บทที่ 1
ความหมายของการกระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า

การกระจายสินค้า และการจัดการการกระจายสินค้าเป็นการเรื่องของกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งของผู้บริโภค อุปโภค หรือที่เราเรียกว่า “ลูกค้าคนสุดท้าย” ในปริมาณที่ต้องการ จำนวนที่ถูกต้อง และความเร็วที่ต้องการของลูกค้าโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ของการกระจายสินค้า ไม่ว่าจะเป็น ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) การจัดการวัสดุ (Material Handing) การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) และกิจกรรมหรือกระบวนการอื่น ๆ ฯลฯ โดยนำหลักในการบริหารจัดการมาใช้ในกระบวนการกระจายสินค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายต่อครั้ง

1.1 ความหมายของการกระจายสินค้า

การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กรและผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับกิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้าและการดำเนินคำสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในเวลาที่ถูกต้อง (at the Right Time) และในสถานที่ที่ถูกต้อง (to the Right Place) ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด (at the Least Cost) และในปริมาณที่ถูกต้อง (in the Right Quantity) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ, 2536)

วิทยา สุหฤดำรง และต่อศักดิ์ กิจชัยนุกุล (2543) กล่าวว่า การจัดการกระจายสินค้าต้องพิจารณาในภาพรวมของระบบโลจิสติกส์ ในด้านเครือข่ายการปฏิบัติงาน การจัดการกระจายสินค้าต้องกำหนดคลังสินค้าให้สามารถเชื่อมโยงการปฏิบัติงานเข้ากันอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองเป้าหมายของระบบโลจิสติกส์ จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่กำลังเผชิญอยู่นี้การนำเสนอคุณค่าของสินค้าสู่ลูกค้าหรือองค์กรธุรกิจจะสำเร็จได้เกิดจากระบบการจัดการกระจายสินค้า และกลยุทธ์การจัดการกระจายสินค้าขององค์กรที่ดี ดังนั้นต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับการปฏิบัติงานของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ มาเป็นแนวทางในการวางแผนที่สำคัญ คือ ต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ลูกค้าสนใจนำมากำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายการจัดการกระจายสินค้าเป็นสำคัญ

การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรืออาจหมายถึง การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า การกระจายสินค้าประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ ในการนำสินค้าไปยังลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับของลูกค้า ทั้งนี้ ความสำเร็จของการกระจายสินค้าจึงขึ้นอยู่กับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในด้านเวลาที่ลูกค้าต้องการ สถานที่ที่ถูกต้อง และต้นทุนที่ต่ำที่สุด

1.2 ความสำคัญของการกระจายสินค้า

การกระจายสินค้าส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง (Transportation) ทั้งในด้านการจัดตารางเวลาการขนส่ง การเลือกวิธีการขนส่ง การจัดการกระบวนการทางศุลกากร ในกรณีเป็นการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นการป้องกันความไม่แน่นอนของกระบวนการ จัดซื้อหรือเหตุสุดวิสัยที่เกิดขึ้นกับผู้ขายหรือความล่าช้าของการขนส่งที่ทำให้เวลารอคอยยาวนานขึ้น บางครั้งขนาดการขนส่งหรือขนาดการผลิตที่ประหยัดมีเกินปริมาณที่ของลูกค้าต้องการทำให้จำเป็นต้องมีที่ว่างไว้เก็บของที่เหลือ คลังสินค้าจึงต้องมีสภาพที่เหมาะสมที่จะใช้เก็บสินค้า เช่น มีพื้นที่ที่กว้างขวาง เพียงพอ ระบบการเคลื่อนย้ายของที่สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยต่อสภาพสินค้ามีระบบปรับอุณหภูมิเพื่อรักษาสภาพสินค้าเพื่อที่จะเก็บสินค้าให้พร้อมที่จะส่งต่อไปยังพันธมิตรในซัพพลายเชน ดังนั้น การกระจายสินค้าจึงเป็นตัวแปรหลักของแนวความคิดการตลาด เนื่องจากการกระจายสินค้ามีส่วนในการลดต้นทุนและเพิ่มความพอใจให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นการสร้างคุณค่า (มูลค่าส่วนเพิ่มในสินค้า)

