

دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية للشركات الصناعية

**The role of international freight forwarding companies to create competitive advantage for industrial companies**

بحث مستخلص من رسالة

"تقييم دور شركات خدمات النقل الدولي في التسويق اللوجستي وانعكاسه على بناء المزايا التنافسية  
دراسة تطبيقية في جمهورية مصر العربية".

اشراف :

استاذ دكتور: عصمت سيد

استاذ ادارة الاعمال المساعد

كلية التجارة جامعة بني سويف

اشراف :

استاذ دكتور: أحمد مرسي الخواص

استاذ ادارة الاعمال

كلية التجارة جامعة بني سويف

من اعداد الباحثة

شهيره إبراهيم حسن

**دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية للشركات الصناعية****The role of international freight forwarding companies to create competitive advantage for industrial companies****الملخص**

تهدف هذه دراسة علي توضيح الاطراف المختلفة لعملية النقل و اهم الخدمات التي تقدمها شركات خدمات الشحن واطها الدور الهام لتلك الشركات في مساعدت الشركات الصناعية في تركيزها على تطوير منتجاتها وتوفير كافة مقومات الصناعة لجعلها قادة على تحقيق الميزة التنافسية في مجالها .

يلعب النقل دور حيوى وهاما في تحقيق الميزة المكانية للمنتجات المختلفة سواء في نقل المواد الخام او نقل المنتج النهائى سواء للمصنع او للاسواق المختلفة وبالتالي مساعدة الشركات الصناعية في تحقيق ميزة تنافسية ،ومن هنا يجب تسليط الضوء على اهمية ادارة منظومة النقل والتي تتكون من عدة عناصر مختلفة منها وسيلة النقل والادارة التشغيلية لوسائل النقل وكذلك الشركات الخدمية المساعدة في تقديم خدمة النقل بجود افضل وهو الدور الذي تقدمه شركات خدمات الشحن والتي تميز دورها حسب طبيعة الخدمة التي تقدمها من تسهيلات للشاحنين الى مرحلة شركاء النجاح لتلك الشركات الصناعية .

حيث تقدم شركات خدمات الشحن بالعديد من المساعدات المؤثرة في خدمة النقل التي تحتاجها الشركات الصناعية ومنها على سبيل المثال توفير في تكلفة النقل حيث يتم اختيار افضل وانسب وسيلة نقل تتناسب مع نوعية البضاعة المنقولة سواء كانت خامات او منتج نهائى وبالتالي تجنب اخطاء اختيار الوسيلة الغير ملائمة وكذلك تحديد التكلفة الحقيقية لعملية النقل وكذلك المستندات المصاحبة لعملية النقل والتي قد تتسبب في العديد من المشكلات اثناء عملية النقل يترتب عليها زيادة التكلفة مما يؤثر علي الميزة التنافسية.

**الكلمات الافتتاحية:** شركات الشحن الدولي- الميزة التنافسية- الشركات الصناعية -النقل

## Abstract

This study aims to clarify the different parties to the transportation process and the most important services provided by freight forwarding companies and showed the important role of these companies in helping industrial companies in their focus on developing their products and providing all the elements of the industry to make them leaders in achieving competitive advantage in their field.

Transport plays a vital and important role in achieving the spatial advantage of different products, whether in the transfer of raw materials or the transfer of the final product, whether to the factory or to different markets, and thus help industrial companies to achieve a competitive advantage, and from here it must be highlighted the importance of managing the transportation system, which consists of several different elements Including means of transportation and operational management of transportation means as well as service companies assisting in providing transportation service with better quality, which is the role provided by freight forwarding companies, which distinguish their role according to the nature of the service they provide from facilities to shippers to the stage of success partners for those industrial companies.

Where shipping service companies provide many assistance in the transportation service needed by industrial companies, including, for example, saving in the cost of transportation, where the best and most appropriate means of transport is chosen that is commensurate with the quality of the transported goods, whether raw materials or a final product, and thus avoiding mistakes in choosing the inappropriate method, as well as Determining the real cost of the transportation process, as well as the documents accompanying the transfer process, which may cause many problems during the transportation process, resulting in an increase in the cost, which affects the competitive advantage.

**Key words:** International Freight Forwarding Companies - Competitive Advantage - Industrial Companies - Transport

المقدمة

تلعب صناعة النقل دورا هاما في العمليات الانتاجية المختلفة صحيح انها حرفة غير منتجة الا انها مكتملة لعملية الانتاج لان الخامات و المنتجات ايا كان طبيعتها لا قيمة لها او قيمتها محدودة اذا لم تتوافر لها وسائل النقل المختلفة التي تضاف لها قيمة بنقلها من مكان المنشأ الي مكان الاستهلاك او الاستخدام لتكون جاهزة لاشباع احتياجات المستهلك . و لذلك يعرف النقل بانه تغيير مكان السلع من مكان الى اخر ، بحيث يترتب على هذا التغيير قيمة مضافة تزداد على اثرها قيمة السلع المنقولة. فان تطور صناعة النقل خلال العقود الماضية له اثر كبير وهاما في نقل البضائع على المسافات القصيرة والطويلة وقد ساعد ذلك التطور في نظم المعلومات وتحسين ظروف الامن على شبكات النقل الارضية والبحرية والجوية.

و يعد النقل من العوامل الرئيسية التي تؤثر في كل من اماكن التركيز الصناعي مرورا بكافة العمليات الانتاجية علي حسب خصائص وطبيعة الصناعات المتاحة و التي تستخدم المقومات الصناعية المختلفة لذلك يساهم النقل و شبكاته المختلفة في التنمية العمرانية و التوزيع السكاني على مستوى خريطة الدولة الجرف(٢٠٠٢).

