

รูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันอาลีเอ็กซ์เพรสของ  
จีนในประเทศไทย

โดย

แวมมยุรา คำสุข

มรกต กำแพงเพชร

อาภรณ์ ภูเฝือก

ปรียา ศิวเวชช

พัฒนพงศ์ เพ็งจันทร์

ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล

วารสารธุรกิจปริทัศน์ 11,1 (มกราคม-มิถุนายน 2562) : 111-126

สามารถเข้าถึงบทความฉบับเต็มได้ที่

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/198279/138054>