1.3 องค์ประกอบของการกระจายสินค้า

องค์ประกอบของการกระจายสินค้ามี 5 ระบบย่อย

1) ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องการเลือกสถานที่ตั้งของคลังสินค้าว่าควรจะเก็บสินค้าไว้ที่ไหน ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการคลังสินค้า (Warehousing) เป็นกิจกรรมของการกระจายตัวสินค้าที่ประกอบด้วยการเก็บรักษา การจัดหมวดหมู่ การแบ่งแยกและการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่ง" ธุรกิจมีทางเลือกที่จะดำเนินงานโดยมีคลังสินค้าของตนเอง (Private Warehouse) หรือไปใช้บริการของคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse)

2) การจัดการวัสดุ (Material Handing) เป็นการเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสมในการจัดการวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสมสามารถทำให้เกิดการสูญเสียที่เกิดจากการแตกหัก เน่าเสียและขโมยน้อยที่สุด อุปกรณ์เครื่องมือมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ลดต้นทุนและเวลาที่ต้องใช้ในการจัดการดังกล่าว อุปกรณ์เครื่องมือในการจัดการวัสดุได้แก่ สายพาน รถยก ล้อเลื่อน ลิฟท์ ตู้เก็บสินค้า (Container) เป็นต้น

3) การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) หมายถึง กิจกรรมในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือให้มีขนาดและประเภทของสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม สินค้าคงเหลือสำหรับหลายบริษัทจะแสดงถึงขนาดของการลงทุน เป้าหมายของการควบคุมสิ้นค้าคงเหลือคือ การควบคุมการลงทุนและการขึ้นลงของสิ้นค้าให้เกิดน้อยที่สุดโดยสามารถรับคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ทันทีและถูกต้อง

4) การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ (Order Processing) เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า" ประกอบด้วยการจัดทำเอกสารการขาย การให้สินเชื่อ การจัดเตรียมในการเก็บสินค้า การเก็บหนี้ที่ต้องชำระ

5) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขนย้ายสินค้าไปยังลูกคา ฝ่ายบริหารต้องตัดสินใจถึงประเภทของการขนส่งและพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง วิธีการขนส่งหลักที่นิยมในปัจจุบันมี 5 ประเภท ดังนี้

(1) การขนส่งโดยรถบรรทุก (Truck) เป็นการขนส่งทางบกที่นิยมใช้มาก โดยเฉพาะการขนส่งภายในประเทศเพราะสะดวก รวดเร็ว มีเวลาให้เลือกมาก

(2) การขนส่งโดยรถไฟ (Railroads) เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ขนาดใหญ่มีปริมาณมาก และต้องมีการขนส่งระยะทางไกล เพราะค่าใช้จ่ายถูก ความปลอดภัยสูง สินค้าที่นิยมใช้บริการรถไฟได้แก่ ปูนซีเมนต์ หินทราย น้ำมัน เป็นต้น

(3) การขนส่งทางเครื่องบิน (Airlines) เป็นการขนส่งทางอากาศที่ถือว่ารวดเร็วที่สุดและค่าขนส่งสูงที่สุด เหมาะสำหรับสินค้าที่เสียง่าย หรือมีราคาแพง เช่น ดอกไม้ เพชร ฯลฯ

(4) การขนส่งทางเรือ (Water Way) เป็นการขนส่งทางน้ำที่ประหยัดค่าขนส่ง เหมาะสำหรับสินค้าที่คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายหรือคลังสินค้าที่อยู่ใกล้ทางน้ำ เช่น ซุง ข้าวเปลือก แร่ถ่าน ฯลฯ

(5) การขนส่งทางท่อ (Pipelines) เป็นการขนส่งสินค้าที่เป็นของเหลวหรือแก๊ส เช่น น้ำมัน น้ำ แก๊ส