وتمثل شبكة النقل الشرايين التي يتدفق من خلالها النشاط الاقتصادي ويعتبر النقل البرى على الطرق البرية وكذلك السكك الحديدية من اهم وسائل النقل المنتشرتان في جميع انحاء العالم ولا نغفل وجود النقل البحرى والذى يساهم بنقل ما يعادل اكثر من ٨٠ % من حركة التجارة الدولية لسهولة النقل و انخفاض التكلفة الي حد كبير مع طول المسافة النقل.

وتعتبر تطور صناعة النقل في مصر ليس ببعيدا عن التغيرات التي تحدث في العالم فعلى سبيل المثال لا الحصر انه في عام ١٨٣٥ كان أول خط سكك حديدية في جمهورية مصر العربية و أول خط في بلجيكا في نفس العام وذلك بعد ظهوره في انجلترا عام ١٨٢٥ كما انها اول دولة في الشرق الاوسط وافريقيا تدخل صناعة النقل الجوى ، وذلك في بداية الثلاثينيات من القرن العشرين والتي ساهمت بصورة ملحوظة في كافة برامج التنمية في الدولة ،ومع التطور التكنولوجي وتحسن ظروف النقل البحرى والمائى وقد ساهم ذلك في زيادة الترابط بين مصر

شهيره إبراهيم حسن  
ودول العالم وتنمية التجارة الخارجية بصورة ملحوظة في كل من شقيها السلعي والخدمي .(عبد  
المنصف، ٢٠١٥)

## الدراسات السابقة:

(١) دراسة ( Helmy، ElMokadem، el Bary & el-sayeh,2018 ) بعنوان  
THE IMPACT OF LOGISTICS PERFORMANCE ON COMPETITIVE ADVANTAGE:  
THE CASE OF FREIGHT TRANSPORTATION IN EGYPT

تهدف هذه الدراسة الي تحديد مجالات الأداء السلبي في الخدمات اللوجستية المقدمة للعملاء وتحديد العلاقة بين الأداء اللوجستي والمزايا التنافسية في المجال اللوجستيات المصري وتقديمه حلول للتحديات التي تواجه نقل البضائع في مصر.  
وقد قاموا الباحثون باستخدام تحليل الارتباط لاختبار الفرضيات البحثية. والتي أثبتت ان تأثير أداة الخدمات اللوجستية يتغير وفقا للميزة التنافسية في الشركة وبالتالي ينبغي لشركة الخدمات اللوجستية تحديد الاستراتيجية التي ستنبع للتمكن من التفكير في ممارسات الأداء اللوجيستي التي تحتاج إلى التركيز عليها داخل الشركة.

يعتبر هذا البحث من البحوث التوضيحية الوصفية حيث يقوم علي عمل توصيف العلاقة بين الأداء اللوجستي والميزة التنافسية. تم جمع البيانات من خلال استبيان مصمم لعملاء الخدمات اللوجستية، تم من خلاله تحليل العلاقة بين الأداء اللوجستي والميزة التنافسية. استخدم الباحثون طريقة أخذ العينات الاحتمالية، حيث تم جمع مجموعه ٤٦٠ عميلاً يستخدمون الخدمات اللوجستية، بعد توزيع ٧٥٠ استمارة. حجم العينة هذا مناسب لفاصل ثقة ٩٥٪.  
توصلت الدراسة الي اهم النتائج التالية:

- ظهرت النتائج أن الأداء اللوجستي له تأثير كبير على تكلفة الميزة التنافسية حيث تحدد المعاملات القياسية المحسوبة في تحليل الانحدار أهمية المتغيرات المستقلة فيما يتعلق بالتكلفة ثم

شهبيرة إبراهيم حسن  
الوقت المناسب في المرتبة الأكثر أهمية، تليها البنية التحتية والنقل والتعبق والأبعاد الأقل أهمية هي الكفاءة والجمارك.

- بالنسبة لتأثير الأداء اللوجستي على التمييز في المزايا التنافسية، فقد وجد أن للمتغير البحثي ككل تأثير كبير في حين أن أبعاد البنية التحتية والكفاءة والتعبق لها تأثير ضئيل على التمييز.  
- من ناحية أخرى، فإن الأبعاد المهمة الأخرى المصنفة وفقاً لتأثيرها الأكثر أهمية هي النقل والتوقيت والجمارك. وبصورة مماثلة، فإن الأداء اللوجستي ككل له تأثير كبير على التركيز على الميزة التنافسية، ولكن الجمارك والتتبع والتوقيت لها تأثير ضئيل على التركيز. تم تصنيف النقلة على أنها أكثر أهمية مع أعلى قيمة بيتا قياسية متنوعة بالبنية التحتية ثم الكفاءة.  
وقد اوصت الدراسة بأن الأداء اللوجستي له أكبر تأثير على ميزة التركيز لكسب الميزة التنافسية.

## (٢) دراسة (Balakrishnan &Khan,2018) بعنوان

“Influential Factors of Competitive Advantage Progression on SME Third-Party Logistics in Selangor Malaysia”

استهدف هذه الدراسة العوامل المؤثرة للميزة التنافسية في مجال الخدمات اللوجستية من الصناعات التحويلية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة (SME) الموجودة في سيلانجور ماليزيا. وهذه المشاريع الصغيرة والمتوسطة (SME) تعمل في مجال الخدمات اللوجستية كشركات لوجستيات الطرف الثالث التي تعمل كحلقة وصل بين الموردين والعملاء في التوريد سلاسل. ان الشركات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا لها ثلاثة تصنيفات للأحجام على أساس عدد من الموظفين.

اولا: الشركات الصغيرة توظف اقل من ٥ اشخاص

- ثانيا: شركات صغيرة الحجم من ٥ الي ٧٥ اشخاص

- ثالثا: الشركات المتوسطة الحجم توظف من ٧٥ الي ٢٠٠ موظف.

تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٣٧٠ مدير مشارك في مجال الخدمات اللوجستية والأنشطة اللوجستية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة (SME). تم ارسال قائمة استقصاء لهم لتحديد

شهبيرة إبراهيم حسن  
وتحليل العوامل المؤثرة الرئيسية للميزة التنافسية وقد اجري تحليل الارتباط والانحدار لاختبار  
البحث الفرضيات.

