

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒันธุ์. 2543. **สถิติอ้างอิงเพื่อการวิจัยทางการศึกษา**. เชียงใหม่: ภาควิชา
ประเมินผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). 2551. **รายงานประจำปี พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
สยามเพรส แมเนจเม้นท์ จำกัด.
- _____. 2552. **รายงานประจำปี พ.ศ. 2552**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สยามเพรส แมเนจเม้นท์
จำกัด.
- _____. 2553. “โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ไทยพาณิชย์ (Refreshing Our Brand Project)”
ร่วมโพธิ์ 38, 181 (มกราคม-มีนาคม): 6-7
- _____. 2553. ฝ่ายการค้าต่างประเทศ. 2553. “บริการศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารไทย
พาณิชย์.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.scbtrade.com/SCBTrade/index.asp/>
(17 กันยายน 2553).
- นพพนิต ภาระกุล. 2549. **ภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็น
ของผู้ใช้บริการ**. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2540. “ภาพพจน์ความหมายสูงสุดของการประชาสัมพันธ์.” ใน พรทิพย์
พิมลสินธุ์ (บรรณาธิการ), **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**.
กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก.
- _____. 2545. **การวิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร:
ประกายพริก.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ.”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.utcc.ac.th/amsar/about/document13.html
(18 กันยายน 2552)
- วิทวัส ชัยปาณี. 2548. **การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

- สุทธรธรรม แสงดอกไม้. 2550. ภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็น
 ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล คณะวารสาร
 ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. การออกแบบอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิมพ์คอร์ ฟิงชั่น.
- สุรรัตน์ รัตนมณี. 2551. การรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์นำเข้าจาก
 ต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการตลาด
 คณะคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรรัตน์ วรรณทอง. 2550. ภาพลักษณ์ใหม่ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการ
 ตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. สาร
 นิพนธ์ สาขาวิชาการตลาด คณะคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2541. ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- Kotler, Philip. 2000. **Marketing Management: 10th edition.** Englewood Cliffs, NJ:
 Prentice- Hall Inc.