1.4 ข้อจำกัดของการกระจายสินค้า

การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมในการเชื่อมโยงการค้าระหว่างประเทศ การผลิตข้ามชาติ และการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับการผลิต การกระจายสินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้นส่งผลต่อต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ปัจจัยที่หลากหลายนำไปสู่ความซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้นและต้นทุนโลจิสติกส์ระดับโลกเมื่อเปรียบเทียบกับโลจิสติกส์ในประเทศประกอบด้วย

1) ระยะทาง ความแตกต่างประการแรกได้แก่ ความแตกต่างด้านระยะทาง บ่อยครั้งโลจิสติกส์ระดับโลกต้องใช้การขนส่งชิ้นส่วนอุปกรณ์และสินค้าสำเร็จรูปในระยะทางยาวกว่าระยะทางที่ใช้ใน

ประเทศ ซึ่งระยะทางที่ยาวกว่าจะนำไปสู่ต้นทุนการขนส่งและการประกันภัยสำหรับความเสียหายที่สูงกว่า รวมถึงค่าใช้จ่ายทางอ้อมที่สูงขึ้นของคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง

2) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ความแตกต่างที่สองเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสกุลเงินในการขนส่งระหว่างประเทศบริษัทต้องปรับการวางแผนที่จะรวมการดำรงอยู่ของสกุลเงินและการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ตัวอย่างเช่นในช่วงกลางปี 1990 เมื่อเงินสกุลเยนของญี่ปุ่นมีค่าแข็งตัวมากกว่าสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับสกุลเงินในยุโรปที่ บริษัท ฮอนด้า จึงเปลี่ยนกลยุทธ์ในการผลิตรุ่น Accord จากโรงงานที่สหรัฐอเมริกาใน Marysville โอไฮโอ มากกว่าจากโรงงานในประเทศญี่ปุ่นไปยังยุโรป

3) ตัวกลางต่างประเทศ (Foreign Intermediaries) ตัวกลางเพิ่มเติมส่วนร่วมในกระบวนการโลจิสติกส์ทั่วโลกเกิดจากความจำเป็นที่จะต้องเจรจาต่อรองระเบียบชายแดนของประเทศและจัดการกับเจ้าหน้าที่รัฐบาลท้องถิ่นและผู้จัดจำหน่าย แม้ว่าตัวแทนส่งออกประเทศในประเทศของนายหน้าและพ่อค้าส่งออกที่ทำงานเป็นตัวกลางในการให้บริการการส่งออกสำหรับบริษัท ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับสภาวะตลาดต่างประเทศของประเทศ หรือการเชื่อมต่อที่เพียงพอกับเจ้าหน้าที่รัฐบาลท้องถิ่นและผู้จัดจำหน่าย แต่ในประเทศแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น, เกาหลี, และจีน ยังมี บุคคลที่ทำหน้าที่ "การเชื่อมต่อ" กับหน่วยงานภาครัฐในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเกิดดุลการค้าในเศรษฐกิจภาคตะวันตกและนำมาซึ่งผลกำไรที่สูงสุด หรือลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการธุรกิจ ดังนั้นการทำงานร่วมกับชุมชนธุรกิจในท้องถิ่นรวมทั้งท้องถิ่นหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐบาล

4) กฎระเบียบ การดำเนินการค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่มีการขนส่งสินค้าทางทะเล และเนื่องจากสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่การค้าในการนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างคู่ค้าในมหาสมุทรแปซิฟิกและมหาสมุทรแอตแลนติกที่ใหญ่ที่สุดของโลก สหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดระเบียบในการให้บริการขนส่งทางทะเลตามพระราชบัญญัติการค้าทางทะเล 1920 (หรือที่เรียกว่าพระราชบัญญัติโจนส์) ที่ห้ามต่างประเทศเป็นเจ้าของกิจการการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าจากท่าเรือในประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง โดยการจำกัดการเข้าถึงตลาดต่างประเทศเพื่อการจัดส่งสินค้าในประเทศ ซึ่งถือเป็นการกีดกันทางการค้า ต่อมาในเดือนมีนาคมปี 2003 กว่า 50 ประเทศรวมทั้งออสเตรเลีย , แคนาดา, จีน, สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นจึงยื่นคำสั่งร่วมกับองค์การการค้าโลกเรียกร้องการเปิดเสรีบริการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศ ซึ่งการเปิดการค้าเสรีส่งผลต่อการเพิ่มต้นทุนโลจิสติกส์ของสหรัฐอเมริกา