قد تم تحديد أربعة عوامل مؤثرة للميزة التنافسية وهم: استراتيجية المنافسة، هيكل الشبكة،  
تكنولوجيا المعلومات وإدارة علاقة العملاء.  
توصلت الدراسة الي اهم النتائج التالية:

- ١- وجود علاقة بين الميزة التنافسية واستراتيجية المنافسة الممثلة في (التغيرات المتخصصة في  
الجدول - خطوط مواعيد الاجتماع- توفير الموارد والاستراتيجية المفاجئة التغيرات - التسليم  
العاجل) ان استراتيجية المنافسة هدف طويل الاجل لذلك يتطلب انشاء موقف دفاعي لشركات  
لاكتساب ميزة تنافسية على منافسيها مما يترتب عليه ارتفاع عائد اعلي على الاستثمار وخلق  
ميزة تنافسية في السوق.
- ٢- وجود علاقة بين الميزة التنافسية وهيكل الشبكة الممثل في (الاتصالات - التعاون التبعية-الالتزام  
- العلاقة - الثقة) هيكل الشبكة بالنسبة لشركات لوجستيات الطرف الثالث للمشاريع الصغيرة  
والمتوسطة (SME) التي تعمل في مجال الخدمات اللوجستية لها أهمية في تلبية توقعات العملاء  
بتحقيق اقتصاديات الحجم والاستفادة من الموارد.
- ٣- وجود علاقة بين الميزة التنافسية وتكنولوجيا المعلومات التي لها فوائد على الأنشطة اللوجستية  
بدمج الموردين والمصانع وتجار الجملة وتجار التجزئة وشركات النقل والخدمات ومقدمي الخدمات  
والعملاء النهائي معا. تساعد تكنولوجيا المعلومات الموظفين في الشركة على تلبية طلب العملاء  
ومطالبهم بدون تأخير لرضائهم وتحقيق الميزة التنافسية.
- ٤- وجود علاقة بين الميزة التنافسية وإدارة علاقة العملاء التي تعمل على جذب عملاء جدد الامر  
الذي يتطلب تكلفة أكثر من الاحتفاظ بالعملاء لذلك يجب على الشركات ان يكون عندهم الأنشطة  
المناسبة التي تهدف الي تعزيز رضا العملاء والاحتفاظ بهم وفي نفس الوقت جذب عملاء جدد.

(3) دراسة ( Brkljač, Stanković, Gajić, ٢٠١٣ ) بعنوان

## Gaining a Competitive Advantage by Integration of Marketing and "Logistics"

تهدف هذه الدراسة الي ضرورة التطوير داخل المنظمة لتلبية طلب واحتياجات العملاء بشكل أفضل وسريع الاستجابة وذلك من خلال التكامل بين التسويق واللوجستيات الذي يؤدي الي اكتساب ميزه تنافسية. ثم تم لقاء الضوء على أهمية استراتيجية التسويق اللوجستي الذي يضاف قيمة فعالة للعملاء للحصول على ميزة تنافسية.

اعتمدت الدراسة في مجال التطبيق علي أسلوب دراسة الحالة لشركة واحدة تعتبر الرائدة في مجال البيع بالتجزئة وهي شركة "Tesco" تيسكو التي تعمل في ١٢ سوق او اكثر و لديها ٥٠٠,٠٠٠ موظف عندما قررت إدارة تيسكو الدخول الي السوق الكوري عام ١٩٩٩ وجهتهم مشكلة ان الكوريون لديهم صعوبات للذهاب للتسوق اليومي لضيق الوقت لان بعد جمع البيانات و المعلومات عنهم كانت النتائج ان كورية ثاني اعلي دوله في نسبة كثافة العمل و العمل لفترات طويلة فكان الحل هو توفير مخازن افتراضية تم وضعها في محطات المترو و بعد ذلك في أماكن اخري من التي يتردد عليها معظم الناس بشكل يومي . وكان الواقع لم تكن هناك منتجات بل صور لكل منتج وعليه QR الخاص لكل منتج يتم مسحه ضوئيا عن طريق الهواتف الذكية وطلبه من الشركة عبر الاتصال بالانترنت مع تحديد المكان والوقت المناسب للعملاء مع سرعة الاستجابة من الشركة ولذلك تم تغيير اسم الشركة من "Tesco" الي "Home Plus" مع الاخذ في الاعتبار خفض سعر النقل للوصول الي إرضاء العملاء مما ترتب عليه ارتفاع المبيعات على الانترنت بنسبة ١٣٠% من نوفمبر ٢٠١٠ حتي يناير ٢٠١١ و أصبحت شركة "plus" رقم واحد لمتاجر التجزئة الافتراضية والسوق الالكترونية.

### توصلت الدراسة الي اهم النتائج التالية:

- عندما تتوسع الشركة في مستوي التكامل الداخلي والخارجي معا من اجل تحقيق ميزة تنافسية على منافسيها بتقديم لعملائها زيادة القيمة وليس فقط المنتجات مع سرعة الاستجابة لطلبات واحتياجات العملاء.



- شهبيرة إبراهيم حسن  
- ان متطلبات العملاء في السوق الحديث يتطلب لتطوير شبكة من الأنشطة الخدمات اللوجستية لرضاء العملاء والوصول لميزه تنافسية.  
- ان المزيج بين التسويق والخدمات اللوجستية يؤدي الي الابتكارات في تقديم القيمة المضافة للمنتجات وكسب ميزة تنافسية.

### مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في كيفية استخدام أنشطة خدمات شركات الشحن الدولي لتحقيق الميزة التنافسية للمنتجات الشركات الصناعية حيث شدة المنافسة لتلك الشركات الصناعية و راجبتها في فتح اسواق جديدة تحتم عليها استخدام اساليب جديدة تساعد في تحقيق اهدافه و هنا تكمن مشكلة الدراسة في كيفية توظيف و الاستفادة من أنشطة شركات الشحن الدولي لمساعدة الشركات الصناعية في تحقيق اهدافها.

