

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	วงจรของหนังสือเล่มที่เกี่ยวข้องกับงานสำนักพิมพ์	57
2	หน้าที่งานและการไหลของงานในสำนักพิมพ์	59
3	แนวคิดหลักทางการตลาด	69
4	การดำเนินงานหลักและแรงขับเคลื่อนในระบบการตลาดสมัยใหม่	74
5	ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ของสำนักพิมพ์ผ่านเว็บไซต์	76
6	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	84
7	ผู้มีอิทธิพลต่อการอ่าน	96
8	สาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการอ่าน	97
9	การเลือกกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันตามขอบเขตในการแข่งขัน	130
10	การวิเคราะห์ภาวะการณ์แข่งขัน	134
11	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่าน บรรณารักษ์และหนังสือ	145
12	กรอบแนวคิดในการวิจัย	148
13	การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล	156
14	สภาพปัจจุบันของธุรกิจหนังสือและสำนักพิมพ์ในประเทศไทย	159
15	โครงสร้างรายได้ของผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจหนังสือ	169
16	กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	199
17	รูปแบบกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย	240