

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ (2546) คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล กรุงเทพมหานคร
โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)

.....“พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550” (2551, 11 มกราคม) ราชกิจจานุเบกษาฉบับ
กฤษฎีกา เล่ม 125 ตอนที่ 7 ก หน้า 38

.....(2547) ยุทธศาสตร์การปฏิบัติของกระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์
องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)

กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2544) การวางแผนกลยุทธ์ระดับโรงเรียน กรุงเทพมหานคร
หน้า 11-19

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2545) เอกสารประกอบหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน
พุทธศักราช 2544 คู่มือการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและ
วัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)

กรมอาชีวศึกษา (2548) คู่มือการบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์
พี.เอ.ลีฟวิ่ง หน้า 355-357

กมล ภู่งประเสริฐ (2545) การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา กรุงเทพมหานคร เสริมสิน ปริ เพรส
ซิสเต็ม

กมล สดประเสริฐ (2544) รูปแบบการบริหารและการจัดการการศึกษาแบบกระจายอำนาจ
กรุงเทพมหานคร พริกหวานกราฟฟิค

กรรณิกา เจริญชัย (2549) การพัฒนารูปแบบการประเมินประสิทธิผลองค์การของวิทยาลัยพยาบาล
สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร
การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เกศรา สมุททานภาพ (2547) “การศึกษาแนวทางการบริหารลูกจ้างสัมพันธ์ กรณีศึกษา ธนาคารกรุงศรี
อยุธยา จำกัด (มหาชน)” สารนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คอตเลอร์ม ฟิลิป (2546) การจัดการการตลาด แปลจาก Marketing Management โดย ขงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์
และคนอื่น ๆ กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า

คอตเลอร์, ฟิลิป และอาร์มสตรอง, แกรี (2545) หลักการตลาด แปลจาก Principles of market โดย วารุณี
ตันติวงศ์วานิช และคนอื่น ๆ กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า

-(2540) การบริหารการตลาด : วิเคราะห์วางแผนปฏิบัติและควบคุม แปลจาก Marketing Management: An Analysis, Planning, Implementation and Control โดย ฝ่ายวิชาการ คู่แข่ง บิสซิเนส สคูล (2540) กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์คู่แข่ง
- จรวพร ธรณินทร์. (2549) “การจัดการอาชีวศึกษาเอกชน” วารสารรายงานประจำปี สมาคม โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน 31, 25 (กุมภาพันธ์): 64
- จันทิมา เขียวแก้ว และรติรัตน์ มหาทรัพย์. (2546) “การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสื่อสารในงาน สารสนเทศ” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร หน่วยที่ 13 หน้า 228-266 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศิลปศาสตร์
- จุฑานันท์ พันธุมโน. (2547) “พฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบัตร เครดิตที่ไม่ใช่บัตรของธนาคารของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี” วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชลาลัย ตั้งชูพงศ์ (2546) “แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของลูกค้าร้านชาญุทธ ในเขตจังหวัด หนองคาย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2544) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร บริษัท ทิปปิง พอยท์ จำกัด หน้า 195
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) การตลาดบริการ กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ณัฐรัฐ ธนชิตกร (2549) “การพัฒนารูปแบบการบริหาร โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนโดยใช้แนวคิด Balanced Scorecard (BSC)” วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ดิศพงษ์ พรชนกนาถ (2546) “องค์ประกอบหลัก 8 ประการ สร้าง CRM” Productivity World สถาบัน เพิ่ม ผลผลิตแห่งชาติ เลขปีที่ 8 และเลขฉบับที่ 43 (มีนาคม-เมษายน): 32-33
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิพจน์ (2540) การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและการ ประยุกต์ใช้ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์สมาธรรม
- ธงชัย สันติวงศ์ (2546) การบริหารสู่ศตวรรษที่ 21 กรุงเทพมหานคร บริษัท ประชุมช่าง จำกัด
- ธนาลัยณ์ ดันธนกุล (2549) “กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนเอกชน ระดับอาชีวศึกษา ประจำปีตรวจสอบ ราชการที่ 4 และ 5” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ธนีนาฏ ณ สุนทร (2549) “การนำกลยุทธ์ CRM มาประยุกต์ใช้ในการบริหารหลักสูตรระดับ บัณฑิตศึกษา” วารสารเซนต์จอห์น 9, 9 (มกราคม-ธันวาคม) : 32-33

