

المؤتمر الدولي للنقل البحري واللوجستيات
(مارلوج 3)
صناعة اللوجستيات في العالم العربي "التحديات والفرص"
09 - 11 مارس 2014

مدخل مقترح لتكامل الأنشطة اللوجستية والتسويقية لزيادة القدرات التنافسية
للشركات العاملة في قطاع النقل البحري

أمل مصطفى صفور
مساعد عميد كلية النقل الدولي واللوجستيات

ملخص الدراسة

يعتبر التسويق واللوجستيات نشاطان في جوهرهما مترابطان على الرغم من أن الواقع العملي غالباً ما ينظر إليهما على أنهما منفصلان مما يؤدي إلى ازدواجية أداء الأنشطة اللوجستية والتسويقية، وقد أوضحت العديد من الدراسات أن تكامل الأنشطة التسويقية واللوجستية تؤثر تأثيراً إيجابياً على الأداء الكلي للمنظمات ومن ثم تدعم وتعزز القدرات التنافسية لهذه المنظمات.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد أهمية تكامل الأنشطة اللوجستية والتسويقية ثم توصيف وتحديد طبيعته هذا التكامل واثره الإيجابي في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، وسيتم التعرف على أثر تكامل الأدوار التي تلعبها هذه الأنشطة على القدرات التنافسية للمنظمات العاملة في مجال النقل البحري.

وتكشف هذه الدراسة وجود مجموعة من العناصر والأنشطة المتداخلة والتي تدعم وتعزز هذا التكامل كما تستخلص الدراسة أن توافر هذه العناصر يؤدي إلى تعميق التكامل بين مجالي التسويق واللوجستيات بما يؤثر إيجاباً على الأداء الكلي للمنظمات ويزيد من رضا العملاء ويؤدي في نفس الوقت إلى زيادة النصيب الموقى ودعم القدرات التنافسية في ظل المنافسة الشديدة التي تواجهها المنظمات والشركات العاملة في مجال النقل البحري.

وسيتم عمل نوعين من التحليل لتحديد أثر وأهمية هذا التكامل، وقيس التحليل الكيفي أو النوعي Qualitative Analysis إلى أي مدى يؤثر تطبيق هذه الأنشطة على مستوى التكامل بين وظيفتي التسويق واللوجستيات، بينما يهدف التحليل الكمي Quantitative Analysis لنتائج الاستبيان التي تم جمعها من مديري وموظفي قسمي التسويق واللوجستيات بشركتي بورسعيد لتداول الحاويات ومحطة حاويات شرق بورسعيد حول درجة الارتباط بين عناصر وأنشطة التسويق واللوجستيات ودورها في زيادة القدرات التنافسية للشركتين .