5) การรักษาความปลอดภัย ในอดีตการรักษาความปลอดภัยไม่ได้เป็นข้อกังวลจนกระทั่งวันที่ 11 กันยายน 2001 เมื่อเกิดการโจมตีของผู้ก่อการร้ายเกิดขึ้นประเทศสหรัฐอเมริกาจึงเห็นถึงความสำคัญของมาตรการรักษาความปลอดภัยในประเทศและต่างประเทศ เมื่อค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพื่อการส่งออกได้เพิ่มขึ้น เพราะมาตรการรักษาความปลอดภัยพิเศษที่สายการขนส่งสินค้าและผู้ประกอบการสถานีอย่างไรก็ตามถ้าค่าใช้จ่ายของผู้ใช้ที่รัฐบาลเรียกเก็บค่าบริการหรือผู้ให้บริการที่สูงเกินไปหรือได้ผลประโยชน์ไม่

คุ้มค่า ผู้ส่งออกอาจสูญเสียตลาดเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขนส่งและเบี้ยประกัน ผู้จัดการโลจิสติกส์ทั่วโลกจะต้องเข้าใจคุณสมบัติเฉพาะของรูปแบบการขนส่งที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดรูปแบบการขนส่งที่ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

(1) สัดส่วนมูลค่าการปริมาณ พิจารณาจากมูลค่าที่ถูกรวมเข้าไปกับการใช้วัตถุดิบในการผลิต

(2) การเน่าเสียง่ายของผลิตภัณฑ์หมายถึงการย่อยสลายที่มีคุณภาพในช่วงเวลาและ / หรือผลิตภัณฑ์ที่ล้าสมัยไปตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

(3) ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ควรจะพิจารณาตามของค่าการปริมาณและเน่าเสียง่ายของผลิตภัณฑ์

1.5 ความหมายศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center : DC)

หมายถึง คลังสินค้าของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ที่ออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะอย่าง เพื่อให้เกิดความสะดวกในการหมุนเวียนสินค้าเข้าและสินค้าออก ทำหน้าที่รับคำสั่งซื้อ จัดหาสินค้า และจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า โดยไม่ให้เกิดการเก็บรักษาสินค้าโดยไม่จำเป็น หรืออีกนัยหนึ่งคือ จุดที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งๆ อาจจะมีสินค้าที่มาจากหลายโรงงานการผลิต เช่น ศูนย์กระจายสินค้าของซุปเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จะมีสินค้ามาจากโรงงานที่ต่างๆกัน เช่น โรงงานผลิตยาสระผม, โรงฆ่าสัตว์, เบเกอรี่ เป็นต้น

หมายถึง กระบวนการทางการตลาดที่ผู้ผลิตสินค้า จะทำให้สินค้าของตัวเองไปสู่ผู้บริโภคหรือทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกในราคาที่เหมาะสม ตามเวลาที่ต้องการไม่ใช่เรื่องง่ายดาย หากตึกภาพโรงงานของผู้ผลิตตั้งอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่งในขณะที่ผู้บริโภคกระจายอยู่ทั่วประเทศ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าในเวลาที่แตกต่างกัน จึงเป็นไปไม่ได้ที่ผู้ผลิตจะสนองความต้องการ “โดยตรง” ถึงผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ หรือ “อรรถประโยชน์” ทั้งในด้านปริมาณสินค้า ต้นทุนสินค้า และเวลาได้ หรือเป็นการดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์การ และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรม หลายประเภท เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การบรรจุหีบห่อความสำเร็จของการกระจายสินค้า ขึ้นอยู่กับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในด้านเวลาที่ลูกค้าต้องการ สถานที่ที่ถูกต้อง ต้นทุนที่ต่ำที่สุด