ธีระ ฤทธิเจริญ (2545) รายงานวิจัยสภาพและปัญหาการบริหารและการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของสถานศึกษาในประเทศไทย เอกสารประกอบการประชุมสัมมนา เรื่องการกระจายอำนาจสู่สถานศึกษาบริหาร โดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน 8-9 กุมภาพันธ์ 2545 ม.ป.ท., สำนักงานคณะกรรมการสถานศึกษาแห่งชาติ

_____. (2550) *ความเป็นมืออาชีพในการจัดการและบริหารสถานศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา* กรุงเทพมหานคร แอล ดีเพรส

ธีรยุทธ วัฒนาสุขโชค (2551) “กลยุทธ์ : กลยุทธ์เพื่อการเติบโตสมัยใหม่” วารสารจุฬาลงกรณ์วิวิ 16, 63 (เมษายน-มิถุนายน) : 84-99

ธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัย (2549) “การศึกษาต้นทุนผลผลิตของการเรียนการสอนในสถาบันอาชีวศึกษาเอกชน” ค้นคืนวันที่ 19 ธันวาคม 2554 จาก <http://www.onec.go.th>

นภิสพร มีมงคล รัชชานา สันธวาลัย และศรีสิทธิ์ เกียรติบุตร (2550) “กรณีศึกษา การประยุกต์ใช้เทคนิคการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของภาควิชาชีพวิศวกรรมอุตสาหกรรม” วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัย ภาควิชาชีพวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ชมรมเด็ก

_____. (2546). *การวิจัยเบื้องต้น* พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร สุริยสาสน์

_____. (2549) “การแปลผลเมื่อใช้เครื่องมือรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า” สาระสังเขป ออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 16 ธันวาคม 2554 จาก Available: <http://www.watpon.com/journal>

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544) “การแนะแนวอาชีวศึกษา” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษาศาสตร์ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พนิดา ไคว้เจริญ (2546) “ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พะยอม วงศ์สารศรี (2538) องค์การและการจัดองค์การ กรุงเทพมหานคร สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

พสุ เตชะรินทร์ (2546 ก) *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Customer Relationship Management และ Key Performance Indicators* พิมพ์ครั้งที่ 11 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

