

ความสำคัญของศูนย์กระจายสินค้า (DC) ที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ

โดยธนิศ โสรัตน์

ประธานกรรมการ V-SERVE GROUP

ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) หรือที่มักเรียก ทับศัพท์ว่า DC เป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกิจกรรมของโลจิสติกส์ โดยเป็นกลไกให้เกิดการขับเคลื่อนหรือเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้า ภายใต้เงื่อนไขของเวลา และต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความหมายของศูนย์กระจายสินค้าเป็นหน่วยของโลจิสติกส์ในการทำหน้าที่ทางธุรกรรมรับช่วงส่งสินค้าสำเร็จรูปที่เป็น **Final Production** เพื่อให้มีการส่งมอบไปสู่ผู้รับซึ่งอาจเป็นลูกค้าหรือผู้ต้องการใช้ของ หรือในอีกนัยหนึ่งทำหน้าที่ในการรับและส่งมอบหรือจัดส่งสินค้า, อะไหล่, วัตถุดิบ รวมทั้ง บริการต่างๆ ซึ่งเป็นสาระส่วนควบของสินค้าจากแหล่งที่ใช้เป็นศูนย์กลางไปสู่แหล่งที่มีความต้องการตามเงื่อนไขและเวลาที่ได้มีการตกลงกัน ดังนั้น หน้าที่สำคัญของศูนย์กระจายสินค้าจึงเป็นแหล่งในการรวบรวม แบ่ง ประกอบ บรรจุ คัดแยก ให้เหมาะสมกับประเภทพาหนะที่จะใช้ในการขนส่งให้กับลูกค้าหรือผู้รับสินค้า ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม โดยพันธกิจที่สำคัญของศูนย์กระจายสินค้าจะเกี่ยวข้องกับ การจัดการปฏิสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารระหว่างคนและหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึง การจัดการคลังสินค้าประเภท “Cross-Dock” และเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวมทั้งการจัดการเปลี่ยนโหมดหรือประเภทของการขนส่ง (Mode of Transport) โดยเฉพาะหน้าที่ของการวางแผนการส่งมอบสินค้า เพื่อให้ส่งสินค้าที่ถูกต้องในเวลาที่ต้องการไปสู่ลูกค้าตรงตามสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ชัดเจนและส่งมอบตรงตามเวลาที่ต้องการ

ศูนย์กระจายสินค้า (DC) มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในฐานะเป็นกิจกรรมในการลดต้นทุนโลจิสติกส์และทำให้ระบบการกระจายสินค้าสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่ประเทศไทยไม่สามารถพัฒนาการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ไปสู่ในระดับ World Class Logistics ได้ นั่น นอกเหนือจากปัจจัยหลายประการแล้ว ปัจจัยที่สำคัญก็คือ ยังขาดการพัฒนาหรือความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของศูนย์กระจายสินค้า คือไม่เข้าใจความแตกต่างระหว่างศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้าหรือศูนย์ขนส่งประเภท “CY/Truck Terminal” ส่งผลให้ระดับการพัฒนาโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในระดับโลกที่สาม (The Third World Logistics) ซึ่งผลเสียที่ชัดเจนจะเห็นได้จากการที่เรามีต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่สูงถึงร้อยละ 16-19% ต่อ GDP ซึ่งประมาณ 47% เป็นต้นทุนสต็อกสินค้าและอีกประมาณ 41% เป็นต้นทุนที่เกิดจากการขนส่ง ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้ต้นทุนดังกล่าวสูง ก็เกิดจากการที่ผู้ผลิตต้องขนส่งสินค้าไปให้กับลูกค้าในต่างจังหวัด โดยไม่มีศูนย์รวบรวมพัสดุสินค้าตามจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางขนส่ง (HUB) ทำให้ส่วนใหญ่แล้วต้องขนส่งรถเที่ยวเปล่ากลับหรือสินค้าส่งมอบไม่เต็มคันรถ (Back Haul) ซึ่งการจะแก้ปัญหาดังกล่าวจะต้องมีศูนย์กระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีโครงข่ายการกระจายสินค้า ทำหน้าที่ในการรวบรวมสินค้าให้เต็มคันรถหรือจัดพาหนะให้เหมาะสมกับจำนวนและสอดคล้องกับสถานที่ส่งมอบสินค้า อีกทั้ง ยังมีเครือข่ายในการรวบรวมสินค้า หรือเปลี่ยนรูปแบบประเภทการขนส่งไปสู่โหมดที่ประหยัดพลังงานหรือประเภทการส่งมอบแบบ Door to Door ตัวอย่างซึ่งเห็นได้ชัดเจน เช่น ศูนย์กระจายสินค้าของ Tesco Lotus ซึ่งทำหน้าที่ในการเก็บและกระจายสินค้าประเภท “Consumer Goods” สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ศูนย์กระจายสินค้าอาจอยู่ใกล้กับประตูส่งออก เช่น ท่าเรือแหลมฉบัง

หรือสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งจะพบเห็นอาคารศูนย์กระจายวัตถุดิบ , อะไหล่ และสินค้าสำเร็จรูป ทั้งในรูปแบบที่เป็นศูนย์กระจายสินค้าที่ต้องมีการชำระภาษีและประเภท “Free Zone” ซึ่งการที่ต้องตั้งอยู่ในทำเลดังกล่าว ก็เนื่องจาก ความสะดวกในการกระจายสินค้าประเภทซึ่งเกี่ยวข้องกับ การนำเข้า-ส่งออกที่เป็นแบบ Just in Time และการประหยัดค่าขนส่ง เพราะใกล้กับท่าเรือหรือสนามบินหลักของประเทศ

อย่างไรก็ดี การบริการจัดการศูนย์กระจายสินค้าจำเป็นต้องมีเครือข่ายและการบริหารงานอย่างมืออาชีพ และความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับงานโลจิสติกส์มาใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ ด้วยการพัฒนาระบบ **e-Trade Logistics** เพื่อให้การดำเนินธุรกรรมที่เกี่ยวข้องในระดับเอกชนให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูล ทั้งของภาครัฐและภาคธุรกิจมาเสริมต่อให้อยู่ในโซ่อุปทานเดียวกัน โดยจะต้องมีลักษณะเป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าในลักษณะที่เป็นสาธารณะ ซึ่งภาครัฐอาจจะมีการประมูลเพื่อให้เอกชนเข้าบริหารตามสถานที่ที่เป็นชุมทางขนส่งของภูมิภาค หรือตามประตูเชื่อมโยงขนส่ง (Corridor Link) สู่อินเตอร์เน็ตบ้าน เช่น จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่ทางหมายเลข 9 หรือ ท่าเรือเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งจะเป็นประตูในการกระจายสินค้าผ่านเส้นทาง R3E ไปสู่ประเทศจีนตอนใต้ รวมทั้ง การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าที่อำเภอแม่สอดในการที่จะรวบรวมและกระจายไปสู่ประเทศพม่า ฯลฯ โดยทั่วไปแล้วศูนย์กระจายสินค้าภายในประเทศควรจะตั้งอยู่ตามเส้นทางขนส่งหลัก โดยมีระยะห่างจากศูนย์กลางแหล่งผลิตเป็นระยะทาง **400-500 กิโลเมตร** เช่น ทางภาคเหนือ อาจมีที่พิษณุโลก , ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็อาจเป็นที่ขอนแก่น หรือทางภาคใต้ ก็อาจเป็นที่สุราษฎร์ธานี เป็นต้น ซึ่งทำเลที่ตั้งควรจะสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางรถไฟ หรือเชื่อมโยงกับการขนส่งทางแม่น้ำหรือท่าเรือชายฝั่ง เนื่องจากศูนย์กระจายสินค้าจะมีความสัมพันธ์กับการขนส่งที่เรียกว่า Multimodal Transport ซึ่งก็คือการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ที่ต้องมีการเปลี่ยนประเภทพาหนะขนส่ง

ทั้งนี้ การที่จะให้ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยสามารถลดลงเหลือร้อยละ **12-14 ต่อ GDP** ภายในปี **2553** ความสัมฤทธิ์ผล จึงอยู่ที่จะต้องพัฒนาให้มีศูนย์กระจายสินค้าในรูปแบบที่สามารถรวบรวมและกระจายสินค้าให้เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงได้ทั่วประเทศ ประเด็นก็คือจะรอให้มีอุปสงค์ก่อนแล้วจึงจะค่อยมีศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค แต่ทางกลับกันอุปสงค์ในการใช้บริการของศูนย์กระจายสินค้าจะเกิดไม่ได้ หากไม่มีผู้ให้บริการ ซึ่งตรงนี้ประเทศไทยยังไม่มีมีการขับเคลื่อนเพราะไม่รู้ว่าจะต้องพัฒนาส่วนใดก่อน ก็พอจะอนุมานคล้ายกับ “ไก่เกิดก่อนไข่ หรือไข่ควรเกิดก่อนไก่” ก็คงจะเป็นวังวนในการแก้ปัญหา ระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ซึ่งไม่น่าแปลกใจว่าการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยก้าวหน้าน้อยมาก เพราะประเทศไทยไม่ชอบคิดอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การที่จะพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไปสู่ World Class Logistics เพื่อให้เกิดพลวัตรในการลดต้นทุนโลจิสติกส์และเพิ่มขีดความสามารถของประเทศ ทุกฝ่ายโดยเฉพาะภาคธุรกิจจะต้องเข้าจับบทบาทและหน้าที่ของศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าที่เป็นลักษณะ Trade Logistics ให้สามารถเป็นกลไกในการส่งมอบสินค้าทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และในระดับการค้าโลก....