### اهداف الدراسة:

في ضوء تحديد مشكلة الدراسة تسعى الباحثة نحو تحقيق الأهداف الآتية

١-توصيف الإطار النظري الذي يساعد الشركات الصناعية على تحديد التغيرات السوقية في ظل المنافسة الحادة بين الشركات.

٢-تحديد كيفية استخدام أنشطة شركات الشحن الدولي في مساعدة الشركات الصناعية للوصول لتحقيق اهدافها.

### اهمية الدراسة :

- ١- تسليط الضوء علي اهم الأنشطة التي تقوم بها شركات الشحن لتحقيق سرعة الاستجابة للعميل
- ٢- كيفية التنسيق بين أنشطة شركات خدمات الشحن و احتياجات الشركات الصناعية لتحقيق اهدافها للوصول الي رضاء العملاء و تحقيق الميزة التنافسية

## إطار نظري للبحث

في ضوء ما سبق تقوم الباحثة بتوضيح الاطار النظري لفكرة للبحث  
اولاً: مفهوم شركات خدمات الشحن الدولي

شركات خدمات الشحن الدولي هي الشركات التي تنظم الشحنات للأفراد أو الشركات لنقل السلع من النقطة البداية التي تتمثل في بلد المنشأ الي نقطة النهاية التي هي مكان الوصول علي سبيل المثال شكل (٢-١) لتكون جاهزة للتوزيع و الوصول الي العملاء في مختلف الانحاء ، تضمن شركات الشحن أن تصل الشحنة بأمان إلى وجهتها المطلوبة، باستخدام أفضل الطرق لتحقيق رضا العملاء و الوصول الي ميزة تنافسية. (www.eiffa.org)



تنظيم الشحنات من نقطة البداية الي نقطة النهاية

شكل (٢-١) من اعداد الباحثة

و يوجد انواع مختلفة من شركات خدمات الشحن الدولي المسجلة لدي شعبة خدمات النقل الدولي واللوجيستيات و هم :

### ١- شركات النقل المشتركة

#### **Vessel Operating Common Carrier (VOCC)**

هذا النوع من شركات خدمات الشحن الدولي تمتلك جميع انواع وسائل النقل الدولي البحري ، البري، الجوي، النهري و سكة الحديدية.

### ٢- شركات النقل المشتركة التي لا تمتلك السفن

#### **Non Vessel Operating Common Carrier(NVOCC)**

تتضمن هذا النوع من الشركات خدمات الشحن الدولي بتجميع الشحنات المتنوعة من العملاء المختلفين ووضعها في الحاويات للحصول علي اقل سعر للشحن و هذا النوع من الشركات يقوم

شهبيرة إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية  
بالتعاقد مع شركات النقل البحرية التي تمتلك السفن لعدم امتلاكهم لأي نوع من السفن لتسهيل  
استخدام النقل البحري إذا طلبت الشحنه لذلك و الهدف منه الاحتفاظ بالعملاء.

### ٣- شركات مشغلي النقل متعدد الوسائط

## Multimodal Transport Operators (MTO)

هذا النوع من شركات خدمات الشحن الدولي لا تمتلك اي وسيلة من وسائل النقل المختلفة لذلك  
تقوم بالاستعانة و التعاقد مع شركات النقل الاخرة التي تمتلك وسائل النقل المتعدده لتوفير خدمة  
النقل من الباب الي الباب .

### ٤- وسطاء الجمارك Customs Brokers

تعمل هذه الاطراف من شركات خدمات الشحن الدولي كوكلاء للمصدرين و المستوردين من  
اجل متابعة القرارات الجمركية و اجراءات دفع الرسوم و الضرائب و الغرامات الجمركية . و  
يكون وسطاء الجمارك علي العلم بكل التعريفات او الغرامات الجمركية لاعطاء الشاحن التعليمات  
و الاستشارات المطلوبه لتسيير عمليه الشحن البضائع (Duong,2016)

### ٥- وكيل الميناء (الميناء البحري،المطارات او محطة الشحن)

## Port (Seaport, Airport or Cargo Terminal) agent

يمثل هذا النوع من شركات الشحن الدولي كوكيل للناقل سواء في الميناء البحري او المطار  
الجوي حيث يسهل اجراءات استقبال و متابعة عمليات الشحن و التفريغ حتي مغادرة وسيلة النقل.  
تلعب شركات خدمات الشحن الدولي دورا كبيراً في عملية التواصل بين مختلف الاطراف، لاسيما  
في حركة التجارة التي أصبحت أكثر سهولة مع وجود مثل هذه الشركات، التي توفر وصول  
المنتج بحالة جيدة وفي وقت المطلوب و بأفضل التكاليف لذلك هي تلعب دور الوسيط في نقل ما  
تحتاجه، مع ضمان السلامة للشيء المنقول للوصول في الوقت المناسب و التكلفة المناسبة. إضافة  
إلى أن بعض المتاجر العالمية ليس لديها شركات شحن خاصة بها، أو هي ذاتها لا تقدم خدمة  
الشحن وهو ما يدعوها للاستعانة بشركة خدمات النقل الدولي للتعاقد معها لتوصيل البضائع

شهبيرة إبراهيم حسن  
للعلماء في مختلف الاماكن و هذه الشركة تقوم بخدمات النقل من الباب الي الباب و يقصد بها هي  
شحن من باب المصدر و التوصيل الي باب المستورد.( Kiosster, 2009 )  
وعندما يتعلق الأمر بالنقل الدولي، فهناك الكثير من المصطلحات والتعبيرات التي يجب القاء  
الضوء عليها مثل:

- ١- **شحن البضائع:** بمعنى نقل البضائع من مكان لآخر او من دولة الي اخري باستخدام وسائل النقل المختلفة علي سبيل المثال شحن البحري عبر الموانئ بواسطة السفن ،شحن الجوي عبر المطارات بواسطة الطائرات، شحن البري بواسطة الشاحنات او القطارات.
- ٢- **المشتري (Buyer):** يشتري البضائع مقابل الثمن المتفق عليه
- ٣- **البائع (Seller):** يبيع البضاعة و ملزم بتوصيلها المكان المتفق عليه طبقا لشروط العقد .
- ٤- **المرسل (Consignor):** من يرسل البضاعة ( ربما يكون مختلفا عن بائع البضاعة الأصلي (
- ٥- **المرسل اليه (Consignee):** من يستقبل البضاعة ( العنوان المروض وصول البضاعة اليه )
- ٦- **الشاحن (Shipper):** المسؤول عن توصيل البضاعة و هو الطرف المتعاقد مع الناقل في عقد النقل .
- ٧- **الناقل (Carrier):** يحمل البضاعة من مكان تجميع البضاعة الي مكان الوصول طبقا للعقد المتفق عليه. و هو المسؤول عن اي تلف أو خسارة أو تأخير للبضاعة
- ٨- **وكيل الشحن (Forwarder):** ينظم عملية النقل تحت اسمه و لكن على حساب الشاحن ( على انه وسيط ) كما يكون مفوضا من قبل الشاحن في اختيار الناقلين و التعامل معهم .
- ٩- **بوليصة شحن Bill of Lading**

وثيقة تصدرها الشركة الناقلة وهي عبارة عن عقد نقل بين المصدر (البائع) والشركة الناقلة وتبين ميناء الشحن وميناء الوصول ووسيلة النقل وأجرة الشحن وكيفية دفعها. وتعتبر بوليصة الشحن

شهبيرة إبراهيم حسن  
تأكيدا من قبل الشركة الناقله باستلام البضاعة في عنابر السفينة، وهي أيضا عقد تملك للجهة  
المصدرة إليها حيث تصف البوليصه البضاعة والجهة المرسله إليها

#### ١٠ - بوليصة الشحن الجوي **Airway Bill**

وثيقة تشكل تأكيد الناقل بالاستلام واستعداده لنقل البضائع. قائمة الشحن البري.

#### ١١ - بوليصة الشحن للنقل البري **Waybill**

هي قائمة مكتوبة بأسماء وأوصاف البضائع المشحونة على عربة أوقطار أو سيارة، وهي الوثيقة الرسمية التي تقبل بها شركة النقل في حالة مطالبة صاحب البضائع شركة النقل أو شركة التأمين باسترداد ثمن ما فقد أو عطب منها أثناء الشحن

**وظائف بوليصة الشحن :**

– عقد نقل **Contract to carrier**

- اذن استلام البضائع من قبل الشركة الملاحية **Receipt to shipper**

- دليل عند الوصول **Evidence at arrival**

- دليل علي التأمين **Proof of Insurance**

- اساس لحساب تكلفة النقل **Basis for Freight calculation**

#### ١٢ - الرسوم الجمركية **Customs Duties**

هي ضرائب تفرض عادة على السلع المستوردة إلى الدولة أو المصدرة منها، وقد تكون هذه الضرائب قيمية تقدر بنسبة مئوية من قيمة السلعة، أو قد تتخذ شكل مبلغ ثابت يفرض على السلعة مهما كانت قيمتها وتعرف هذه باسم الضرائب النوعية، وخلافا للتعريفات فان الرسوم الجمركية تستخدم أساسا كأداة لجمع إيرادات للحكومة وكأداة لحماية المنتجات المحليه من المنافسة الأجنبية

#### ١٣ - رسوم أرضية رسوم تخزين **Storage Fees**

بدل أراضيات وتخزين في ساحات الميناء تدفع من قبل المستورد أو المفوض بالتخليص على البضاعة بعد انقضاء فترة السماح المعطاة، وفترة السماح في الموانئ .

٢٠٠

#### ١٤ - تخليص جمركي **Customs Clearance**

هي المعاملات والشكليات التي تتضمن دفع الرسوم وإبراز الوثائق والمستندات الجمركية اللازمة لتخليص بضاعة مستوردة بعد إنزالها في نقطة تفتيش جمركية جوية أو بحرية أو برية.

#### ١٥ - تعهد جمركي **Customs Bond**

هو تعهد يطلب تقديمه من المستوردين وأصحاب المستودعات وشركات النقل والأشخاص الذين يقومون باستيراد ومناولة بضائع خاضعة للرسوم الجمركية، والغرض من هذا التعهد حماية مصلحة الحكومة أثناء وجود هذه البضائع في المستودعات أو أثناء مناولتها وتخليص معاملاتها قبل تخليص الرسوم الجمركية عنها.

#### ١٦ - تصريح جمركي **Customs Declaration**

لدى مرور البضائع المستوردة أو المصدرة على نقاط التفتيش أو التخليص الجمركية ينبغي أن تكون مزودة بتصاريح لتسهيل مرورها، والتصاريح الجمركية عدة نماذج تتناسب مع العملية الجمركية المحددة

#### ١٧ - أوراق تخليص **Clearance Papers**

هي الأوراق التي تعطيها السلطات الجمركية في الميناء إلى قبطان السفينة للإشارة إلى أن السفينة قد وفت بما عليها من التزامات ولها حق مغادرة الميناء

#### ١٨ - نموذج بيان جمركي **Customs Declaration Form (CDF)**

وثيقة رسمية يعدها وكلاء تخليص معتمدون يقومون بتخمين واحتساب الرسوم الجمركية والضرائب التي ستقوم بجبايتها السلطات الجمركية. ويجب إعداد البيان الجمركي بشكل دقيق ومطابق لبيان حمولة الباخرة الذي يتم تقديمه من قبل شركة النقل للسلطات الجمركية تفاديا لغرامات جمركية (Carallo,2013)

#### ١٩ - مناطق المخازن الجمركية **Bonded Areas**

هي مخازن عامه أو خاصة تحت إشراف سلطات الجمارك تخزن فيها البضائع بإشراف دائرة

شهبيرة إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية  
الجمارك قبل خضوعها لإجراءات التخليص، وفي حال إخراج هذه البضائع من المخازن يتم  
استيفاء الرسوم الجمركية المترتبة عليها بدلا من استيفائها وقت الاستيراد، أما إذا أعيد تصدير  
السلعة فلا حاجة إلى دفع .

