اختبر نفسك المحاضرة الأولى

ادارة التوريد

❖الأهمية الأكاديميه و المهنيه و الاقتصادية لموضوع التزويد و سلاسل التوريد

أ- تؤثر عناصر التزويد و سلاسل التوريد على الكلف
ب- يمتد تأثير عناصر التوريد بشكل واسع على استراتيجية المنافسة
ت- تعتبر عناصر التزويد وسلاسل التوريد مفتاح نجاح للإدارات الحديثة
ث- لا بد من الموائمة بين المدخلات و المخرجات بحيث تتناسب مع حجم الطلب
ج- أعطت الدول الكبرى أهمية خاصة لموضوع سلاسل التوريد لكونه يمثل البنى التحتية لإقتصاداتها و تطورها
ح- جميع ماذكر

الإنجاز الدقيق او الادارة الدقيقة التي دائماً تصاحب المواد الأكلية حتى الوصول إلى المستهلك او المستعمل عبر مرورها بعمليات التصنيع و التغيير

أ- مفهوم سلاسل التوريد
ب- مفهوم التزويد او الامداد
ت- مفهوم خدمة الزبون

التكامل في عمليات الإدارات ك حتى المستخدمين النهائيين

أ- مفهوم سلاسل التوريد
ب- مفهوم التزويد او الامداد
ت- مفهوم خدمة الزبون

الإدارة المتكاملة التي يتركز عملها في الحصول على المواد و ضمان انسيابها قبل و اثناء و بعد الانتاج

أ- مفهوم سلاسل التوريد
ب- مفهوم ادارة الامداد
ت- مفهوم خدمة الزبون

الانشطة الاساسية للإدارة التوريد هي

أ- (معايير خدمة المستهلك والتسويق – النقل – ادارة المخزون – تدفق البيانات وعملية الاوامر والطلب)

ب- (المستودعات – مناولة المواد – الشراء – التصميم والتغليف –العمليات –تحديث وادامة المعلومات)

ت- لاتوجد اجابة صحيحة

الانشطة المساعدة للإدارة التوريد هي

أ- (معايير خدمة المستهلك والتسويق – النقل – ادارة المخزون – تدفق البيانات وعملية الاوامر والطلب)

ب- (المستودعات – مناولة المواد – الشراء – التصميم والتغليف –العمليات –تحديث وادامة المعلومات)

ت- لاتوجد اجابة صحيحة

BC تعني

أ- الترميز السلعي bar coding

ب- نظم المعلومات اللوجستية

ت- لاتوجد اجابة

يعتبر احد وسائل الاتصال الحديثة وتظهر اهميتة في العمليات التسويقية والتخزين واعمال للوجستك الاخري سهل عملية الترصيد والترحيل والمراقبة في المخازن

أ- الترميز السلعي bar coding

ب- نظم المعلومات اللوجستية

ت- الهاتف وشبكات الانترنت

تهتم بدوام استمرار تدفق المواد بكفاءة عالية سواء في عملية المخزون و المواد تامة الصنع من نقطة الأصل

إلى نقطة الإستهلاك .

أ- ادارة النقل
ب- ادارة تدفق المواد
ت- ادارة العلاقة مع الزبون

النقل أنواع
أ- النقل السريع – النقل العادي
ب- النقل الثقيل – النقل الخفيف
ت- النقل المنتظم – النقل سبة المنتظم – النقل الغير منتظم

يستخدم عندما يوجد لدينا حركة نقل كافية سواء في حالة الإستخدا م او الاستغلال من أشكاله الأحزمة الناقلة ، النقل الدائرم بين الأقسام ، الخطوط المنتظمة بمراعاة اوقات التوقف

أ- النقل المنتظم
ب- النقل شبة المنتظم
ت- النفل الغير منظم

مزيج من النقل المنتظم وغير المنتظم .

أ- النقل المنتظم
ب- النقل شبة المنتظم
ت- النفل الغير منظم

كميات مختلفة ، و ظروف استثنائية .

أ- النقل المنتظم
ب- النقل شبة المنتظم
ت- النفل الغير منظم

تقود إلى حصة أكبر بحكم انخفاض تكلفة الوحدة الواحدة . و التي تظهر بشكل أكبر في منحنى الخبرة الذي

يعتبر إمتداد لفكرة منحنى التعلم (مهارة اعلى – انتاجية اكبر – وتكلفة اقل)

أ- ميزة القيمة
ب- ميزة الانتاجية
ت- لاتوجد اجابة

المستهلك لا يشتري المنتج من أجل ذلك المنتج فحسب , بل انه يشتري المنافع سواء الملموسة أو غير الملموسة .

وهذا يدل على

أ- ميزة القيمة
ب- ميزة الانتاجية
ت- لاتوجد اجابة

اختبر نفسك المحاضرة الثانية

ادارة التوريد

تعتبر مقياس لمعدل فاعلية نظام اللوجستك (الإمداد) و كيفية أداء عمله

أ- المشتريات
ب- خدمة الزبون
ت- سلاسل التوريد
ث- كل ماذكر صحيح

تمثل تقييم شامل لكل عناصر المزيج التسويقي (المنتج , و السعر , و الترويج , و التوزيع) وهي القوة المؤثرة في تحديد مستوى قبول الخدمة او المنتج

أ- قناعة الزبون
ب- خدمة الزبون
ت- لاشئ مما ذكر

تتمثل خدمة الزبون لدي أغلب المنظمات الإنتاجية و الخدمية ب

أ- 1-الوظيفة تلبة الطلبات ومعالجة الشكاوي– 2- مقاييس اداء محددة –3-فلسفلة مشتركة الوظيفة و بين مقاييس الاداء
ب- البيع فقط
ت- البيع وما بعد البيع

