

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนั้นจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจในการดำเนินงานให้เกิดความยากลำบากมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมากมายได้มีการลดต้นทุนจากการดำเนินงานในวิธีต่างๆ (Corbett, 2004) และที่แน่นอนทำให้เกิดการผลักดันแนวโน้มนำเอาต์ซอร์สกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Outsourcing) ให้เกิดขึ้น (Dominquez, 2006) หลายองค์กรได้มีการลดขนาดขององค์กร (Down Size) ด้วยการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกให้มาดำเนินการแทน อาทิ งานด้านกฎหมาย, บัญชี เป็นต้น ในมุมมองของโลจิสติกส์นั้น ผู้ให้บริการเหล่านี้จะถูกเรียกว่า ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider) หรือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ 3 (Third Party Logistics: 3PLs) (Dominquez, 2006) ซึ่งได้ให้บริการงาน 4 ประเภทประกอบไปด้วย 1. ด้านการขนส่ง 2. ด้านพิธีการศุลกากร 3. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง 4. ด้านที่ปรึกษา โดยเฉพาะด้านการขนส่งถือว่าเป็นบริการที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการในประเทศไทยค่อนข้างสูง (ชนิด โสรรัตน์, 2552) เพราะ 3PLs จะมีความเชี่ยวชาญมีพาหนะที่มีศักยภาพ และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการที่ผู้ใช้บริการจะดำเนินการด้วยตนเอง (Dominquez, 2006) จึงได้กลายมาเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดขององค์กร ตลอดจนเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ใช้บริการ เนื่องจากการที่บริษัทจะดำเนินการในงานทั้ง 4 ประเภทด้วยตนเองนั้น จะต้องมีการลงทุนในขั้นต้นที่สูงกว่าการจัดจ้างผู้อื่นทำแทน อาทิ ด้านการขนส่ง หากดำเนินการเองทางบริษัทจำเป็นต้องมีการลงทุนในเรื่องของยานพาหนะในการขนส่ง (Corbett, 2004) การซ่อมบำรุงและปรับปรุงให้มีความพร้อมตลอดเวลา การจ้างพนักงานขับรถ พนักงานผู้ช่วย และยังรวมการบริหารการขนส่ง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดต่างๆ ที่จะตามมาซึ่งหากมีการจัดจ้างผู้อื่นทำนั้น (Corbett, 2004) บริษัทจะลดต้นทุนในเรื่องดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงลดความยุ่งยากในการดำเนินงาน แต่สมมติฐานนี้อาจไม่ใช่สำหรับทุกองค์กร เพราะอาจมีปัจจัยอื่นๆที่แทรกเข้ามาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ทั้งสิ้น รวมถึงผลลัพธ์อาจมิใช่การลดต้นทุนรวมก็อาจเป็นไปได้ ตัวอย่างเช่น การจัดจ้างผู้อื่นด้านการขนส่งอาจลดต้นทุนค่าขนส่งสำหรับบริษัทที่มีความถี่ในการขนส่ง ในทางกลับกันอาจเป็นต้นทุนสูงเกินความจำเป็นสำหรับบริษัทบางประเภทหรือบริษัทที่มีความถี่ในการขนส่งต่ำก็เป็นได้ หรือบางกรณีการจัดจ้างผู้อื่นในการขนส่งอาจมีต้นทุนค่าขนส่งที่ลดลง แต่อาจเกิดความเสียหายจากการที่ผู้ขนส่งไม่รู้จักการดูแลรักษาสินค้า จึงทำให้สินค้าแตกหักหรือเสียหาย รวมถึงอาจนำเสียสำหรับกรณีสินค้าที่มีการนำเสียได้ง่าย ซึ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนของการบริการหลังการขายที่สูงขึ้น รวมถึงคุณค่าทางจิตใจของลูกค้าก็อาจมีผลต่อ