## ٢٠ - بضائع بمخزن الجمارك **Bonded Goods**

بضائع مخزونة في المستودعات العمومية من قبل أصحابها تمهيدا لدفع الرسوم أو الضرائب  
المستحقة في حالة التخليص عليها أو جزء منها أو إعادة تصديرها.

## ٢١ - قائمة تعبئة **Backing List**

وثيقة يصدرها المصدر وتبين محتويات كل طرد ورقمه، وزن الشحنة، اسم المستورد، ورقم  
الفاتورة التجارية، وتصف المنتجات ومواصفاتها بدقه.

## ثانيا : الدور الذي تقوم به شركات خدمات الشحن و اهميته

يتمثل الدور الذي تقوم به شركات خدمات الشحن الدولي في التجارة سواء الدولية او المحلية في  
تسيير حركة التجارة من خلال المهام التالية :

- تقديم شركات خدمات الشحن المشورة للشاحن بشأن تكاليف التصدير بما في ذلك تكاليف الشحن،  
نفقات الموانئ، رسوم القنصلية، ووثائق الخاصة ، تكاليف التأمين ، تكاليف التخزين و  
التجميع، تكاليف الجمارك، تكاليف التغليف و التعبئة و تكاليف النقل سواء كان بري، بحري، سكك  
حديدية او نهري ( Svanes,2010 )
- تخطط شركات خدمات الشحن الطريق الاكثر ملائمة لطبيعة الشحنة مع مراعاة عدم التلف و  
الزيادة في التكلفة وضبط الوقت للتسليم و سلامة الشحنة و الاخذ في الاعتبار البضائع الخطرة.
- تقوم شركات خدمات الشحن بالحجز و التعاقد علي مساحة الشحن اللازمة علي متن السفينة او  
الطائرة او القطار او الشاحنة.
- تقديم شركات خدمات الشحن الاستشارات و التعاقدات التأمينية لنقل البضائع نيابة عن الشاحنين  
و مساعدتهم في حالة وقوع اي مشكلة .

- شهيره إبراهيم حسن دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية
- تقديم شركات خدمات الشحن المشورة للشاحن بشأن أنسب وسيلة لنقل البضائع و تنفيذ الاجراءات الخاصة بها لتحميل البضائع وللتعبئة و للتغليف و التخزين.
  - تقوم شركات خدمات الشحن باعداد و عرض المستندات الخاصة بالنقل و التجارة المطلوبه للتصدير و الاستيراد و بوليصة
  - الشحن البحري و او بوليصة الشحن الجوي .
  - تقوم شركات خدمات الشحن بالتعامل مع وكلاء الجمارك في الخارج للتأكد من أن السلع و الوثائق مطابقة للانظمة الجمركية.
  - تقوم شركات خدمات الشحن بالعمل كوسيط في المفاوضات الجمركية و التشريعات حول التجارة الدولية و المواقف السياسية و الاجتماعية و العوامل الاخرى التي تؤثر علي حركة البضائع لتوصيلها بكفاءة عالية.
  - تقوم شركات خدمات الشحن باستخدام التجارة الالكترونية عن طريق الانترنت و الانظمة الحديثة للسماح بالتتبع البضائع عن بعد.
- و هذه المهام ساعدت كثيرا في تنشيط حركة التجارة المصرية و خاصة ان تواجد مثل هذه الشركات اصبح عرفا دوليا يعتمد عليه كل من المصدرين و المستوردين في جميع انحاء العالم.

## النتائج و التوصيات

### اولا النتائج:

في ضوء الاهداف التي تم وضعها لهذه الدراسة تقوم الباحثة يعرض النتائج و تقييم مدي مساهمتها في تحقيق اهداف الدراسة وذلك عن نحو التالي:

- ١- اتفقت النتائج في ان جميع الشركات الصناعية علي ان اهم عنصر في جودة الخدمة المقدمة للعملاء من خلال شركات الشحن التي تضمن وصول المنتج المناسب للعميل المناسب و في المكان المناسب و ايضا خلية من اي خطأ و يليها في الاهمية مدي تقبل الشركة الشحن الدولي لراي العملاء و مدي الاستجابة للمتطلباتهم.



- شهبيرة إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية
- ٢- كما اشارت النتائج ان اهم عنصر تقدمه الشركات الشحن الدولي هي تقديم التنوع في الخدمات المقدمة طبقا لنوعية العملاء المختلفين لكتساب الميزة التنافسية لارضاء كافة عملائها.
  - ٣- كما اوضحت النتائج ان نسبة كبيرة من المتعاملين مع الشركات الشحن الدولي يفضلون التنوع في العروض و ظروف تقديم الخدمات المختلفة.
  - ٤- كما تبين ان اهم صورة لخدمات شركات الشحن الدولي هي خدمة العملاء التي تسهم اسهاما معنويا في تبين عنصر جودة الخدمة المقدمة بين الشركات و بناء الميزة التنافسية.
  - ٥- ان اهم عنصر لتحقيق الميزة التنافسية لشركات الشحن الدولي و التي تسهم اسهاما معنويا في رضاء العملاء هي سرعة الاستجابة و توقيت الاستجابة لطلب العملاء و التوصيل السليم للمنتجات.
  - ٦- اوضحت النتائج ان اهم مجالات التعاون بين شركات الصناعية و شركات الشحن الدولي في تقديم المنتج و خدمة العملاء و تسعير الخدمة و الترويج للخدمة علي الترتيب و هي بذلك تسهم اسهاما معنويا في تحقيق الميزة التنافسية.