_____. (2546 ข) *Customer Relationship รู้ลึกการปฏิบัติ* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- พูลสุข หิงคานนท์ (2540) “การพัฒนารูปแบบการจัดองค์การของวิทยาลัยพยาบาล กระทรวงสาธารณสุข” วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์ดุขฎิบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- พรพิมล ประวัตรุ่งเรือง (2549) “การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน โดยคณะกรรมการบริหารโรงเรียน” วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาดุขฎิบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- มนัสสา จินต์จันทรวงษ์ (2543) “การวิเคราะห์การใช้การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ” วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- รุ่ง แก้วแดง (2546) ปฏิวัติการศึกษาไทย กรุงเทพมหานคร มติชน หน้าที่ 9-55
- รุ่งรัชดาพร เวหะชาติ. (2548) การพัฒนารูปแบบการบริหารคุณภาพทั้งองค์การของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ดุขฎิบัณฑิตการศึกษาดุขฎิบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา
- วัน เดชพิชัย. 2535. คู่มือการวิจัยและการประเมินผล โครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2551) ธุรกิจการศึกษา สารสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 16 ธันวาคม 2554 จาก http://www.kroobannok.com/view.php?article_id=1278
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช (2545) *หลักการตลาด* กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- วิทยา ดำนัธรังกุล และพิภพ อุดร (2549) ซีอาร์เอ็ม – ซีอีเอ็ม หยินหยางการตลาด กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์วังกลม
- วิทยากร เชียงกุล (2550) สภาวะการศึกษาไทยปี 2549/2550 การแก้ปัญหาและการปฏิรูปการศึกษาอย่างเป็นระบบองคร่วม สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- วิชาสินี สุขะพันธุ์ และคณะ (2551) “การพัฒนารูปแบบการอุดหนุนของรัฐต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน” *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร* ฉบับพิเศษ โครงการเผยแพร่ งานวิจัย นิติระดับการศึกษาดุขฎิบัณฑิต ประจำปี 2551 หน้า 97-101
- วิรุทธิ์พล สารพัควิทยา (2548) “แผนการพัฒนาสู่ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในทัศนะของตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ของบริษัท บราโว่ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2547) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- สมเจตน์ อิงคธีรวัฒน์ (2546) “Customer Relationship Management (CRM) ยกระดับคุณค่าที่ถูกค่านำมาสู่องค์กรและคุณค่าที่ถูกค่านำมาสู่องค์กรและคุณค่าที่องค์กรนำไปสู่ลูกค้า”
Productivity World สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 7, 42 (มกราคมกุมภาพันธ์-): 25
- สมิต ลัษณกร (2548) การวางแผนปฏิบัติการ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์สายธาร
- สมุทร ชำนาญ. (2546) การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนที่บริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน
คุณฉันทน์ การศึกษาคุณฉันทน์ มหาวชิราวุธวิทยา
- สุขสวัสดิ์ รุ่งเรืองธนาพร (2545) “ความหมายของCRM” วารสารเส้นทางสู่ศตวรรษใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 9
(มีนาคม-พฤษภาคม): 8
- สุพรหม ทำจะดี (2549) “การบริหารจัดการคนเก่ง” โครงการบริหารจัดการผู้มีสมรรถนะสูง
(Talent Management) กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข: 1-16
- สุรเจต ไชยพันธ์พันธ์ (2549) “การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบที่มีอิทธิพล
ต่อการบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน” วิทยานิพนธ์
ระดับปริญญา คุณฉันทน์ สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
นเรศวร
- สุวรรณ ชาติสุกานต์ และคณะ (2551) “ความต้องการการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารงาน
แนะแนวโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จังหวัดสระแก้ว” วารสาร
บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2, 3 (ตุลาคม
2551-มกราคม 2552) : 5-6
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2545) รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการจัด
การศึกษาเอกชนในทศวรรษหน้า กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว
- _____. (2546) รายงานวิจัยการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนเอกชน
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว
- _____. (2551) รวมระเบียบและประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ
- _____. (2551) แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 กรุงเทพมหานคร สำนัก
บริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน
- _____. (2555) “ตารางเปรียบเทียบจำนวนโรงเรียนเอกชน ปีการศึกษา 2544-2553 จำแนกตาม
ลักษณะและประเภทโรงเรียน” สารสังเขป ออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 23 มีนาคม 2555 จาก
Available: www.moe.go.th/data/stat

