



รูปแบบกิจกรรมการตลาดอิงการกุศลเพื่อสังคมในมิติผู้บริโภคไทย
Model of Marketing based on the Charity to Society from Consumers' Aspects

นายอุดม ชนะสิทธิ์

ดุชนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจดุชนิพนธ์บัณฑิต
สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสยาม ปีการศึกษา 2557