### ثانيا التوصيات:

في ضوء النتائج التي تم التواصل اليها في الدراسة النظرية قامت الباحثة بوضع مجموعة من التوصيات التي ممكن ان تسهم في زيادة الوعي باهمية التركيز علي اهمية اختيار السليم لشركات الشحن بالنسبة للشركات الصناعية علي النحو التالي:

- ١- مازال هناك عدم وعي كافي بالشركات الشحن الدولي و الدور الرئيسي في ازدهار الاعمال اذا لم يتم توفير السلع في المكان المناسب و في الوقت المناسب فقد يؤدي ذلك الي عواقب قد لا تكون مواتية للشركات لذلك تتجة هذه الشركات الي توفير التسويق اللوجستي لهذه الاسباب
- ٢- **اتاحة البضائع:** التي تتضمن شركات الشحن توفرها في الوقت المناسب و المكان المناسب فذلك يزيل عائق المكان .
- ٣- **المحافظة على البضائع من التلف:** ان شركات الشحن الدولي تخطط لمناولة البضائع طبقا لطبيعتها لذلك لا يمكن تخزين البضائع القابلة للتلف لفترة طويلة. يجب إرسالها في أقرب وقت

شهبيرة إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية  
ممكن. على سبيل المثال ، المنتجات الغذائية. يضمن قسم اللوجستيات إرسال البضائع في أقرب  
وقت ممكن ، اعتمادًا على الطلب ومتطلبات المنتج.

٤- تحسين الكفاءة: تعمل شركات الشحن الدولي على تحسين الكفاءة حيث يمكن للأعمال التركيز  
على العمليات الرئيسية للبضائع.

٥- إزالة الحواجز الجغرافية: إذا كانت البضائع ستنقل إلى الخارج (الصادرات) ، فيمكن إتاحت  
وسائل النقل المناسبة بسهولة لوصولها للعملاء في أي مكان يحدده العميل.

٦- بناء السمعة الجيدة : إذا تم توفير البضائع للعميل في الوقت المناسب ، فإنها تبني السمعة الجيدة  
للشركة الشحن في السوق وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية .

٧- زيادة القدرات اللوجستية لشركات الشحن الدولي له تأثير مباشر علي زيادة الحصة السوقية و  
تحقيق الميزة التنافسية و ذلك من خلال بعض الانشطة اللوجستية التي تقدم بشكل متميز للعملاء.

٨- تشجيع و تطوير العلاقة التعاونية و التكاملية بين شركات الشحن الدولي للبضائع ساهم بعبء  
عوامل.

-أولا ، دفع وازدهار التجارة الإلكترونية ادى الى العديد من أنشطة الاعمال الدولية مثل ظاهرة  
العولمة.

- ثانيا ، ان التعاون الدولي يتطلب تغيرا في استراتيجية التصنيع في العديد من دول العالم حيث  
ظهور الصناعات التجميعية والتي تتطلب الي التعاون بين مختلف الدول علي تجميع المنتجات  
نصف المصنعة الى دول تتميز بالموارد البشرية الارخص من الدول التي لديها تكنولوجيا متقدمة  
وذلك من اجل تجميع السلعة النهائية و الوصول الي مزايا تنافسية .

- ثالثا،ضغوط السوق والعولمة ، مثل منظمة التجارة العالمية ، يدفع الصناعات المحلية لترويج  
نفسها للوصول إلى مستوى عالمي ومواجه المنافسة العالمية.

٤- ان الاهتمام و التاكيد علي عنصر ميزة التنافسية في شركات الشحن الدولي حيث تبين ان لها  
تأثير ايجابي علي سرعة الاستجابة لطلبات العملاء و توقيت الاستجابة حيث يصل الخدمة للعميل

شهيره إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية  
في المكان المناسب و الكمية المطلوبه و في التوقيت المناسب بالجودة المطلوبة لكتساب رضا  
العميل .

٥- ضرورة خلق بيئة داخلية و تشجيع الجهود المبذولة لتحسين خدمة العملاء و اعداد البرامج  
التدريبية للعاملين في الشركات الشحن الدولي لتعميق مفهوم الميزة التنافسية لخلق قيمة مضافة  
للعلاء و ذلك من خلال

#### • تحسين الخدمات:

يصبح تقديم خدمة عملاء جيدة أمراً ضرورياً متطلبات تشغيل ادارة الأعمال مع المنافسة الشديدة  
للسوق العالمية. ان جودة الخدمات المقدمة هي العامل الرئيسي لجذب العملاء الى شركة بعينها  
من بين الشركات مع تتشابه في منتجاتها او خدماتها. وبناء عليه تتضمن أنظمة الخدمة العديد من  
التقنيات المتقدمة الآن على سبيل المثال كاستجابة فعالة للمستهلكين ( ECR ) ( Efficient  
Customer Response ) واستجابة سريعة ( QR ) ( Quick response ). في المستقبل  
القريب، سيتم تطبيق المزيد من التقنيات الجديدة في تقديم خدمات أفضل للعملاء.

#### • قصردورة حياة المنتج :

مع الاتجاه الحالي ، يتغير تصميم البضائع يوماً ، وبالتالي ، فإن دورة حياة المنتج اصبحت أقصر  
فاقصر، خاصة في استخدامات التكنولوجيا الحديثة ، لذلك يجب على النظام اللوجستي العمل على  
تطوير وتحسين كفاءته ليتمشي مع متطلبات العملاء وفقاً بالبحوث التسويقية.

