

## บรรณานุกรม

- จันทร์เพ็ญ ศรีสมย์ ไพบูลย์ กิ่งเกตุ และไพโรสทิธิ์ เจริญสอน. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านหนังสือของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. การค้นคว้าแบบอิสระการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชมพูนุช เพ็ญโพธิ์. 2546. **แฟรนไชส์**. กรุงเทพฯ: K&D BOOK.
- ทัศนีย์ แจสุรภาพ. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน : ศึกษาเฉพาะสายการบิน เจแปนแอร์ไลน์ อินเทอร์เน็ตชั้นเนล จาการรับรู้ของผู้โดยสารที่ไม่ใช่ชาวญี่ปุ่น**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ อติลดา พงศ์ยี่หล้า อุไรวรรณ เข้มน้อม ยุทธนา ธรรมเจริญ ปาริชาติ ศรีรักษา. 2544. **การรับรู้ภาพลักษณ์เบียร์ลีโอ เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการรายสัปดาห์. 2548. “ธุรกิจหนังสือ – Boom แข่งแหลกทุกค่ายพิมพ์” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.azooqa.com/content\\_detail.php.con.123](http://www.azooqa.com/content_detail.php.con.123) (29 เมษายน 2552)
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548. **พลังแห่งภาพลักษณ์**. กรุงเทพฯ : ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2540. **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายประก.
- ราชบัณฑิตสถาน. 2542. **พจนานุกรมฉบับบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น จำกัด.
- วิรัช ฤทธิรัตน์กุล. 2546. **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. **การบริหารการค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด
- สุรังสี เกตุวิชิต. 2546. **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสวี วงษ์มณฑา. 2547. **ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน**. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2548. **“สรุปผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ.2548** .” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://service.nso.go.th/nso/data/new.html>. (17 มิถุนายน 2551).