هي تلك العملية التي تأخذ موقعها بين المشتري و البائع و الشخص الثالث

أ- مفهوم خدمة الزبون
ب- الرؤيا العملية لخدمة الزبون
ت- لاشئ مما ذكر

عملية إضافة قيمة مضافة ذات أهمية في سلاسل التوريد و بطريقة فاعلة و بمردود عال

أ- مفهو خدمة الزبون
ب- الرؤيا العملية لخدمة الزبون
ت- لاشئ مما ذكر

تعرف خدمة الزبون عن طريق

أ- من ابتسامة الزبون و رضاء على ما حصل عليه خدمة من المنظمة
ب- عودة الزبون
ت- جميع ماذكر

أنواع خدمة الزبون

أ- الشروط المالية و شروط الإئتمان- ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة- تجانس ممثلي المبيعات- تركيب المنتج- الصيانة المقنعة و المواد الاحتياطية للاصلاح
ب- ما قبل الشراء- أثناء الشراء- بعد الشراء
ت- خدمة الزبون كنشاط- خدمة الزبون كمقياس أداء- خدمة الزبون كفلسفة

العوامل الأساسية التي يجب مراعاتها لضمان نجاح برنامج خدمة الزبو ن

أ- تعهد من الإدارة العليا في المنظمة نحو البرنامج
ب- التغييرات الثقافية لدي العاملين
ت- تطوير المهارات الشخصية بُغية التنفيذ الدقيق لتوقعات الزبون
ث- الأنظمة و الإجراءات التي تضمن تقديم خدمات جيدة
ج- خطة رئيسة تبين التغيرات الداخلية للنهوض بالتوقعات المستقبلية للزبون
ح- كل ماذكر

عناصر خدمة الزبون

أ- الشروط المالية و شروط الإئتمان- ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة- تجانس ممثلي المبيعات- تركيب المنتج- الصيانة المقنعة و المواد الاحتياطية للاصلاح
ب- ما قبل الشراء- أثناء الشراء- بعد الشراء
ت- خدمة الزبون كنشاط- خدمة الزبون كمقياس أداء- خدمة الزبون كفلسفة

يمثل الكشف التوضيحي للعقد وخدمات إدارية

أ- عناصر ما قبل الشراء
ب- عناصر اثناء الشراء
ت- عناصر بعد الشراء

خدمات النقل و الشحن , و ملائمة الطلب

أ- عناصر ما قبل الشراء
ب- عناصر اثناء الشراء
ت- عناصر بعد الشراء

مثل التركيب , و الضمان , و الإصلاح , و معالجة الشكاوي

أ- عناصر ما قبل الشراء
ب- عناصر اثناء الشراء
ت- عناصر بعد الشراء

القواعد الثلاث لخدمة الزبون وفقًا لاعتقاد الكتّاب و الباحثيين

أ- خدمة ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة- خدمة تركيب المنتج خدمة لصيانة المقنعة
ب- خدمة ما قبل الشراء- أثناء الشراء- بعد الشراء
ت- خدمة الزبون كنشاط- خدمة الزبون كمقياس أداء- خدمة الزبون كفلسفة

مثال معالجة الطلب وتوثيق القوائم , و إدارة المرتجعات

أ- خدمة الزبون كنشاط
ب- خدمة الزبون كمقياس أداء
ت- خدمة الزبون كفلسفة

مثل نسبة مئوية لتسليم الطلبات في وقتها , أو عدد الطلبات المعالجة بحدود قبولها

أ- خدمة الزبون كنشاط
ب- خدمة الزبون كمقياس أداء
ت- خدمة الزبون كفلسفة

هذا المستوي ينشط خدمة الزبوف من خلال تعهد واسع لتوفير قناعة الزبوف بأعلى المستويات والتركز على إدارة الجودة الشاملة

أ- خدمة الزبون كنشاط
ب- خدمة الزبون كمقياس أداء
ت- خدمة الزبون كفلسفة

تهدف العلاقة بين اللوجستك و التسويق للوصول إلى

أ- الوقت- الإعتمادية- الاتصالات – الملائمة
ب- قناعة المستهلك – جهود متكاملة – ربحية مشتركة
ت- لاشئ مما ذكر
ث- لا جابة أ- ب الصحيحة

تهدف العلاقة بين خدمة الزبون باللوجستك با

أ- الوقت- الإعتمادية- الاتصالات – الملائمة
ب- قناعة المستهلك – جهود متكاملة – ربحية مشتركة
ت- لاشئ مما ذكر

يشمل الوقت على العناصر التالية

أ- وقت تنفيذ الطلب- معالجة الطلب
ب- وقت تنفيذ الطلب- معالجة الطلب- تهيئة الطلب
ت- وقت تنفيذ الطلب- معالجة الطلب- تهيئة الطلب- شحن الطلب

هو الوقت الذي ينجز فيه الطلب من بدايته إلى نهايته اعتماداً على وسيلة الاتصالات المستخدمة

أ- وقت معالجة الطلب
ب- وقت تنفيذ الطلب
ت- وقت تهيئة الطلب
ث- وقت شحن الطلب

هذه العملية التي تشمل شيك الزبون , و تحضير سندات الشحن

أ- وقت معالجة الطلب
ب- وقت تنفيذ الطلب
ت- وقت تهيئة الطلب
ث- وقت شحن الطلب

يشمل وقت التعبئة , و التغليف للشحن , و التغليف الحمائي , و المناولة المخزنية بأشكالها

أ- وقت معالجة الطلب
ب- وقت تنفيذ الطلب
ت- وقت تهيئة الطلب
ث- وقت شحن الطلب

الوقت الممتد من تهيئة البائع المواد للنقل حتى تفريغها لدى المشترى

أ- وقت معالجة الطلب
ب- وقت تنفيذ الطلب
ت- وقت تهيئة الطلب
ث- وقت شحن الطلب

إذا تم تثبيت فترة التوريد فان ذلك يؤدي الى

أ- ينخفض مستوى المخزون إلى الحد الأدنى وترتفع التكاليف المخزنية
ب- يرتفع مستوى المخزون إلى الحد الأعلى وترتفع التكاليف المخزنية
ت- ينخفض مستوى المخزون إلى الحد الأدنى وتقل التكاليف المخزنية
ث- لاشئ مما ذكر