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545) สำนักงานกฤษฎามนตรี พระราชบัญญัติการศึกษา
แห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 กรุงเทพมหานคร พริกหวาน
กราฟฟิค
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2548) คู่มือแนวทางการดำเนินการในการบริการที่
อำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชน กรุงเทพมหานคร
สุภูมิวิมลเศียร มาร์เก็ตติ้ง
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2551) สมรรถนะการศึกษาไทยในเวทีสากล พ.ศ.2550
กรุงเทพมหานครสำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา
หน้า 153
- สำนักนโยบายและแผนการศึกษาศาสนา และวัฒนธรรม สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2545)
รายงาน การศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม ของกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปี
งบประมาณ 2543กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2544) การบริหารเชิงกลยุทธ์ พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์
อมรินทร์
- สมศักดิ์ คงเที่ยง (2542) หลักการบริหารการศึกษา *Principles of Educational Administration*
พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สมาน อัสวภูมิ (2537) “การพัฒนาแบบการบริหารการประถมศึกษาในระดับจังหวัด” วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสรี ชัดแจ้ง (2538) แบบจำลอง ม.ป.ท. (อัคราณา)
- อุทัย บุญประเสริฐ (2538) การวางแผนและการจัดระบบแผนงานในโรงเรียน กรุงเทพมหานคร
โรงพิมพ์ เอส ดี เพรส
- อุทัย บุญประเสริฐ (2544) หลักการบริหารแบบใช้โรงเรียนเป็นฐาน กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย คณะครุศาสตร์
- อาภาวี มหันตโชติ (2547) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า
กรณีศึกษา GSM Advancc บริษัท แอดวานซ์ อินโฟเซอร์วิซ จำกัด (มหาชน)
กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- อุทุมพร จามรมาน (2541) “โมเดลคืออะไร” วารสารวิชาการ 1 คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
1, 2 (มีนาคม): 22

Aton, O. (2007) “Customer Relationship Management”, Peieiga per internet: [http://](http://www.atosorigin.es/soluciones/crm/crm_wp.pdf)

www.atosorigin.es/soluciones/crm/crm_wp.pdf

- Anderson, K. & Kerr, C. (2002). *Customer Relationship Management*. Wisconsin: The McGraw-Hill Companies.
- Bardo, J. W., & Hartman, J. J. (1982). *Urban society: A systematic introduction*. New York: F. E. Peacock.
- Bang, Jounghae. (2005). *Understanding Customer Relationship Management from manager' and Customers' Perspective: Exploring the Implications of CRM Fit, Market Orientation, and Market knowledge Competence*. Thesis (Ph.D.) University of Rhode Island. Abstract online. Pub. No. AAT3188835 Retrieved February 18, 2006, from Dissertation Abstracts Online.
- Baring Point. "Management & Technology Consultants". White Paper: Public Services Creating Long-Term Value with Student-for-Life Relationship. Retrieved on December 23, 2007 <http://www.bearingpoint.com>. (2006). 12pp.
- Begley, J. *Understanding General Systems Theory*. (Online) Available: <http://www.C:\Documents and Settings\Administrator\My Documents\Management Theories\Understanding General Systems Theory.mht>. 2006, 69-75.
- Berry, L.L. (1983). *Relationship Marketing*. In Beery, L.L. et al., eds., *Emerging Perspectives of Services Marketing*. Chicago, (3). American Marketing Association.
- Berry, L.L., Parasuraman, A., and Zeithaml, V.A. (1995). *Quality Counts in Services, Too*. *Business Horizons*, May-June, 44-52.
- Brown, Stanley A. (2000). *Customer Relationship Management: A Strategic Imperative in the World of E-Business*. Ontario: John Wiley & Sons Canada.
- Brown, Stanley A. and Gulycz, Moosha. (2005) *Performance Driven CRM : How to Make Your Customer Relationship Management Vision a Reality*. Ontario: John Wiley & Sons., p. 56-58
- Brown, W.B., and Moberg, D.J. "Organization Theory and Management : A Macro Approach". New York : John Wiley and Sons, 1980.
- Chen, Injazz. J. (2003) *Understanding customer relationship management: People process and technology*/Injazz J. Chen, Karen Popovich//. *Business Process Management Journal*, vol. 9, Issue 5, p. 672-688

