

SỰ KHÁC BIỆT GIỮA KHO HÀNG VÀ TRUNG TÂM PHÂN PHỐI

Xét về phương diện vật lý, không có sự khác biệt nhiều giữa kho hàng và trung tâm phân phối. Chúng đều có bốn bức tường, một mái, sàn nhà, không gian bên trong và cửa ra/vào dành các phương tiện. Nhìn bên ngoài, cấu trúc của chúng khá là giống nhau. Tuy nhiên, theo các định nghĩa sau đây (trích KB Ackerman “Words of Warehousing”) sẽ giúp chúng ta hiểu rõ hơn sự khác biệt diễn ra bên trong bốn bức tường:

– Một trung tâm phân phối được định nghĩa như *“cơ sở mà ở đó các đơn hàng bán buôn và bán lẻ được hoàn thiện”*, và nói thêm rằng *“thuật ngữ này được sử dụng để mô tả hoạt động với một tốc độ cao, trái ngược với một kho lưu trữ tĩnh thông thường.”*

Nhiều người có thể tranh luận rằng các Trung tâm phân phối cũng chỉ “tiến hóa” từ nhà kho và có nhiều điểm tương đồng. Nhưng nếu xem xét các chức năng chính của Trung tâm phân phối bạn sẽ thấy được sự khác biệt rõ ràng:

- **Trung tâm phân phối cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng:** Thay vì chỉ đơn giản là nơi lưu trữ, các Trung tâm phân phối cung cấp vô số các dịch vụ cho khách hàng thuộc các phòng chức năng bên ngoài hay trong nội bộ công ty. Một trung tâm phân phối được tổ chức và được quản lý tốt sẽ cung cấp các dịch vụ như: Vận tải, Cross docking, hoàn thiện đơn hàng, dán nhãn và đóng gói cùng với bất cứ dịch vụ cần thiết nào để hoàn thành chu kỳ đặt hàng, bao gồm cả xử lý đơn hàng, chuẩn bị đơn đặt hàng, gửi hàng, nhận hàng, vận chuyển, xử lý hàng hóa được trả về và đo lường hiệu suất.

- **Trung tâm phân phối tập trung vào khách hàng:** Trong khi nhà kho tập trung vào các phương pháp tối ưu nhằm chi phí lưu trữ thì nhiệm vụ duy nhất của trung tâm phân phối là cung cấp các dịch vụ tốt nhất cho khách hàng của mình.

- **Trung tâm phân phối được định hướng bởi công nghệ:** Các trung tâm phân phối ngày nay phải có khu vực xử lý đơn hàng, hệ thống quản lý vận tải và quản lý kho hiện đại, tiên tiến để thực hiện các hoạt động như: tiếp nhận hàng, quét mã vạch, xác định vị trí và lưu trữ các sản phẩm một cách có hiệu quả, bốc dỡ & bốc xếp, xử lý đơn hàng và lên kế hoạch xếp dỡ.

● **Trung tâm phân phối tập trung vào các mối quan hệ:** Cho dù khách hàng là các công ty bên ngoài hoặc các đơn vị nội bộ, một trung tâm phân phối phải liên tục tập trung vào việc đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Trung tâm phân phối chính là liên kết vô cùng quan trọng giữa nhà cung cấp và khách hàng do đó đòi hỏi việc quản lý không những liên quan đến nhu cầu của khách hàng mà còn liên quan đến các phương pháp hiệu quả và tối ưu hóa chi phí nhất nhằm đáp ứng những nhu cầu đó. Ngược lại, trong hầu hết các trường hợp, một kho lưu trữ thông thường chỉ tập trung vào việc tối ưu hóa chi phí mà rất ít quan tâm đến vấn đề dịch vụ khách hàng.

Lời kết

Không còn phải nghi ngờ gì cả, thế giới kinh doanh của chúng ta ngày hôm nay đã chuyển mình từ mô hình kho hàng dựa trên việc lưu trữ hàng tồn kho truyền thống sang một mô hình mới hơn: Trung tâm phân phối với các dòng chảy nhanh chóng. Các trung tâm phân phối đã phát triển và trở thành một mắt xích vô cùng quan trọng trong mạng lưới chuỗi cung ứng, nó giúp hỗ trợ dịch chuyển hàng hóa ra thị trường một cách hiệu quả hơn và đồng thực hiện các chức năng gia tăng giá trị hiệu quả hơn bất kỳ mắt xích nào khác.

Sự khác biệt giữa hai khái niệm kho hàng và trung tâm phân phối có thể tóm tắt và khái quát như sau:

| Kho hàng- “Mô hình lưu trữ hàng tồn kho truyền thống” | Trung tâm phân phối – “Dòng chảy hàng hóa nhanh chóng đến khách hàng” |
|---|---|
| 1. Tập trung vào các phương pháp quả hiệu quả và tối ưu hóa chi phí nhất trong việc lưu trữ sản phẩm. 2. Tốc độ luân chuyển hàng tồn kho thấp. | 1. Tập trung vào việc hoàn thiện đơn hàng của khách hàng. 2. Tốc độ luân chuyển hàng tồn kho cao. 3. Là liên kết quan trọng giữa các nhà cung cấp và khách hàng. 4. Đa dạng các dịch vụ giá trị gia tăng. 5. Định hướng bởi yếu tố công nghệ. |