العوامل التي يمكن أو تحدد شكل استراتيجية إدارة خدمة الزبون

أ- ولاء الزبون
ب- قناعة الزبون
ت- إدراك الزبون للقيمة
ث- جميع ماذكر

الحاضرة الثالثة

القيمة و كلف التزويد

تعتبر من الوظائف الأساسية للتزويد و إدارة التوريد

أ- المخازن , و مناولة المواد , و الشراء , و التغليف الحمائي

ب- خدمة الزبون , و النقل - و عمليات الطلب , و تدفق المعلومات

ت- جميع ماذكر

تعتبر من الوظائف المساندة للتزويد و إدارة التوريد

أ- المخازن , و مناولة المواد , و الشراء , و التغليف الحمائي

ب- خدمة الزبون , و النقل - و عمليات الطلب , و تدفق المعلومات

ت- جميع ماذكر

امتدت وظائف التزويد للقيام بدور العلاقات العامة عن طريق

أ- تقديم خدمات النقل للموظفين أو توزيع المنتجات

ب- تلقي طلبات الزبائن و الموردين عبر الإنترنت

ت- عمل تعاقدات (طويلة الأجل)

ث- لاشئ مما ذكر

ج- القدرة على تحسين عمليات التسليم في الوقت المحدد و تقليل المخزون ف إلى الحد الادنى

تلعب وسائل التوزيع المادي دوراً مهما في تحديد التكاليف عن طريق

أ- تقديم خدمات النقل للموظفين أو توزيع المنتجات

ب- تلقي طلبات الزبائن و الموردين عبر الإنترنت

ت- عمل تعاقدات (طويلة الأجل)

ث- لاشئ مما ذكر

ج- القدرة على تحسين عمليات التسليم في الوقت المحدد و تقليل المخزون ف إلى الحد الادنى

أنماط كلف التزويد

أ- تكلفة الطلب والاتصال
ب- تكاليف مناولة و نقل المخزون
ت- تكاليف النقل
ث- تكاليف المخازن
ج- تكاليف معالجة الطلب و المعلومات
ح- جميع ماذكر

إن طبيعة اللوجستك تشبه الحجر الذم يُرمى في البركة

أ- صح
ب- خطاء

تسهم القرارات اللوجستك بتوليد كلف مناسبة أو ملائمة

أ- صح
ب- خطاء

التغير في إجمالي الكلف يسبب تغير في النظام

أ- صح
ب- خطاء

التسويق يهدف الى

أ- تعظيم الأرباح
ب- تخفيض الكلف
ت- جميع ماذكر

اللوجستك يهدف الى

أ- تعظيم الأرباح
ب- تخفيض الكلف
ت- جميع ماذكر

الدور الاستراتيجي للتوزيع

أ- تحسين خدمة الزبائن
ب- خفض كلف التوزيع
ت- توليد المنافع المكانية و الزمانية
ث- توازن الاسعار وثباتها
ج- التأثير على قرارات قنوات التوزيع
ح- السيطرة على كلف الشحن
خ- جميع ماذكر

مديري الشحن في الشركات الإنتاجية يجب ان يتمتعون

أ- بالتأثير على قرارات قنوات التوزيع
ب- تحسين خدمة الزبائن
ت- بمهارة عالية في مسائل الشحن
ث- جميع ماذكر

السماسرة – الوكلاء – الوسطاء – تجار الجملة تعتبر من

أ- قنوات التوزيع الغير مباشر
ب- قنوات توزيع مباشر
ت- لاتوجد اجابة صحيحة

قنوات التوزيع الغير مباشر يؤدي الى

أ- تقليص المخزون المركزي لدى الشركة , و قد تتحمل الشركة كلف التخزين لدى هذة القنوات
ب- تقليص المخزون المركزي لدى الشركة , بدون ان تتحمل الشركة كلف التخزين لدى هذة القنوات
ت- لاتوجد اجابة صحيحة

سحب الفائض معروض من سوق أ – الى سوق ب يؤدي الى

أ- ارتفاع الاسعار في السوق أ
ب- استقرار وثبات الاسعار
ت- لاتوجد اجابة صحيحة

اختبر نفسك المحاضرة الخامسة

ادارة التوريد

تُشتري من قبل الأفراد لتلبية احتياجات شخصية

أ- المنتجات الإستهلاكية
ب- المنتجات الصناعية
ت- المنتجات الموجهه
ث- لاتوجد اجابة

تُشتري من قبل المنظمات لأغراض إنتاج مواد اخرى بهدف تحقيق الربح او اهداف اخرى

أ- المنتجات الإستهلاكية
ب- المنتجات الصناعية
ت- المنتجات الموجهه
ث- لاتوجد اجابة

تُشتري من قبل المنظمات لغرض إعادة بيعها و تحقيق الربح

أ- المنتجات الإستهلاكية
ب- المنتجات الصناعية
ت- المنتجات الموجهه
ث- لاتوجد اجابة

أنواع المنتجات الصناعية

أ- ا الوحدات الرأسمالية الاستثمارية
ب- مواد الإنتاج
ت- الاجابة أ- ب صحيحة
ث- لاتوجد اجابة

من اقسامها مايلي - السلع الرأسمالية – الاصول الرأسمالية- النفقات الرأسمالية

أ- ا الوحدات الرأسمالية الاستثمارية
ب- مواد الإنتاج
ت- السلع

تنقسم الى 1- المواد الخام 2 - المواد نصف المصنعة و المواد تحت الصنع 3- الأجزاء و المكونات و الوحدات المجمعة

أ- ا الوحدات الرأسمالية الاستثمارية
ب- مواد الإنتاج
ت- السلع

تلك المفردات التي تعود إلى مجموعة الأصول الثابتة و تشمل المعدات و الاجهزة الصناعية و المكتبية ، بالإضافه إلى ادوات الإنتاج ، ومعدات النقل ، و الأثاث

أ- السلع الراسمالية
ب- الاصول الراسمالية
ت- النفقات الراسمالية
ث- الوحدات الراسمالية الاستثمارية

