

เหตุผลทางเศรษฐศาสตร์และการสร้างแบรนด์ BSC

โดย

อัศพงษ์ คมไพบูลย์กิจ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

เหตุผลทางเศรษฐศาสตร์และการสร้างแบรนด์ BSC

โดย

อัศพงษ์ คมไพบูลย์กิจ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550