ความรู้สึกรู้สึกต่อตัวบริษัทผู้ซึ่งผลิตสินค้า นั้น ก็อาจเป็นไปได้ทั้งสิ้น เช่นเดียวกันกับงานประเภทต่างๆ ก็มี โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่มีความคล้ายคลึงดังที่กล่าวมาได้เช่นกัน

การศึกษาของ Mentzer, Flint & Hult (2001) ได้แสดงให้เห็นถึงตัวแปร หรือปัจจัยที่ผู้ ประกอบธุรกิจในหลายประเทศได้นำมาใช้ในการพิจารณาถึงคุณภาพการบริการทางด้าน โลจิสติกส์ ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบสำคัญทางการตลาดที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยปัจจัย ดังกล่าวประกอบด้วย 9 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในความต้องการของ ลูกค้า (Personal Contract Quality) 2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Order Release Quantities) 3) ความสามารถในการเตรียมข้อมูลเพื่อให้ลูกค้าประกอบการตัดสินใจ (Information Quality) 4) ประสิทธิภาพกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน (Ordering Procedures) 5) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ (Order Accuracy) 6) การจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย ปราศจากความเสียหาย (Order Condition) 7) คุณภาพของการบริการ (Order Quality) 8) ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา (Order discrepancy handling) และ 9) ความสามารถในการ บริหารเวลา (Timeliness) (Mentzer, Flint & Hult 2001) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยทั้ง 9 ประเด็นสามารถที่ จะสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิด ความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง จึง เป็นตัวแปรที่ได้รับการยอมรับ โดยทั่วกัน ขณะที่ประเทศไทยยังขาดการทำเสนอในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากองค์ความรู้ทางโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการยังมีอยู่ในระดับต่ำ

ผู้วิจัยจึงได้มุ่งมั่นที่จะการศึกษาคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับคุณภาพ ความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านกาขนส่ง กรณีศึกษา ผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่าง ดังกล่าวเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย โดยเป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่งของ ประเทศไทย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2554) การศึกษาครั้งนี้จะเป็นการนำเสนอประเด็นทาง โลจิสติกส์ที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาถึงคุณภาพความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการและ ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์บุคคลที่ 3 และเพื่อที่ธุรกิจ 3PLs ของประเทศไทยจะได้รับประโยชน์ในการ นำผลการศึกษานี้ไปวางแผนพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการให้มีความชัดเจนใน 9 ประเด็น เพื่อที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นทางเลือกของผู้ใช้บริการที่มีทั้งประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพียบพร้อมต่อการแข่งขันกับคู่แข่งในการเปิดเสรีด้าน โลจิสติกส์ปี 2013

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับระดับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์จำแนกตาม ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
3. เพื่อหาอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์ที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง

กรอบแนวคิด

การศึกษาคูณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง กรณีศึกษา ผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ

- (1) ทุนจดทะเบียน
- (2) ประเภทธุรกิจ
- (3) ระยะเวลาดำเนินการ
- (4) จำนวนบุคลากร



คุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์

- (1) ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า
- (2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- (3) ความสามารถในการเตรียมข้อมูลเพื่อให้ลูกค้าประกอบการตัดสินใจ
- (4) ประสิทธิภาพกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน
- (5) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ
- (6) การจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย ปราศจากความเสียหาย
- (7) ความมีคุณภาพของสินค้าและบริการ
- (8) ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา
- (9) ความสามารถในการบริหารเวลา

ที่มา: Mentzer, Flint & Hult (2001)



คุณภาพความสัมพันธ์

- (1) ความเชื่อใจในความน่าเชื่อถือ
- (2) ความเชื่อใจในความเอื้ออาทร
- (3) ความผูกพันเนื่องมาจากอารมณ์
- (4) ความขัดแย้งเนื่องมาจากอารมณ์
- (5) ความพึงพอใจ

ที่มา: Roberts et al. (2003)

ภาพประกอบ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง

ตัวแปรที่ใช้

การศึกษาคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง กรณีศึกษา ผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินงาน และจำนวนบุคลากร