- Christopher, Martin., Payne, Adrian and Ballantyne, David. (2002) *Relationship Marketing : Creating Stakeholder Value*. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Curry, A. & Kolon J. (2004). "Evaluating CRM to contribute to TQM improvement – a cross-case" comparison/Curry A.,Kkolou E. // The TQM Magazine, Vol. 16, No. 5, p. 314-324.
- Cuthbert, P. (1996a). "Managing service quality in HE: is SERQUAL the answer? Part 1" *Managing Service Quality*, 6(2), 11-16.
- Drake, L.T., & Roe, H.W. (1994) . The principal ship. New York: Macmillan College Publishing.
- Dawkins, P., and F., Reichheld. (1996). Customer retention as a competitive weapon. *Directors and Boards*, 14, 42-47.
- Day, G S (2000) "Managing Market Relationships", *Journal of the Academy of Marketing Science* 28(1),24-30.
- Edward Little, Ebi Marandi. (2003). *Relationship Marketing Management*. Thomson Learning. Great Britain by TJ International.
- Eisner, E.(1976), "Educational Connoisseurship and Criticism: Their Form and Functions in Education Evaluation" *Journal of Aesthetic Education*. (1976): 192-193.
- Etzel, Michael J., Walder, Bruce J. and Stanton, Villiam J. (1997). *Marketing*. 11th ed. Boston : McGraw-Hill.
- Forcese, D.P., and Richer, S. (1973) *Social Research Methods*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall,
- Future Lab Business Consulting. (2003). "Big Five Personality and Perceived Customer Relationship Management. Lecturer, Faculty of Management Studies, University of Punjab Lahore Pakistan, 44p.
- Gary B. Grant and Greg Anderson (2002) *Customer Relationship Management : A Vision for Higher Education*. Jossey-Bass, A Wiley Company.
- George S. Day, (2000) "Managing Market Relationships", *Journal of the Academy of Marketing Science* Wharton School of the University of Pennsylvania p. 24.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd edition. New York: McGraw-Hill Book.
- Gore, William J., and W. Dysen, ads.(1978). *The Marketing of Decision : A reading in Administrative Behavior*: New York : The Free Press of Clencoe, Collier of McMillian Ltd.

- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. 2nd ed. Chichester, UK; John Wiley&Son.
- Gummesson, E. (1999). *Total relationship marketing*, Oxford: Butterworth Heineman.
- Hammond K., Ehrenberg A., (1995), "Patterns of Buyer Behavior: Regularities, Models, and Extensions," *Marketing Science*, 14 (3, Part 2 of 2), G61-G70.
- Hill, F. (1995). Managing service quality in higher education: The role of the student as primary consumer, *Quality Assurance in Education*, 3(3), p. 10-21.
- Heide, J.B. (1994). "Interorganizational Governance in Marketing Channels" *Journal of Marketing*, p. 71-85.
- Horng-Der, Lew. (2000). The New paradigm of customer satisfaction. In *Asian Productivity Organization. Customer satisfaction in the service sector*. Tokyo: APO.
- Hoy, A.W.,&Hoy, K.W.(2003).*Instructional leadership: A learning-centered guide*. Sydney: Allyn and Bacon.
- Hoy Wayne., and Forsyth. Patrick B. (1986). *Effective Supervision: Theory into Practice*. Random House.
- Institute of Direct Marketing. (2002). *The IDM Guide to CRM Mastery*, United Kingdom: Publisher by the Institute of Direct Marketing, July 2002.
- Jason, Robert. (2004). "Customer Relationship Management and Service Delivery" *International Journal of Services Technology and Management*. 5, 1 : 42-55.
- Jeng, Y.C.,C.A. Chen and C.C. Chen. (2001). "The Application of Systematic Management to Taiwan's Vocational High Schools of Industrial Programmes" *Global Journal of Engineering Education*. Vol. 5, No. 2. Published in Australia. pp. 209-216.
- Jones, M.J. (1995). *Structured on –the-job training Unleashing expertise in the work-place*. San Francisco' Berreu-Koehler.
- Kaplan, A. (1964) *The Conduct of Inquiry : Methodology for Behavioral Science*. San Francisco : Chandler Publishing.
- Kapanen, Robert. (2004). "Customer Relationship Management and Service Delivery" *International Journal of Services Technology and Management*. 5, 1 : 42-55.
- Keeves, P.J. (1988). *Educational research, methodology and measurement: An international handbook*. Oxford: Pergamon Press.