تأخذ نمط الأصول الثابتة , و تستخدم في الإنتاج , و من امثلتها المعدات المختلفة

أ- السلع الراسمالية
ب- الاصول الراسمالية
ت- النفقات الراسمالية
ث- الوحدات الراسمالية الاستثمارية

تستخدم في توليد العوائد , مثل قدرات التوزيع و الخدمات التي تمتلكها المنظمة لعدة سنوات

أ- السلع الراسمالية
ب- الاصول الراسمالية
ت- النفقات الراسمالية
ث- الوحدات الراسمالية الاستثمارية

موجهة نحو شراء الأصول الإنتاجية الملموسة , و التي ينتج عنها الخدمة ما بعد البيع

أ- السلع الراسمالية
ب- الاصول الراسمالية
ت- النفقات الراسمالية
ث- الوحدات الراسمالية الاستثمارية

من مزايها انها (1- باهضة الثمن 2- تستخدم في الإنتاج و ليست جزء من المنتج النهائي 3- تمويل بعيد الأمد 4- تخضع إلى معايير ضريبية خاصة 5- تقوم الحكومة عادة في المساعدة بتمويل و شراء مثل هذه المفردات 6- تعتمد قرارات شراؤها على أسس المبيعات و المخرجات و العمالة

أ- السلع الراسمالية
ب- الاصول الراسمالية
ت- النفقات الراسمالية
ث- المعدات الراسمالية

هي المواد الاولية التي تورّد مباشرة من الحقول والموجهه إلى عمليات الإنتاجية .

أ- المواد نصف المصنعة و المواد تحت الصنع
ب- الأجزاء والمكونات و الوحدات المجمعة
ت- المواد الخام

هي المفردات المنتجة التي أجريت عليها بعض العمليات الإنتاجية

أ- المواد نصف المصنعة و المواد تحت الصنع
ب- الأجزاء والمكونات و الوحدات المجمعة
ت- المواد الخام

هي المفردات التامة الصنع (المخرجات ,) و التي تستخد م كمدخلات لمصانع أخرى , و هي لا تفقد شكلها الاولي عند المعالجة مثل محركات المركبات , و العجلات

أ- المواد نصف المصنعة و المواد تحت الصنع
ب- الأجزاء والمكونات و الوحدات المجمعة
ت- المواد الخام

إدارة الشراء تلعب دوراً كبيراً في زيادة الأرباح

أ- بزيادة المبيعات
ب- انخفاض تكلفة الشراء
ت- بزيادة المبيعات المرتبطة بانخفاض تكلفة الشراء
ث- لاتوجد اجابة صحيحة

(1- الحصول على السلع والخدمات بالكمية و الجودة المطلوبة والاسعار المناسبة 2- الحصول على أفضل خدمة ممكنه للتوريد من قبل المورد 3- تطوير و إدامة العلا قات مع الموردين , و البحث عن الموردين الذين يتمتعون بالقدرات المناسبة) ماذكر يعتبر من ؟

أ- وظائف المشتريات
ب- اهداف المشتريات
ت- دورة المشتريات
ث- لاتوجد اجابة صحيحة

(1- إعداد مواصفات المشتريات 2- اختيار المورد المناسب 3- صياغة عملية التفاوض و شروط الشراء 4- إصدار و إدارة أوامر الشراء

أ- وظائف المشتريات
ب- اهداف المشتريات
ت- دورة المشتريات
ث- لاتوجد اجابة صحيحة

استلام طلبات الشراء - اختيار الموردين- تحديد السعر المناسب –اصدار اوامرالشراء - المتابعة للتحقق من تلبية مواعيد الاستلام – استلام المواد و قبولها- المصادقة على قوائم الشحن لغرض تسديد القيمة

أ- وظائف المشتريات
ب- اهداف المشتريات
ت- دورة المشتريات
ث- لاتوجد اجابة صحيحة

تحتوي على المعلومات التالية كحد أدنى (شخصية الجهة الطالبة للمواد- مواصفات المواد- الكمية و وحدة القياس- تاريخ التوريد المتوقع- أية معلومات ملحقة أخرى

أ- استلام طلبات الشراء
ب- اختيار الموردين
ت- اصدار اوامر
ث- تحديد السعر المناسب
ج- استلام وقبول المواد

تعني الطلب المحرر الذي يحتوي على جميع المفردات المطلوبة , و الذي يتم إرساله إلى عدد من الموردين لغرض تأمين تلك المفردات

أ- امر شراء
ب- عرض مقدم
ت- لاتوجد اجابة

من مسؤولية إدارة الشراء , التي ينبغي عليها اتخاذ الإجراءات الضرورية عند الشعور بتذبذب الأسعار و تغير موعد التوريد

أ- استلام طلبات الشراء
ب- اختيار الموردين
ت- اصدار اوامر
ث- تحديد السعر المناسب
ج- استلام وقبول المواد
ح- المتابعة والتوريد

يقوم بفحص المواد للتأكد من مواصفاتها و كمياتها المحددة بأمر الشراء

أ- استلام طلبات الشراء
ب- اختيار الموردين
ت- اصدار اوامر
ث- تحديد السعر المناسب
ج- استلام وقبول المواد
ح- المتابعة والتوريد

بعد استلام قائمة الشحن من المورد تظهر أمور تتطلب المصادقة و منها

أ- امر الشراء
ب- تقرير الاستلام
ت- قائمة الشحن
ث- كل الاجابة صحيحة

تعتبر المهمة الأولى ذات الاهمية الكبيرة لإدارة الشراء

أ- استلام وقبول المواد
ب- المصادقة على قوائم الشحن و تسديد الفاتورة
ت- تحديد المواصفات
ث- لاتوجد اجابة

الأمور التي ينبغي دراستها بُغية التحديد الدقيق للمواصفات

أ- متطلبات الكمية
ب- متطلبات السعر
ت- المتطلبات الوظيفية
ث- كل ماذكر

مراحل للوصول إلى مواصفات المستخدم هي

أ- تخطيط الجودة و المنتج
ب- تصميم الجودة و المنتج
ت- الجودة و التصنيع
ث- الجودة و الإستخدام
ج- كل ماذكر