1.2 คุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: LSQ) (Mentzer, Flint, & Hult, 2001) มีทั้งหมด 9 ด้าน ประกอบด้วย

- (1) ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า
(Personal Contact Quality)
- (2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
(Order Release Quantities)
- (3) ความสามารถในการเตรียมข้อมูลเพื่อให้ลูกค้าประกอบการตัดสินใจ
(Information Quality)
- (4) ประสิทธิภาพกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน (Ordering Procedures)
- (5) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ (Order Accuracy)
- (6) การจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย ปราศจากความเสียหาย (Order Condition)
- (7) ความมีคุณภาพของสินค้าและบริการ (Order Quality)
- (8) ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา (Order Discrepancy Handling)
- (9) ความสามารถในการบริหารเวลา (Timeliness)

2. ตัวแปรตาม

2.1 คุณภาพความสัมพันธ์ (Relationship Quality) (Roberts *et al.*, 2003) ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง มีทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย

- (1) ความเชื่อใจในความน่าเชื่อถือ (Trust in Integrity)
- (2) ความเชื่อใจในความเอื้ออาทร (Trust in Benevolence)
- (3) ความผูกพันเนื่องมาจากอารมณ์ (Affective Commitment)
- (4) ความขัดแย้งเนื่องมาจากอารมณ์ (Affective Conflict)
- (5) ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับคุณภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง กรณีศึกษา ผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์ และคุณภาพความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้บริการกับ ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ โดยได้ทำการศึกษาจากผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนทั้งสิ้น 813 บริษัท (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2554)

2. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับคุณภาพความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง กรณีศึกษาผู้ส่งออก เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีช่วงระยะเวลาของการศึกษาคือ ระหว่าง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์กับคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง กรณีศึกษา ผู้ส่งออก เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ได้ทำสำรวจจากกลุ่มผู้ส่งออก เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์ ว่ามีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลเชิงบวกและ เชิงลบต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้าน การขนส่งกรณีศึกษา ผู้ส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพื่อที่จะ ได้นำไปพัฒนากระบวนการ และแนวทางในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อ เป็นการยกระดับองค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความสามารถทางการแข่งขันในด้านการ

บริการที่เป็นเลิศเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันอย่างเสรี ในการเปิดเสรีด้าน โลจิสติกส์ในปี 2013

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อวงการโลจิสติกส์ การตลาด และการศึกษา โดยผู้วิจัยได้นำเสนอปัจจัยด้านคุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์มาใช้ในการงานวิจัย ทำให้เกิดมุมมองที่แตกต่าง นอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาด หรือคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) เป็นการทำให้ภาค ธุรกิจโลจิสติกส์สามารถที่จะนำทฤษฎีคุณภาพการบริการด้าน โลจิสติกส์ไปใช้พัฒนาขีด ความสามารถทางการบริการ ได้อย่างเหมาะสม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในกิจการที่ประกอบด้วย ทุนจดทะเบียน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินงาน และจำนวนบุคลากร

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง หมายถึง ธุรกิจโลจิสติกส์เกี่ยวกับการ รับจ้างบริหาร ควบคุม และจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ โดยประกอบด้วยกิจกรรมการบริการ ด้านการขนส่งอย่างครบวงจร ซึ่งต้องมีการเชื่อมโยงและรับช่วงต่อการขนส่งสินค้า จากต้นทาง จนถึงจุดหมายปลายทาง

ผู้ส่งออก หมายถึง ผู้ผลิตเครื่องเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกส่งออกกับกรมส่งเสริมการส่งออก

คุณภาพการบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality: LSQ) หมายถึง ปัจจัยหลัก ด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจโลจิสติกส์ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ถูกอ้างนำไปพิจารณา ตัดสินใจใช้บริการ ประกอบด้วย 9 ด้าน ดังนี้

(1) ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า (Personnel Contact Quality) หมายถึง ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์จะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญและเข้าใจในความต้องการ ของลูกค้า อีกทั้ง ยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้าในสถานการณ์ต่างๆ ได้ในทุกๆ กรณี เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