หรืออาจหมายถึง คลังสินค้าที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อจะอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บสินค้าจากหลายๆ โรงงานมารวมกัน แล้วทำหน้าที่หมุนเวียนสินค้าเข้า-ออก ทำหน้าเหมือนเป็นตัวแทน โดยเป็นที่รวมสินค้า รับคำสั่งซื้อ จัดหา และนำส่งแก่ลูกค้า โดยที่ไม่ใช่ตัวแทนของโรงงานแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ

แต่เป็นศูนย์กลางของสินค้ากลุ่มประเภทเดียวกันของหลายๆ ที่มารวมกัน เพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ทั้งผู้ผลิตและลูกค้ากลุ่มย่อม

1.5 ความสำคัญของศูนย์กระจายสินค้า

ภายในศูนย์กระจายสินค้ามีระบบสายพานที่สามารถแยกประเภทสินค้า และการกระจายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การจัดส่งสินค้ารวดเร็วขึ้น ทางด้านการจัดซื้อสินค้าและบัญชีนำเอาระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซอฟแวร์นำมาใช้ในศูนย์กระจายสินค้า ข้อมูลคำสั่งซื้อจะถูกส่งไปยัง Supplier เมื่อคำสั่งซื้อได้มาถึงศูนย์กระจายสินค้า สินค้าที่บันทึกลงในระบบคลังสินค้าจะสามาถบอกรายละเอียดที่เกี่ยวกับสินค้าได้ เช่น จำนวนสินค้า สถานที่เก็บสินค้า ระบุเวลาที่สินค้านั้นถูกเก็บ โซนที่จัดวางสินค้า รายการที่ต้องตัดสต็อกสินค้าและบันทึกข้อมูลรายการสินค้าที่ทำการจ่ายสินค้าออกในแต่ละวัน

1.7 ความแตกต่างระหว่างคลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า

1.7.1 คลังสินค้า (Warehouse) เป็นสถานที่ใช้ในการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป เพื่อสำรองไว้ใช้ในเวลาที่เหมาะสม เป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า ซึ่งเกี่ยวพันกับระบบของการผลิต และการขนส่ง ซึ่งปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวจัดเป็นต้นทุนเกือบทั้งหมดของการผลิตสินค้าต่อหนึ่งหน่วยเสมอ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากมีการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นด้านใดด้านหนึ่งจะส่งผลต่อการลดต้นทุนทั้งสิ้น อันจะส่งผลไปสู่กำไรและการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเสมอ

1.7.2 ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution center: DC) “เป็นคลังสินค้าของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งรวมไปถึงสถานที่ที่รวมสินค้าของการค้าส่งและค้าปลีก”(ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา,2549) ทำหน้าที่ทั้งในฐานะเป็นคลังสินค้า (Warehouse) และเป็นหน่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต (Manufacturer) กับผู้ขายปลีก (Retailers)

ในบางครั้ง DC ยังทำหน้าที่ในการแยกย่อยสินค้าบรรจุลงกล่องและจัดส่งไปยังสาขาต่าง ๆ อีกด้วยโดยทั่วไปกิจกรรมหลักที่จะเกิดขึ้นภายในคลังสินค้าจะมี 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมในการรับสินค้า (receiving) กิจกรรมในการเก็บสินค้าเข้าชั้นวาง (Put-away or Transfer/Bulk storage) และกิจกรรมในการจ่ายสินค้าหรือหยิบสินค้า (Order Picking) สำหรับศูนย์กระจายสินค้าจะมีกิจกรรมพิเศษ คือ กิจกรรมในการคัดแยกหรือแปลงหน่วย (Selection or Let down) เพื่อแยกสินค้าเป็นหน่วยย่อย และบรรจุลงในหีบห่อใหม่สำหรับจัดส่งให้กับร้านค้าปลีกที่เป็นสาขาทั่วไป