تقوم من قبل الإدارة العليا بالاستناد إلى متطلبات السوق

أ- تخطيط الجودة و المنتج
ب- تصميم الجودة و المنتج
ت- الجودة و التصنيع
ث- الجودة و الإستخدام

تقوم على ضوء الدراسات السوقية بُغية تحقيق النجاح

أ- تخطيط الجودة و المنتج
ب- تصميم الجودة و المنتج
ت- الجودة و التصنيع

يعتمد المشتري على السمعة و المكانة التي يتمتع بهما المورد

أ- التوصيف بواسطة العلامة التجارية
ب- التوصيف بحسب المواصفات
ت- لاشئ مماذكر

تستخدم في الخصائص الفيزيائية أو الكيميائية ومواد و طرق التصنيع والاداء

أ- التوصيف بواسطة العلامة التجارية
ب- التوصيف بحسب المواصفات
ت- لاشئ مماذكر

يلجأ المشتري إلى طريقة التوصيف بالعلامة التجارية في الحالات التالية

أ- كون المفردة تشمل على براءة اختراع , أو ان العملية تمتاز بالسرية
ب- كون المورد يمتاز بخبرة لا يمتلكها المشتري
ت- كون الكميات المشتراة صغيرة
ث- امتلاك المورد افضلية إبداعية لقسم معين من الزبائن او المشترين
ج- جميع ماذكر

مصادر المواصفة

أ- مواصفات المشتري
ب- المواصفات المعيارية
ت- الرسومات الهندسية
ث- التوصيف بالعينات
ج- جميع ماذكر

عادة ما تكوف غالية التكلفة و باهظة الثمن

أ- مواصفات المشتري
ب- المواصفات المعيارية
ت- الرسومات الهندسية
ث- التوصيف بالعينات

تمثل نتائج الدراسات و الجهود المكثفة التي تبذلها و الحكومات و مراكز الأبحاث والتطوير

أ- مواصفات المشتري
ب- المواصفات المعيارية
ت- الرسومات الهندسية
ث- التوصيف بالعينات

تأتي بهدف الوصول إلى الشكل الدقيق و المضبوط للاجزاء و الوحدات التجميعية

أ- مواصفات المشتري
ب- المواصفات المعيارية
ت- الرسومات الهندسية
ث- التوصيف بالعينات

من انواع مصدر التوريد

أ- المصدر القاعدة
ب- المصدر المتعدد
ت- المصدر المنفرد
ث- جميع ماذكر

هو مصدر واحد فقط والذي يمكن احتكارياً بسبب الاختراع أك الموقع

أ- المصدر القاعدة
ب- المصدر المتعدد
ت- المصدر المنفرد

استخدام أكثر من مورد واحد لتوريد المفردة بحكم المنافسة بين مصادر التوريد

أ- المصدر القاعدة
ب- المصدر المتعدد
ت- المصدر المنفرد

اي عقد شراكة طويلة الأمد ما بين المشتري و المورد وهذا ما يدعوا الية نظام الجودة الشاملة

أ- المصدر القاعدة
ب- المصدر المتعدد
ت- المصدر المنفرد

عوامل إختيار الموردين

أ- المقدرة الفنية- القدرات التصنيعية- المعولية أو الاعتمادية- خدمات ما بعد البيع- موقع المورد
ب- السرعة – موقع المورد
ت- الجودة – السعر

شركة صناعية تريد أن تقدم منتج جديد , و قد وفرت الإدارة البيانات التالية حول ذلك المنتج

التكاليف الثابتة السنوية 5000 ريال

التكاليف المتغيرة / وحدة6.5 ريال

أوجد التكلفة الكلية , و متوسط (معدل) التكلفة لتصنيع الكمية البالغة) 1000 (وحدة

إذا كان سعر البيع هو) 15 (ريال للوحدة , فما هي نقطة التعادل لهذا المنتج

أوجد العائد (الربح) المنتظر من تصنيع) 1000 (كحدة

التكلفة الكلية تعني

أ- التكلفة الكلية / عدد الوحدات المنتجة
ب- التكلفة الثابتة + التكلفة المتغيرة
ت- الإيرادات الكلية – التكاليف الكلية
ث- لاتوجد اجابة

متوسط التكلفة تعني

أ- التكلفة الكلية / عدد الوحدات المنتجة

ب- التكلفة الثابتة + التكلفة المتغيرة

ت- الإيرادات الكلية – التكاليف الكلية

نقطة التعادل تعني

أ- التكلفة الكلية / عدد الوحدات المنتجة

ب- التكلفة الثابتة + التكلفة المتغيرة

ت- الإيرادات الكلية – التكاليف الكلية

ث- الإيرادات الكلية = التكاليف الكلية

العائد (الربح)

أ- التكلفة الكلية / عدد الوحدات المنتجة

ب- التكلفة الثابتة + التكلفة المتغيرة

ت- الإيرادات الكلية – التكاليف الكلية

ث- الإيرادات الكلية = التكاليف الكلية

اختبر نفسك المحاضرة السادسة

ادارة التوريد

الأمور الهامة في إدارة المرتجعات:

أ- تأسيس فريق متخصص في التبويب وتحليل نسب المرتجعات
ب- التصرف بالمواد المرتجعة بوضوح
ت- اتخاذ قرارات تنظيمية سريعة تجاه المرتجعات
ث- تفعيل برامج النقل , و إدارة العلاقة مع الموردين
ج- تطوير الإجراءات الخاصة بتحليل نسب المرتجعات
ح- جميع ماذكر

تتمثل الخطوة الأولى لعملية استراتيجية المرتجعات في

أ- تأسيس فريق متخصص في التبويب وتحليل نسب المرتجعات
ب- التصرف بالمواد المرتجعة بوضوح
ت- اتخاذ قرارات تنظيمية سريعة تجاه المرتجعات
ث- النظرة العامة للشكل البيئي للئدارة الحديثة