(2) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Order Release Quantities) หมายถึง การมีสินค้าไว้อย่างเพียงพอเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทันทีที่และสามารถตอบสนองได้ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีแนวคิดเดียวกับ Product Availability

(3) ความสามารถในการเตรียมข้อมูลเพื่อให้ลูกค้าประกอบการตัดสินใจ (Information Quality) หมายถึง การจัดเตรียมข้อมูลในเรื่อง Supplier ของลูกค้า โดยมีข้อมูลครบถ้วนและมากเพียงพอที่ลูกค้าสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ Supplier แต่ละรายได้

(4) ประสิทธิภาพกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน (Ordering Procedures) หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจาก Supplier ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยที่ขั้นตอนนั้นจะต้องง่ายต่อการใช้งาน

(5) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ (Order Accuracy) หมายถึง การจัดส่งสินค้าได้ตรงตามจำนวนและสินค้านั้นถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ไม่เกิดความผิดพลาด

(6) การจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย ปราศจากความเสียหาย (Order Condition) หมายถึง การที่สินค้าถูกจัดส่งไปถึงลูกค้าได้อย่างปลอดภัย ไม่ได้รับความเสียหาย

(7) ความมีคุณภาพของสินค้า และบริการ (Order Quality) หมายถึง สินค้าหรือการบริการต้องมีคุณภาพ สามารถใช้งาน หรือรับรู้ได้เป็นอย่างดี

(8) ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา (Order Discrepancy Handling) หมายถึง ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อสินค้าเกิดความเสียหายหรือการจัดส่งสินค้ามีความผิดพลาดไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ

(9) ความสามารถในการบริหารเวลา (Timeliness) คือ ความสามารถในการบริหารเรื่องของเวลาได้เป็นอย่างดี เช่น ระยะเวลาตั้งแต่ที่ได้รับคำสั่งซื้อจนถึงระยะเวลาที่สินค้าได้ถูกจัดส่งไปให้แก่ลูกค้า การจัดส่งสินค้าได้ตรงตามวันที่ได้ตกลงกันไว้ และระยะเวลาในการเติมเต็มสินค้า

คุณภาพความสัมพันธ์ (Relationship Quality) หมายถึง ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง ที่ประกอบไปด้วย ความเชื่อใจในความน่าเชื่อถือ ความเชื่อใจในความเอื้ออาทร ความผูกพันเนื่องมาจากอารมณ์ ความขัดแย้งเนื่องมาจากอารมณ์ ความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันและการพัฒนาความร่วมมือระหว่างกัน

(1) ความเชื่อใจในความน่าเชื่อถือ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการ ได้ให้ความเชื่อใจในความน่าเชื่อถือต่อผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง ในการทำหน้าที่ขนส่งสินค้าให้กับผู้ให้บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หมายถึง

(2) ความเชื่อใจในความเอื้ออาทร หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการ ได้ให้ความเชื่อใจในความเอื้ออาทรต่อผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง โดยเชื่อใจว่าจะให้บริการตนอย่างสุดความสามารถ คำนี้ถึงตนเป็นสำคัญและคอยสนับสนุนตนให้ปฏิบัติงานได้อย่างลุล่วงด้วยดี

(3) ความผูกพันเนื่องมาจากอารมณ์ หมายถึง ความผูกพันระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่งที่มีต่อกัน และทำให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเกิดความสุขในการทำงานร่วมกัน

(4) ความขัดแย้งเนื่องมาจากอารมณ์ หมายถึง ความรู้สึกด้านลบที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการด้าน

โลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง เช่น ความรู้สึกผิดหวัง ไม่พอใจ หรือรำคาญที่มีต่อผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง ของท่าน

(5) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของผู้ใช้บริการมีต่อผลงาน หรือการทำงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์โดยบุคคลที่ 3 ด้านการขนส่ง