- Kelly, Dolores W. Ambuster. (2000). Senge's Learning Organization Concepts Applied to One Vocational School Faculty (Peter Senge). (CD-ROM) "Abstract form : parquets. File : Dissertation abstracts item 9981159"
- Kimbrought, R.B., &Burkette, C.W.(1990).*The principalship:Concepts and practices*. New Jersey:Prentice-Hall.
- Kristin Anderson & Carol Kerr, (2003). CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร เอ็กชเปอร์เน็ต 244 หน้า, 28-31.
- Kotler, Philip.(2000) Marketing Management, 10th edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Phillip and Armstrong. (2002). *Principle of Marketing*. USA : Prentice-Hall.
- Kotler, Philip, Jain, Dipak C. and Maesincee, Suvit. (2002). Marketing moves : A new approach to profits, growth, and renewal. Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press.
- Kotlwe, Philip. (2003). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall, Inc, p.80.
- Kotler, Philip. (2004) Ten Deadly Marketing Sins : Signs and Solutions. New Jersey: John Wiley & Sons: 111-112.
- Kotler, P. and F.A.K. Fox. (1995). *Strategic Marketing for Educationl Institutions*. New Jersey: Prentice-Hall, 306-349.
- Kowalski, J.T. (2001). *Public relations in schools*. New Jersey: Prentice-Hall.
- _____.(2003). Contemporary school administration: An introduction. Sydney: Pearson Education.
- Kristin, Anderson. & Carol, Kerr, CRM. (2002) The Customer Relationship Management, Expert Co. Ltd., Bangkok, p. 244.
- Leu, Horng-Der. (2000). *The New paradigm of customer satisfaction*. In Asian Productivity Organization. Customer satisfaction in the service sector. Tokyo: APO.
- Li, Shin-Chin. (2001). The Impact of Strategic Position on E-Broker's CRM Applications. Thesis (Master) NSYSU Information Management. Abstract online. Retrieved February 25, 2010, from Networked Digital Library of Theses and Dissertations <http://etd.lib.nsysu.edu.tw>.
- Lindgreen, A. (2001). "A Framework for studing relationship marketing dyads" *Qualitative Marketing Research*, 4(2), 75-85.

- Lindgreen, A. (2004). "The design, implementation and monitoring of a CRM programme: a case study" //Marketing Intelligence & Planning, Vol. 22, Issue 2, p. 160-186.
- Lunenburg, F.C. (1995). *The principalship: Concept and applications*. Ohio: Prentice Hall.
- Lunenburg, F.C. and A.C. (2000) Ornstein. Educational Administration: Wadsworth: A Division of Thomson Learning.
- Lussier, R.N. Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development, 2nd.ed.Ohio. Thomson South-Western. 2003.
- Madaus, G.F., Scriven, M.S., and Stufflebeam, D.L. Evaluation Models Viewpoints on Educational And Human Services Evaluation. 8th ed. Boston: Kluwer-Nijhoff Publishing, 1983.
- Marzo-Navarro. M, Pedraja-Iglesias. M & Rivero-Torres. M. (2004). The benefit of relationship marketing for the customer and for the fashion retailers Journal of Fashion Marketing and Management, 8(4), 425-436.
- McCarthy, Jerome E., and William D. Perreault. (1996). Essentials of Marketing (5th ed.) United States : E. Jerome Mc Garthy and Associates Inc.35-44.
- Mc Donald, Malcolm (2000). Strategic Marketing Planning: theory and practice. In Baker, Michael J. (Eds.), The Marketing Book (pp. 50-77). Melbourne: 4th ed.: Butterworth-Heinemann.
- McKenzie, Ray, (2000) The Relationship-based Enterprise : Powering Business Success Through Customer Relationship Management. Toronto: McGraw-Hill.
- McKenna, R. (1991), *Relationship Marketing*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing, 58(3). 20-38.
- Nervin, J.R. (1995). Relationship Marketing and Distribution Channels: Exploring Fundamental Issues., Journal of the Academy of Marketing Science, p. 327-334
- Newell, F. (2000) "Loyalty.com: CRM in the new era of internet marketing" McGraw-Hill Professional, New York.
- Newell, F. (2003). Why CRM Doesn't Work: How to Win by Letting Customers Manage the Relationship. London: Kogan Page.
- Nykamp, Melinda. (2001). *The Customer Differential: the Complete Guide to Implementing Customer Relationship Management*. New York: Amacom, 12-17.

