

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมกาเลือกซื้อสินค้าตามความเชื่อเรื่องสีมงคลกลุ่ม Gen Y และ Gen Z
The Causal Relationship of Consumer Behavior in Purchasing Products Based on Superstitious
Beliefs Regarding Color Among Gen Y and Gen Z Customers

โดย

จิรัชย์ หมื่นฤทธิ์

อิสระพงษ์ พลธานี

ศิลปศาสตร์ปริทัศน์ 19,1 (มกราคม-มิถุนายน 2567) : 22-37

สามารถเข้าถึงบทความฉบับเต็ม (Full text) ได้ที่:

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/268468/183847>