انشطة العمليات التشغيلية لادارة المرتجعات

أ- ادارة أنشطة المرتجعات اول بأول
ب- إجراء عملية المعاينة و الفحص و العلاج بالسرعة الممكنة حتى لا تهبط قيمة ذلك المنتج
ت- استخدا بيانات تلك المرتجعات في تحسين عمليات المنتج
ث- جميع ماذكر

تستوجب الخطوة النهائية لإدارة المرتجعات

أ- ادارة أنشطة المرتجعات اول بأول
ب- إجراء عملية المعاينة و الفحص و العلاج بالسرعة الممكنة حتى لا تهبط قيمة ذلك المنتج
ت- استخدا بيانات تلك المرتجعات في تحسين عمليات المنتج
ث- جميع ماذكر

العملية الديناميكية للتوافق بين طرفين لكلٍ منهما أهدافًا خاصة تسمي

أ- التسعير
ب- البيع
ت- التفاوض
ث- الصلح

المميزات الشائعة للتفاوض:

أ- وجود طرفين او أكثر
ب- وجود نزاع , او خلاف او تباين في الرغبات بين الأطراف
ت- الاعتقاد بإمكانية الحصول على مكاسب أفضل تؤخذ طواعية من الطرف الآخر
ث- تفضيل البحث عن اتفاقية بدلا ن من التناحر العلني
ج- استخدا مبدأ " خذ و هات
ح- التفاوض الناجح يستخدم إدارة اللاملموس في حل الملموس
خ- جميع ماذكر

تعتمد المنظمات على المفاوضين التابعين لها للحصول على أفضل الأسعار التي تضمن لها الإنتاج المربح

أ- صح
ب- خطأ

تبرز عملية التفاوض بُغية تثبيت القيمة في عدّة حالات منها

أ- حدوث تغير في تصميم السلعة
ب- حدوث مشاكل حول عملية التغليف
ت- تغير حالة السوق التي تتطلب تغيير في الكميات و الأسعار
ث- كل ماذكر صحيح
ج- لاشئ مماذكر

الخطوات الرئيسة في تنمية أو تطوير استراتيجية التفاو ض

أ- تطوير هدف محدد مطلوب للتفاوض
ب- تحليل موقف المجهز التساومي
ت- تحليل الكلف من خلال جمع البيانات ذات الصلة
ث- محاولة التعرف على احتياجات المجهز
ج- جميع ماذكر صحيح

(تابع)

الخطوات الرئيسة في تنمية أو تطوير استراتيجية التفاو ض

أ- تحديد الحالة الفعلية التي يتوقع عدم الموافقة عليها
ب- توضيح موقف المشتري , و البيانات الداعمة
ت- وضع خطة إستراتيجية للتفاوض بترتيب القضايا
ث- تسوية سلوكيات المفاوضين والهدوء و رباطة الجأش
ج- جميع ماذكر صحيح

في التفاوض عادة تكون هناك نتائج ممكنة

أ- رابح – خاسر فقط
ب- رابح – رابح فقط
ت- خاسر – خاسر فقط
ث- رابح – رابح او خاسر – رابح او خاسر – خاسر

متطلبات أساسية ينبغي توفرها في الشخص لكي يكوف مؤثر في التفاوض

أ- الصدق – قوة الشخصية – الامانة
ب- المعرفة – الفطنة والذكاء – المهارات الشخصية
ت- المعرفة – الصدق – المهارات الشخصية – والذكاء

خواص يجب أن يتمتع بها المفاوض

أ- القدرة على التفكير
ب- القدرة على التحليل
ت- القدرة على التغيير
ث- لقيادة والاتزان العاطفي والصبر وروح الدعابة والفكاهة
ج- جميع ماذكر

مساحة الموضوعات المحددة للبحث ضمن إدارة الشراء

أ- طلبات شاملة
ب- صيغة مؤشر السعر
ت- تحليل الخصومات السعرية
ث- تحليل العطاءات (الأسعار)
ج- تخطيط المتطلبات المادية MRP
ح- منحنى التعلم
خ- جميع ماذكر

يتطلب أن تكون قوائم أو بيانات المواد و ملفات المخزون مبرمجة آليًا بهدف سرعة التعامل مع الموردين , و الضغط عليهم لتقديم أفضل مستويات الخدمة وتقليل المخزون

أ- صيغة مؤشر السعر
ب- تحليل الخصومات السعرية وتحليل العطاءات (الأسعار)
ت- منحنى التعلم
ث- تخطيط المتطلبات المادية MRP

استخدامه يُعطي مساحة أكبر في تخفيض السعر عند الإنتاج الأكبر و يعطي قوة أكبر في التفاوض مع الموردين

أ- صيغة مؤشر السعر
ب- تحليل الخصومات السعرية وتحليل العطاءات (الأسعار)
ت- منحنى التعلم
ث- تتخطيط المتطلبات المادية MRP

مساحة الموضوعات المحددة للبحث ضمن إدارة الشراء

أ- الكلف الإجمالية للمالك
ب- المدفوعات او إجراءات الخصم النقدي
ت- أنظمة مسارات أو مسالك المورد و أنظمة الاستلام
ث- إجراءات الطلبات الصغيرة و العاجلة
ج- أنظمة التعاقدات مساهمة او مشاركة بيانات المجهز
ح- طريقة تقييم أداء المشتري والمجهز
خ- جميع ماذكر

المحاضرة السابعة

ادارة سلاسل التوريد في ظل العولمة

في ظل وجود العولمة وجدت نوع من الشركات و هي

أ- شركات تصنع التغير وهي التي تجعل الأشياء تحدث
ب- شركات تشاهد الأشياء تحدث
ت- شركات التي تتدهش لما حدث
ث- جميع ماذكر صحيح

القوة الهائلة التى تحدد خارطة الاقتصاد العالمي اليوم هي

أ- التقنية
ب- العولمة
ت- جميع ماذكر
ث- لاتوجد اجابة

امتاز العصر الحالي بالتوجه إلى القطاع الخاص بسبب

أ- عجز القطاع العام في الأداء ان يواكب الثورة الرقمية
ب- تبني سياسة التغير و استقطاب عقول قادرة على التغيير و التفاعل
ت- جميع ماذكر صحيح