- Ocker, Rosalie J., & Mudambi, Susan. (2002). Accessing the Readiness of Firms for CRM, proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'30).
- Oliver, R.L., Rust, R.T. & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight, *Journal of Retailing*. 73(3), 311-336.
- Oligvy One/Qci. (2001). "Is customer (relationship) management working for you?." <http://www.ogilvy.com/viewpoint/pdf/v5shitepaper.pdf>.
- Palmer, A. (1994). "Trust, ethics and relationship satisfaction" *International Journal of Bank Marketing*, 16 (4), 170-175.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50
- Pavatiyar, A., Biong, H., & Wathne, K. (1998). A Model of the Determinants of Relationship Satisfaction. Paper presented at the Fourth Research Conference on Relationship Marketing. Atlanta, GA.
- Parvatiyar. A and Sheth N. (2001). "Customer Relationship Management: Emerging Practice, Process, and Discipline". *Journal of Economic and Social Research* 3(2), 2001, p.1-34.
- Payne, A. and Rickard, J. (1994), "Relationship Marketing, Customer Retention and Service Firm Profitability", working paper, Cranfield Business School, Cranfield, Bedford.
- Peck Helen, Payne Adrian, Christopher Martin and Clark Moire. (1999). *Relationship Marketing : Strategy and Implementation*. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Peppers, T. & Rogers, M. (1993). *The One to One Future: Building Relationships One Customer at a Time*. ew York: Doubleday.
- Philippe Kotler (2000) *Marketing Management*, 10th International Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 507-509.
- PHS Management Training (2007). "Customer Relationship Management: Emerging Practice, Process, and Discipline" *Journal of Economic & Social Research*, Vol. 3, Issue 2, p. 34.
- Rebore, W.R. (2001). *Human resources administration in education: A management approach*. Singapore: Allyn and Bacon.
- Reichheld, F.F., and Sasser, W.E., Jr. (1990). "Zero Defections: Quality Comes to Services." *Harvard Business Review*, 68(5), 2-9.

- Rowley, J. (1997). Beyond Service Quality Dimensions in Higher education and Towards a service contract. *Quality Assurance in Education*, 5(1), January 1997, p. 7-14.
- Roy , S. C. & Andrews, H. A. & (1991). *The Roy adaptation model : The definitive statement* . Norwalk : Apple ton & Lange. p.33-35.
- Rust, R.T. Zahorik, A.J. & Keiningham, T.L. (1996). *Service Marketing*, Harper Collins, New York, N.Y.
- SAP, Student Lifecycle Management,. (2009) Business Benefits of SAP, www.sap.com/industries/highered/featuresfunctions/studentlifecylemanagement.epx.
- Sarason, S.(1995). The Predictable Failure of Educational Reform: Can We Change Course Before it's too late?. San Francisco: Jossey-Bass, p. 180-181.
- Sergiovanni, T.J., et al. 1992. *Educational Governance and Administration*. Boston: Allyn and Bacon.
- Schermerhorn, John R., Jr., James G. Hunt and Richard N. Osborn.(2000) *Organizational Behavior Seven Edition*. New York: John Wiley & Sons.
- Shah, R. H. (1997) All Alliances Are Not Created Equal: A Contingency Model of Successful Partner Selection in Strategic Alliance. Unpublished doctoral dissertation, University of Pittsburgh, Pittsburgh, PA.
- Shamdasani, P. N. & Sheth, J. N. (1995) "An Experimental Approach to Investigating Satisfaction and Continuity in Marketing Alliances." *European Journal of Marketing*, 29 (4), 6-23.
- Shani, D. & Chalasani, S. (1992). "Exploiting Niches Using Relationship Marketing" *Journal of Consumer Markeing*. 9(3), 33-42.
- Sheth, J.N. & Sisodia, R.S. (1995). The Evolution of Relationship Marketing. *International oBusiness Review*, 4(4), 397-418.
- Sheth, J.N. & Parvatiyar. A.. (1995a). Improving Marketing Productivity. In J. Heibrunn (Ed.). *Encyclopedia of Marketing in the Year 2000*. Chicago, IL: American Marketing Association/NTC Publishing, 69-71.
- Sin, tse and Yim (2004). CRM: Profiting from understanding customer needs. *Business Horizons*, September-October 2004: 45-52.
- Smith, E. W., et al.. (1961). *The education's encyclopedia*. New York: Prentice-Hall.
- Smith, R.H. , and others. (1980), *Management : Making Organizations Perform*. New York : Macmillan, 1980.

