บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. (2554). from www.2ops3.moc.go.th

ธนิต โสรัตน์. (2552). *เรื่องน่ารู้โลจิสติกส์* (6 Ed.). กรุงเทพฯ: บริษัทวี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุนันทา ไชยสระแก้ว. (2555). อิทธิพลของการสนับสนุนของแฟรนไชส์ซอร์และวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์*, 122-132.

อัญชลี สุขสิงห์คลี. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการเดินทางโดยเครื่องบิน กรณีศึกษา บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารลอจิสติกส์และโซ่อุปทาน), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.

อาริตา จินดา. (2552). *ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Adriana Rossiter Hofer, PhD. (2007). *Determinants of customer partnering behavior in logistics outsourcing relationships : A relationship marketing perspective.* University of Maryland.

Babakus. Emin and Gregory W. Boller. (1992). An Empirical Assement of the SERVQUAL Scale. *Journal of Business Research*, 253.

Bask, A., Tinnila, M., & Rajahonka, M.,. (2010). Matching service strategies, Business models and modular business processes. *Business Process Management Journal, 16.*

Bienstock. Carol C., John T. Mentzer, and Monroe Murphy Bird,. (1997). Measuring Physical Distribution Service Quality. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31-44.

Boles J.S., Barksdale H.C. Jr., Johnson J.T.,. (1997). Business Relationships: An Examination of the Effects of Buyer-Salesperson Relationships on Customer Retention and Wilingness to Refer and Recommend. *Journal of Business & Industrial Marketing, 12*, 248-258.

Buzzell, R.E. and Gale, B.E. (1987). *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance.* New York: Free Press.

Crosby, Lawrence A., Kenneth R. Evans, and Deborah Cowels,. (1990). Relationship quality in service selling : An Interpersonal Influence perspective. *Journal of Marketing, 54*, 68-81.

Dominguez R. Linda. (2006). *The Manager's Step-by-step Guide to Outsourcing*: McGraw Hill

Etzel, M.J., Walker, B.J., & Stanton, W.J. (2001). *Marketing*. Boston: McGraw Hill.

Gotzamani K, Vouzas F and Longinidis P. (2010). The logistics services outsourcing dilemma: Quality management and financial performance perspectives. *Supply Chain Management: an International Journal, 15*, 438-453.

Groonroos C. (1990). *Service management and marketing : Managing the moments of truth in service competition*. Lexington, MA: Lexington Books.

Henning-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, and Dwayne D. Gremier,. (2002). Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Relationship benefits and Relationship Quality. *Journal of Service Research, 4*(3), 230-247.

Hewett, K., Money, R.B. and Sharma, S.,. (2002). An exploration of the moderating role of buyer corporate culture in industrial buyer-seller relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 229-239.

John T. Mentzer, Daniel J Flint, & G. Tomas M. Hult. (2001). Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing, 65*, 82-104.

Kersten W, Koch J. (2010). The effect of Quality management on the service quality and business success of logistics service providers. *Journal of Quality & Reliability Management*, 185-200.

Kolter. (1997). *Marketing Management and Analysis Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Kevin Keller and Phillip. (2008). *Marketing Management*: Prentice Hall PTR.

Kotler Philip. (2003). *Marketing Management* (11 ed.). Singapore: Prentice-Hall.

Kumar N, Steenkamp JE. (1995). The effects of supplier fairness on vulnerable resellers. *Journal of Marketing Research, 13*(3), 29-51.

Lagace, Rosemary R., Dahlstrom, Robert, and Gassenheimer. (1991). The Relevance of Ethical Salesperson Behavior on Relationship Quality: The Pharmaceutical Industry. *Journal of Personal Selling & Sales Management 11*, 39-48.

Leuthesser, L. (1997). Supplier relational behavior: An empirical assessment. *Industrial Marketing Management, 26*(3), 245-254.

Micheal F. Corbelt. (2004). *The Outsourcing Revolution*: Get Abstract.

Morgan, R. and Hunt, S. (1994). The commitment trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing, 58*, 20-38.

Parasuraman, A, Beery, L.L.; & Zeithaml, V.A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Futre Research. *Journal of Marketing*, 49.

Parasuraman, A, Zeithaml, V.A.; Berry, L.L. (1986). SERQUAL,: A multiple Item Scale for Measuring customer perceptions of service quality (pp. 86-108): Marketing Science Institite.

Parasuraman, A., Zeithaml V.A., Berry L.L.,. (1988). Serqual : A mulitple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailling, 64*, 12-40.

Roberts, K., Varki, S. and Brodie, R.,. (2003). Measuring the quality of relationships in consumer services : An empirical study. *European Journal of Marketing*, 169-196.

Sally Rao, Chad Perry. (2002). Thinking about relationship marketing: where are we now? *Journal of Business & Industrial Marketing, 17*(7), 598-614.

Saura, I. G. Frances, D. S. Contri, G.B and Blasco. M. F. (2008). Logistics service quality : a new way to loyalty. *Industrial Management & Data Systems, 108*, 650-668.

Skjoett-Larsen, T. (2000). Third party logistics-from an interorganizational point of view. *Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 30*(2), 112-127.

Storbacka, Kaj, Tore Strandvik, and Christian Gronroos. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. *International Journal of Service Industry Management, 5*(5), 21-38.

Ural, T. (2007). The antecedents and consequences of relationship quality according to stages of the relationship between exporters and importers. *Problems and Perspectives in Management, 5*(3), 111-138.

William F. Read, Mark S. Miller. (1991). The State of Quality in Logistics. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 21*(6), 32-47.

Woo, K-s and Ennew, C. T. (2004). Business-tobusiness relationship quality: An IMP interaction-based conceptualization and measurement. *European Journal of Marketing, 38*, 1252.