

ข้อผิดพลาด: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น
เดลิเวอรี่ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ ในประเทศไทย

**ERRATUM TO THE MARKETING MIX FACTORS FOR ONLINE SHOPPING VIA THE 7-ELEVEN
DELIVERY APPLICATION OF CP ALL PUBLIC COMPANY LIMITED UNDER THE NEW NORMAL
LIFESTYLE IN THAILAND.**

เสาวลักษณ์ ไอบาน¹ ปุณยนุช สมพัตร² กัญฐิตา พันธุ์ชัชวาล³
Saowalak Jaiban¹ Poonyanuch Sompat² Kanthita Phanchatchawan³

¹อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

¹Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration
North-Chiang Mai University, Thailand

Tel. 061-905-6365 E-mail: saowalak@northcm.ac.th

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

²Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration
North-Chiang Mai University, Thailand

Tel. 08-9429-8893 E-mail: poonyanuch@northcm.ac.th

³อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

³Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration
North-Chiang Mai University, Thailand

E-mail: kanthita@northcm.ac.th

บทคัดย่อ

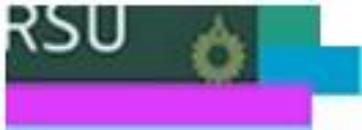
บทความแก้ไขนี้เกี่ยวข้องกับบทความต้นฉบับเรื่อง:

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่ ของบริษัท
ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้วิถีความปกติใหม่ ในประเทศไทย

URL: <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/article/view/1124>

ข้อผิดพลาดที่พบ:

บทความวิจัยฉบับนี้ได้ถูกตีพิมพ์ไปแล้วในวารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ ฉบับก่อนหน้า
(ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)



การแก้ไขนี้ไม่มีผลต่อเนื้อหาและผลการวิจัยที่รายงานไว้

กองบรรณาธิการวารสารฯ ขออภัยในความผิดพลาดนี้

Abstract

This Erratum relates to the following article:

THE MARKETING MIX FACTORS FOR ONLINE SHOPPING VIA THE 7-ELEVEN DELIVERY APPLICATION OF CP ALL PUBLIC COMPANY LIMITED UNDER THE NEW NORMAL LIFESTYLE IN THAILAND.

URL: <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/article/view/1124>

Content of Correction:

THIS RESEARCH ARTICLE WAS PREVIOUSLY PUBLISHED IN THE JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW, VOL. 20, NO. 2 (JULY–DECEMBER 2024).

This correction does not affect the interpretation of the results.

The editorial office regrets the error.