الإتجاهات الحديثة للربح في ظل العولمة الربح عن طريق

أ- الجودة العالية -و السعر الاقل – والخدمة الافضل
ب- نصيب أكبر من السوق - و تكييف المنتج مع إحتياجات العميل - و التطور المستمر للمنتج
ت- الابتكار في المنتج- و الدخول إلى الأسواق ذات النمو العالي- استباق توقعات العميل
ث- الاجابة أ- ب صحيحه
ج- جميع ماذكر

من العوامل التي يمكن أو تؤثر على قرار الشركة للدخول إلى الأسواق العالم

أ- الجودة العالية -و السعر الاقل – والخدمة الافضل
ب- قدرة أو طاقة السوق- التنوع الجغرافي - طاقة المنتج- دورة حياة المنتج
ت- الابتكار في المنتج- و الدخول إلى الأسواق ذات النمو العالي- استباق توقعات العميل
ث- مصدر المنتجات و الأشكال الجديدة- المنافسة الأجنبية في الأسواق المحلية- توفر المواد الأولية
ج- الاجابة ب – ث الصحيحة

من اشكال او إستراتيجيات دخو ل الاسواق العالمية

أ- التصدير - ترخيص حرية العمل
ب- المشاريع المشتركة - التملك و الاستحواذ
ت- لإستيراد – التجارة المتبادلة
ث- الاجابة أ- ب صحيحه
ج- جميع ماذكر صحيح

ادات التطورات الواسعة ك السريعة لأنشطة التسويق الى

أ- ظهور المنظمات المتخصصة بالتوريد أغنت الشركات عن إتباع المدخل الإنتاجي و التوجه نحو المدخل المتكامل الذم يعتبر الزبائن محوره الرئيسي
ب- أجبرت الشركات التقليدية أن تتماشى و الخطوات الذكية لسلاسل التوريد الحديثة بُغية تطوير إنتاجها وفق المفاهيم الحديثة
ت- اتجهت بعض الشركات لمنح الزبائن خصماً إضافيًا عن طريق اشتراك الزبائن ببطاقات
ث- جميع ماذكر

العوامل التي يجب أن تُبنى عليها الاستراتيجية العالمية للوجستك و سلاسل التوريد

أ- السرعة في تقديم المنتج
ب- التركيز على السوق
ت- الاستجابة السريعة في التوزيع واستخدام أدنى الحلقات التوزيعية بُغية الوصول إلى الزبائن بأسرع وقت ممكن وبأقل التكلفة

ث- انتشار الخدمات كخدمات التعبئة والتوصيل

ج- جميع ماذكر

من التحديات الغير مسيطر عليها التي تواجه سلسلة التوريد عالمياً

أ- خدمة الزبون – المخزون – التغليف – النقل – المستودعات – نشاطات اخرى

ب- القوي التنافسية – القوى الاقتصادية – القوى القانونية والسياسية

ت- – العوامل الاجتماعية والثقافية – العوامل الجغرافية – قوى التكنلوجية

ث- جميع ماذكر صحيح

ج- الاجابة (ب- ت) صحيحة

من التحديات المسيطر عليها التي تواجه سلسلة التوريد عالمياً

أ- خدمة الزبون – المخزون – التغليف – النقل – المستودعات – نشاطات اخرى

ب- القوي التنافسية – القوى الاقتصادية – القوى القانونية والسياسية

ت- – العوامل الاجتماعية والثقافية – العوامل الجغرافية – قوى التكنلوجية

ث- جميع ماذكر صحيح

ج- الاجابة (ب- ت) صحيحة

التحديات التي تواجه التسويق في القرن الحالي عند فيليب كوتلر

أ- خدمة الزبون – المخزون – التغليف – النقل – المستودعات – نشاطات اخرى

ب- القوي التنافسية – القوى الاقتصادية – القوى القانونية والسياسية

ت- العوامل الاجتماعية والثقافية – العوامل الجغرافية – قوى التكنلوجية

ث- نمو التسويق غير الربحي- العولمة السريعة- الاتساع و التعاظم السريع لتكنولوجيا المعلومات- التغيرات الإقتصادية العالمية- الدعوات الى الاخلاقيات والمسؤليات الاجتماعيةاصبحت أكثر

تستطيع المنظمة أو تقدّم إنتاجاً عالمياً إذا ملكت

أ- 1-ميزة الملكية المحدودة – 2-ميزة الموقع العالمي المحدد-3- الذاتيّة

ب- 1-التكنولوجيا-2- التسويق-3- التصنيع

ت- جميع ماذكر

هي منفعة تتحقق من خلال بيع المنتجات في الأسواق المفتوحة , او إعطاء الامتياز للآخرين

أ- ميزة الملكية المحدودة
ب- ميزة الموقع العالمي المحدد
ت- الذاتيّة

مستويات تؤثر على أنظمة التوزيع العالمي و هي

أ- الشركة- مستوي الشركة اوشبكة القيمة - المستوي الكلي العالمي
ب- ميزة الموقع العالمي المحدد
ت- الذاتيّة

التصميم القديم او التقليدي لتنظيم سلاسل التوريد عالمياً لتحقيق الأهداف التشغيلية

أ- التكنولوجيا – التسويق- التصنيع- اللوجستك
ب- الجودة العالية -و السعر الاقل – والخدمة الافضل
ت- كل ماذكر

المحاضرة الثامنة

اللوجستك و مدّة التوريد

المقصود بزمن الدورة

أ- هو مجموع الزمن المطلوب لإكمال العملية التجارية ونسبة صغيرة فقط بحدود (1% -2 %) ليس له أي علاقة مع العمل الحقيقي

ب- هو مجموع الزمن المطلوب لإكمال العملية التجارية ونسبة صغيرة فقط بحدود (3% -4 %) ليس له أي علاقة مع العمل الحقيقي

ت- هو مجموع الزمن المطلوب لإكمال العملية التجارية ونسبة صغيرة فقط بحدود (3% -5 %) ليس له أي علاقة مع العمل الحقيقي