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระหว่างคลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า

คลังสินค้า	ศูนย์กระจายสินค้า
● เก็บสินค้าทุกประเภทของกิจการ ● ใช้สนับสนุนการผลิตเป็นหลัก/ใช้เฉพาะในบริษัท ● การดำเนินงานส่วนใหญ่ประกอบด้วย การรับสินค้า การจัดเก็บ การค้นหา การเลือกกหยิบและการจ่ายออก ● เป็นการขนส่งตามที่ลูกค้าต้องการโดยให้ต้นทุนการดำเนินงานต่ำสุด	● เก็บสินค้าบางประเภท โดยเน้นเฉพาะสินค้าที่อยู่ในความต้องการของตลาด ● ใช้ในระดับกลุ่มบริษัทหรือซัพพลายเชน ● การดำเนินงานส่วนใหญ่ประกอบด้วย การรับสินค้า และการจัดส่ง ● เน้นการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามต้องการโดยเน้นกำไรสูงสุด

บทสรุป

ในปัจจุบันในยุคสารสนเทศไร้พรมแดน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าได้มีการจัดการเปลี่ยนไป โดยใช้การจัดการซัพพลายเชนมาเกี่ยวข้องมากขึ้น มีระบบสารสนเทศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจัดการแบบเดิม โดยอินเตอร์เน็ตทำให้การจัดส่งสินค้าถี่ขึ้นปริมาณสั่งซื้อน้อยลง การตอบสนองลูกค้ารวดเร็วในการเติมเมนูคำสั่งซื้อ การวางผังคลังสินค้าเป็นแบบการไหลทะลุคลัง (Flow through) ควบคุมด้วยระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติเพื่อควบคุมกระบวนการเคลื่อนย้าย ทำให้การทำงานและการจัดส่งรวดเร็วขึ้น และแนวโน้มในการทำงานอีกแบบหนึ่งคือ การไม่ต้องประกอบที่โรงงาน (Postponement) โดยจะย้ายการประกอบสุดท้าย การกำหนดลักษณะสินค้ามาไว้ที่ศูนย์กระจายสินค้าแทนเพราะโรงงานที่ประกอบสินค้าเทคโนโลยีสูงที่ผลิตหลังจากรับคำสั่งจะทำงานล่าช้ามาก ฉะนั้นศูนย์กระจายสินค้าจึงลงมากำกับดูแลตั้งแต่ระดับชิ้นส่วนจนประกอบเสร็จ

คำถามทบทวน

1. ให้นักศึกษาอธิบายคำว่า การกระจายสินค้า
2. ให้นักศึกษาอธิบายคำว่า ศูนย์กระจายสินค้า
3. ให้นักศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า
4. นักศึกษาคิดว่า ธุรกิจใดบ้างที่มีความจำเป็นต้องใช้ศูนย์กระจายสินค้า อธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบอย่างชัดเจน
5. นักศึกษาคิดว่า ศูนย์กระจายสินค้ามีส่วนสำคัญในการช่วยลดต้นทุนของธุรกิจหรือไม่ อธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบอย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ, ศลิษา ภมรสถิต และจักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา. (2547). การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท้อป จำกัด.

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นัฐพรการพิมพ์.

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). การจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า (Warehouse and Distribution Management). กรุงเทพฯ : บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด.

วิทยา สุหฤทดำรง และ ต่อศักดิ์ กิจชัยนุกูล. (2543). การกระจายสินค้า:เส้นทางการนำคุณค่าสู่ลูกค้า. Industrisl Technology Review. 26(78)

ไชยยศ ไชยมั่นคง, มยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง. (2556). กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน เพื่อแข่งขันในตลาดโลก, พิมพ์ครั้งที่ 7.นนทบุรี : วิชั่น พรีเพรส