการ และมูลค่าของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจครุฑนครินทร์*. 3(1), 1-17.
- อัมพล ชูสนุก และปรีศนิยากรณ์ สายปิมแปง. (2555). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อคุณค่าตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า TrueMove 3G ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า*. 11, 74-90.
- อัมพล ชูสนุก และอนันต์ ลีรางิรมย์. (2555). อิทธิพลของปัจจัยในการทำการตลาดแบบบูรณาการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือผ่านช่องทาง Cementhai Home Mart ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ มทร. พระนคร*. 3(1), 15-32.
- อัมพล ชูสนุก และกฤติพงศ์ มณีกร. (2555). โมเดลเชิงสาเหตุคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาดุสิตบัณฑิตยสถาน*. 2(2), 40-56.
- อัมพล ชูสนุก และกนกวรรณ เอี่ยมนิกร. (2555). โมเดลเชิงสาเหตุส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคในเครือ บริษัท ยัสपाल จำกัด (Jaspal Group) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาดุสิตบัณฑิตยสถาน*. 2(3), 65-80.

- อัมพล ชูสนุก และกฤษณณัฐ หนูนชู. (2555). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*. 7(1), 29-41.
- อัมพล ชูสนุก และธนิดา ทิมทอง. (2555). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ทรรูป จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 7(2), 10-27.
- มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2554). “การวิจัยเชิงนโยบายเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ประเภท เนื้อสัตว์ และอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทยสู่ภูมิภาคอาเซียน” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท แรงบันดาลใจ ประจำปี 2554 จากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- อัมพล ชูสนุก และกฤษณา ประไพพัทธ์. (2554). โมเดลเชิงสาเหตุคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสาขาของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดระยอง. *วารสารปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 1(2), 49-62.
- อัมพลชูสนุก, ปิยธิดา รัตนคุณ และธวัชชัย ศรีพรงาม. (2553). อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพของซีอีโอต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโรงกลั่นน้ำมันในประเทศไทย. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*. 8(1), 52-66.
- อัมพล ชูสนุก. (2552). อิทธิพลของภาวะผู้นำของซีอีโอต่อประสิทธิภาพองค์กรในบริบทของวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทโรงกลั่นน้ำมันในประเทศไทย, การประชุมวิชาการและวิจัยประจำปี 2552, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 190-203.
- พิพัฒน์ พรหมมี, กอบชัย เดชหาญ, อัมพล ชูสนุก, สมยศ จุณณะปิยะ และสุชาติ คุณทวีเทพ. (2537). วงจรความต้านทานแบบต่อกรวดปรับค่าได้ด้วยแรงดันโดยใช้มอสเฟต, *วิศวกรรมลาดกระบัง*, 47-52.

Published Academic Papers:

- กิตติพงศ์ คงกะพันธ์, ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, สมบัติ อารังสินถาวร และอัมพล ชูสนุก. (2566). บุปัจจัยของการต่อสัญญาของลูกค้าสัญญาบริหารจัดการ ควบคุม ดูแล และบำรุงรักษาอาคารในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*. 6(4), 236-245.
- ภูดินทร์ อุ่นดำรงการ, ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, สมบัติ อารังสินถาวร และอัมพล ชูสนุก. (2564). ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร: มุมมองของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร. *วารสารลวะศรี*. 5(2), 261-276.
- อัมพล ชูสนุก, กฤติกา ลิ้มลาวัลย์ และนริศ ลิ้มลาวัลย์. (2552). วัฒนธรรมองค์กรในประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร*. 29(4), 106-114.
- อัมพล ชูสนุก และประภัสสร วรณสฤติย์. (2010). ภาวะผู้นำและการประเมินภาวะผู้นำซีอีโอ. *BU Academic Review*. IX (The 48th Anniversary of Bangkok University), 3-12.
- อัมพล ชูสนุก, กฤติกา ลิ้มลาวัลย์ และนริศ ลิ้มลาวัลย์. (2553). อิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหารต่อวัฒนธรรมองค์กรและประสิทธิภาพองค์กร. *วารสารนักบริหาร*. 30(ฉบับพิเศษ), 274-279.