

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กิติมา สุรสุนธิ. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐี. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ดารา ทีปะपाल. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: อมรรกาพิมพ์, 2541.

ธัญญา เชรขุสา. “แนวการประชาสัมพันธ์.” ใน ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สมาคมวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ประจวบ อินอืด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การพิมพ์พลชัย, 2532.

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. “ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์.” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง :

การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. รวบรวมโดย พรทิพย์ วรกิจโกศาทร.

กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2540.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. “การประเมินผลภาพพจน์และภาพพจน์เชิงลบ.” ใน การจัดการปัญหา

ภาพพจน์เชิงลบ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.

พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. ทฤษฎีแม่บททางนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลง

กรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2534.

รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2541.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: บริษัท

นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น, 2546.

วรวรรณ องศ์ครุฑรักษา. “การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและสื่อ.” ใน กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.

หน่วยที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2538.

\_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2544.

\_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2546.

ศุภร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: เอ. อาร์ บีซีเนส เพรส, 2544.

สมัย จิตหมวด. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2529.

เสรี วงษ์มณฑา. 108 การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอเอ็นการพิมพ์, 2541.

\_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วีระฟิล์มและ  
ไซเท็กซ์ จำกัด, 2542.

\_\_\_\_\_. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวีระฟิล์มและไซเท็กซ์  
จำกัด, 2542.

\_\_\_\_\_. ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด,  
2541.

อำนวยการวิจรรวณ. “การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร.” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง  
: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. รวบรวมและจัดพิมพ์โดย พรทิพย์ พิมลสินธุ์.  
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2540.

### บทความ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. “การประเมินภาพพจน์และภาพพจน์เชิงลบ.” วารสารสื่อสารมวลชน  
(มิถุนายน-ตุลาคม 2537):17-19.

### เอกสารอื่น ๆ

กรชนก ยะสานติทิพย์. “ภาพลักษณ์บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) หลังจากการเข้าซื้อ  
หุ้น หนังสือพิมพ์มติชนและบางกอกโพสต์ ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง นักศึกษา  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.”  
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ศุภชัยวรรณ เทียนเสมอ. “ภาพลักษณ์ของสายการบินแจลเวย์ ในความคิดเห็นของผู้สมัคร ตำแหน่ง  
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

จิตตาทพร ปานสกุล. “การรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ใหม่ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ณัฐภรณ์ ฉันทอภิชัย. “ศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบางจากปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน).” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

วรารัตน์ แพทย์รังษี. “การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ศิรดา ศรีธงชัย. “ภาพลักษณ์ของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

สุทธวรรณ แสงดอกไม้. “ภาพลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

อรรถพล เจริญประเสริฐ. “ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของพนักงาน.” รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

**Books**

Boulding, Kenneth E. The Image of Life and Society. Michigan: The University of Michigan, 1975.

Katz, Elihu, and Lazarsfeld, Paul. Personal Influence. New York: McMillan Publishing Co., Inc., 1964.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.

Kotler, Philip. Marketing Management. 10<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall Inc., 2000.

McCombs, Maxwell E., and Becker, Lee B. Using Mass Communication Theory. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1979.

Schramm, Wilbur. Communication and Change in the Developing Countries. Honolulu: The University Press of Hawaii, 1972.

Schramm, Wilbur, and Donald, Robert F. The Process of Effect and Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1971.

**ข้อมูลจาก เวิลด์ ไวด์ เว็บ**

กรมการปกครอง. “ข้อมูลสถิติจำนวนประชากรของ กรุงเทพมหานคร แยกตามช่วงอายุ (ปี).”

<[http:// www.dopa.go.th/cgi-bin/people2\\_stat.exe?YEAR=50](http://www.dopa.go.th/cgi-bin/people2_stat.exe?YEAR=50)>.

ธันวาคม 2550.