- Steinberg, L. (1996). *Beyond the classroom: Why school reform has failed and what parents need to do*. New York, New York: Simon & Schuster. 15-21.
- Steffes, Erin Marshall. (2005). *Establishing The Link Between Relationship Marketing, Customer Profitability and Customer Lifetime*. Thesis (Ph.D.) The University of Texas at Dallas. Abstract online. Pub. No. AAT3176140 Retrieved February 18, 2006, from Dissertation Abstracts Online
<http://wwwlib.umi.com/dissertations/fulleit/3176140>.
- Stoner, J.A.F., R.E. Freeman., and D.R. Gilbert. 1995. *Management*. Englewood Cliffs N. J: Prentice-Hall.
- The Balanced Scorecard Institute. Basic Concepts.(Online)
 Available: <http://www.balanced scorecard.org/basics/index.html>. 2004.
- Tanner Arthur R. and Detoro Irving J. *Total Quality Management : Three steps to Continuous Improvement*. Messachusetts : Addison-Wesley Publishing Company. Inc. 1992. P. 32.
- Torres, Antonio, Jr. (2004). *Factors Influencing Customer Relationship Management (CRM) Performance in agribusiness Firms*. Thesis (Ph.D.) Purdue University. Abstract online. Pub. No. AAT316675 Retrieved February 18, 2006, from Dissertation Abstracts Online.
- Wang, W, Lo, Hing, P., Chi, R & Yang, Y. (2004). An iterated framework for customer value and customer-relationship management performance: a customer based perspective from China. *Managing Service Quality*, 14(2/3), 169-182.
- Webster, N. (1983). *Webster new twenties century dictionary unabridged* (2nd ed.). New York: Prentice-Hall.
- Webster Jr., Frederick E. (2002). *Market-driven Management : How to Define, Develop, and Deliver Customer Vaine*. 2nd ed. New Jersey : John Wiley & Sons.
- William, Richard S. (1978). *Performance Management. Perspectives on Employer Performance*. England: An International Thomson Publishing Company : p.7.
- Willer, D. "Scientific Sociology : Theory and Method". Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1968
- Wilson, D. (1995). An Intergrated Model of Buyer-Seller relationship// *Journal of Academy of Marketing science*, Vol. 23.p. 335-345.
- Winer, R.S. (2001). *A Framework for Customer Relationship Management*, California Management Review, 43 (Summer), 89-105.

- Wulf, Kristof.D, Odekerken-Schroder, G. & Iaccucci, D. (2001). Investments in Consumer Relationships: Cross-Country and Cross-Industry Exploration. *Journal of Marketing*. 65 (10, 33-50).
- Wu, Weijun. (2005). An Integrated CRM Data Mining Method for Predicting Best Next Offer. Thesis (Master) Dalhousie University (Canada). Abstract online. Pub. No. AATMR00941 Retrieved February 18, 2010, from Dissertation Abstracts Online <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit9827675>.
- Yau Tsai, Se Beverton. (2007). Top-down management: an effective tool in higher education?. *International Journal of Educational Management*, Vol. 21 Iss: 1, pp. 6-16.
- Zablah, Alex Ricardo. (2005). A Communication Based Perspective on Customer Relationship Management (CRM) Success. Thesis (Ph.D.) Georgia State University. Abstract online. Pub. No. AAT3175015 Retrieved February 18, 2006, from Dissertation Abstracts Online.