#### • تحسين التسهيلات اللوجيستية:

تقدم وتطور اللوجستيات بناء على تقنيات نظام النقل الذكي باستخدام الحاسب الالى والالكترونيات  
والاتصالات والتحكم لمواجهة العديد من التحديات التي تواجه منظومة النقل البرى مثل توظيف  
نظام النقل الذكى ( ITS ) Intelligent transportation system للحصول على معلومات  
عن اداء مرافق النقل من ازدحام الطرق والمشاكل المرورية والاحوال الجوية وتوفير كل تلك  
المعلومات على مستخدمى التطبيقات الذكية بهدف تحسين مستوى حركة النقل زيادة كفاءة التشغيل

شهبيرة إبراهيم حسن  
دور شركات خدمات الشحن الدولي لخلق ميزة تنافسية  
وتحسين مستوى السلامة المرورية وتخفيض استهلاك الطاقة مما يؤدي الى رفع كفاءة منظمة  
النقل البرى .

#### • كفاءة العمليات اللوجستية:

ان كفاءة العمليات اللوجستية باستخدام تقنية الباركود فى ادارة المخزون وعمليات البيع ساعدت  
على تقليل الوقت لمعرفة الكمية المخزونة واصدار اوامر التوريد بشكل تلقائى وحاليا يتم استخدام  
تقنية RFID (Radio Frequency Identification) وهى التقنية الاكثر تطورا باستخدام  
موجات الراديو الاسلكية للتعرف الاوتوماتيكي على مستوى المخزون الحالى بالمتجر او المخزن  
للتواصل لاصدار امر التوريد لما هو غير متوفر فى كلاهما

#### • قناة التعاون بين الشركات :

من أجل توفير التكاليف اللوجستية ، وتعظيم استخدام سعة النقل المتاحة وتكامل المنظومة  
اللوجستيات فيمكن تجميع الاحتياجات المختلفة من العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة ذات  
المقصد المشترك بسعة النقل المتاحة بما يحقق التعاون المشترك فى قنوات النقل وهو مفتاح توفير  
التكاليف اللوجستية.

#### • تقديم الخدمات التسويقية اللوجستية المتخصصة:

من اهم الاتجاهات الحديثة للصناعات اللوجستية هو خدمات النقل المتخصصة حيث يتم نقل  
المنتجات الغذائية فى وسائل نقل او حاويات مجهزة بنقل بوحدات تبريد متخصصة يمكنها ليس  
فقط التحكم فى درجات الحرارة بل فى مناخ الحاوية من رطوبة والعديد من العناصر التى لها  
التاثير المباشر على جودة وسلامة المنتجات الغذائية كذلك بالنسبة للمواد السائلة والغازية تنقل  
داخل تنكات متخصصة يراعى فى صناعتها طبيعة المادة السائلة المنقولة مثل نقل المنتجات  
الكيميائية التى يمكن ان تتفاعل مع مكون صناعة التناك وبالتالي حدوث التسرب اثناء عملية النقل

ان لتطوير المراكز اللوجستية بشكل جيد يساعد على تطوير النظام الاقتصادى الوطنى حيث يمكن لتلك المراكز تقصير المسافة بين مناطق الانتاج والتسويق للعملاء وقدرتها على الدمج بين العديد من المنتجات فى مكان واحد وبالتالي لابد من اقتراح اماكن اقامة مثل تلك المراكز والخاصة بتقديم المنتجات المختلفة والخدمات اللوجستية وذلك للحد من حيازة مساحات متعدد من الاراضى يمكن الاستفادة منها فى مشروعات اخرى توسعية والخدمات اللوجستية المستقبلية سوف تتعاون مع منظومة التجارة الالكترونية عبر الانترنت لخلق افاق جديدة من انظمة الاعمال منها النقل من الباب الى الباب

**نقل البضائع:** يعتبر التعاون بين شركات الشحن لتسهيل لنقل البضائع من نقطة الانتاج الي نقطة الاستهلاك اتجاه مهم فى المستقبل. لتوفير متطلبات العملاء فيمكن للاستراتيجية الشحن تساعد في توسيع مجالات الخدمة وزيادة جودة الخدمة ، وفي الوقت نفسه لتقليل تكاليف الرحلة و سرعة التسليم بأمان.

## المراجع

### اولا: المراجع العربية:

- الجرف ،مني طعيمة (٢٠٠٢)، مفهوم القدرات التنافسية ومحدداتها – مسح مرجعي"، أوراق اقتصادية، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 19، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة
- عبد المنصف، أحمد، محمود (٢٠١٥)، اقتصاديات وسياسات النقل البحري، الاسكندرية، الاكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا .

### ثانيا: المراجع الاجنبية:

- A. Carallo, M. L. (2013). Defining Digital Technology Life cycle. ISRN ENG, 177-206.
- Balakrishnan, VN and Mohamad Khan, Jamal Khan (2018),” Influential Factors of Competitive Advantage Progression on SME Third-Party Logistics in Selangor
- Brkljač, Milan N., Stanković, Jelena M.and Gajić, Slađana B.(2013),”Gaining a Competitive Advantage by Integration of Marketing and Logistics”, In Proceeding of LOGIC,1<sup>st</sup> logistics international conference, (pp 121-125), Belgrade, Serbia
- Duong, H.T. and Paché, G., 2016. How Informational Integration Can Improve The Relationship Between Buyer And Supplier Of Logistical Services: Empirical Evidence From Vietnam. Journal of Applied Business Research, 32(1), p.341.
- Erik Svanes, M. V. (2010). Sustainable Transportation development. TEchnol.SCi.23, 161-175.
- EIFFA Egyptian International Freight Forwarding Association [www.eiffa.com](http://www.eiffa.com)
- Helmy, Karim A., ElMokadem, Mohamed Y., Abd el Bary, Alaa and El-Sayeh, Mohi.,(2018),”The Impact of Logistics Performance on Competitive Advantage: The Case of Freight Transport In Egypt”, Journal of WEI Business and Economics vol7(1),(pp 33-47)
- ICC International chamber of commerce [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)
- Klosster, R. T. (2009). Transportation Industry and Dilemmas In Digital Development. Tecno and Innovation Journal, 223-237.