

โฆษณาเปรียบเทียบ (Comparative Advertising) แข่งขัน หรือ หลอกหลวง ?

โดย

สั๊กพันธุ์ จิตรจง

ภัทรพร เย็นบุตร

วารสารวิชาการคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ 51,1, 2557 :62-69

สามารถเข้าถึงบทความฉบับเต็มได้ที่

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/lawhcu/article/view/157944/114373>