ث- لا توجد اجابة صحيحة

الأسباب التي تؤدي إلى إطالة زمن الدورة في سلسل التوريد

أ- الإنتظار بين المراحل -الفعاليات التي لا تضيف قيمة وظيفة-التسلسل او التوازي في أداء العمليات

ب- الفعاليات المتكررة في العملية-الشحن بالدفعات- السيطرة المحكمة- العجز في انسيابية حركة المواد

ت- غموض الأهداف- التصميم السيء - إستخدام التكنولوجيا المتقادمة- النقص في المعلومات المتاحة

ث- التنسيق والتعاون المحدود ما بين أعضاء سلسلة التوريد- النقص في التدريب

ج- جميع ماذكر صحيح

حتى تمتلك المنظمات القدرة التنافسية في سلسلة التوريد

أ- عليها البحث عن أماكن تقليل زمن دورة السلسلة استناداً إلى أسس داخلية و خارجية للمنظمة
ب- لاتوجد اجابة

الطرق المستخدمة في تقليل الفجوة الزمنية من خلال تقليل أزمنة عمليات سلسلة التوريد

أ- تأسيس الفريق المختص بتقليل زمن الدورة
ب- تطوير الفهم الكامل لعملية سلسلة التوريد و الأداء الحالي لزمن الدورة
ت- تحديد فرص تقليل زمن الدورة
ث- تطوير و تنفيذ المقترحات الهادفة إلى تقليل زمن الدورة
ج- قياس أداء عملية زمن الدورة و تحديد جهود التحسين المستمر لتقليل زمن دورة العملية
ح- جميع ماذكر

عوامل النجاح الحرجة لتقليل زمن دورة سلسلة التوريد

أ- مساندة الإدارة العليا
ب- الإلتزام التام بأهداف تقليل زمن الدورة
ت- استخدام الفرق متعددة الوظائف
ث- تطبيقات إدارة الجودة الشاملة
ج- تدريب الأفراد العاملين على طريق تقليل زمن الدورة
ح- تأسيس الرقابة و تقديم التقارير المستمرة حول معايير قياس زمن الدورة
خ- تطبيق نظام المعلومات الفعال و التكنولوجيا الحديثة
د- التنسيق بين أعضاء سلسلة التوريد
ذ- جميع ماذكر

معايير قياس أداء سلسلة التوريد

أ- استخدام بطاقة الأداء المتوازن - معيار الطلب المثالي أو الكامل- معيار التكلفة الكلية
ب- رضى الزبون و الجودة- سرعة التوريد- الكلف- الموجودات
ت- دقة قوائم الشحن- سلامة الشحنات
ث- جميع ماذكر

بدأ استخدامها عا 1996 كمدخل جديد في قياس الأداء تعكس كل معايير قياس الأداء المالية و العملياتية التي تستخدم في جميع المستويات بسلسلة التوريد

أ- بطاقة الأداء المتوازن
ب- معيار الطلب المثالي أو الكامل
ت- معيار التكلفة الكلية

البعد المالي 2 - بُعد الزبون – 3- بعد العمليات 4- بُعد التعليم و النمو

أ- مساحات الأداء الأساسية لبطاقة الأداء المتوازن
ب- مساحات الأداء الأساسية لمعيار الطلب المثالي أو الكامل
ت- مساحات الأداء الأساسية لمعيار التكلفة الكلية

معايير القياس عند استخدام بطاقة الأداء المتوازن في إدارة سلسلة التوريد

أ- رضى الزبون و الجودة- سرعة التوريد- الكلف- الموجودات
ب- توريدات الشحنات في الوقت المحدد من قبل الزبون- توريدات الشحنات بالكامل من دون تجزئتها إلى أجزاء -دقة قوائم الشحن- سلامة الشحنات
ت- كلف التأخير في التوريد- كلف الطلبات المرتدة- كلف الضرر الذي قد يصيب البضاعة- كلف تغيير الكميات

يشير إلى مقدرة سلسلة التوريد على تحقيق % 100 من الطلب في التوقيت المحدد وخلو عملية تنفيذ الطلبات من الأخطاء

أ- بطاقة الأداء المتوازن
ب- معيار الطلب المثالي أو الكامل
ت- معيار التكلفة الكلية

يمكن وصف مفردات الطلب المثالي بالآتي

أ- رضى الزبون و الجودة- سرعة التوريد- الكلف- الموجودات
ب- توريدات الشحنات في الوقت المحدد من قبل الزبون- توريدات الشحنات بالكامل من دون تجزئتها إلى أجزاء -دقة قوائم الشحن- سلامة الشحنات
ت- كلف التأخير في التوريد- كلف الطلبات المرتدة- كلف الضرر الذي قد يصيب البضاعة- كلف تغيير الكميات

معيار التكلفة الكلية

أ- رضى الزبون و الجودة- سرعة التوريد- الكلف- الموجودات
ب- توريدات الشحنات في الوقت المحدد من قبل الزبون- توريدات الشحنات بالكامل من دون تجزئتها إلى أجزاء -دقة قوائم الشحن- سلامة الشحنات
ت- كلف التأخير في التوريد- كلف الطلبات المرتدة- كلف الضرر الذي قد يصيب البضاعة- كلف تغيير الكميات

تعني قيام المنظمة الواحدة بتقديم العديد من المنتجات و الخدمات كذلك شراء المواد و الأجزاء التكميلية المختلفة من مساحة واسعة من الموردين ومن ثم بيعها إلى الزبائن المتعددين

أ- خارطة العمليات
ب- سلاسل التوريد المتعددة
ت- عملية الأعمال
ث- لاتوجد اجابة

تعتبر الأداة الأساس في فهم سلاسل التوريد وهي سلسلة منطقية من الإجراءات ذات الصلة التي تحول المدخلات إلى نتائج أو مخرجات

أ- خارطة العمليات
ب- سلاسل التوريد المتعددة
ت- عملية الأعمال
ث- لاتوجد اجابة

سلسلة من الفعاليات المنطقية المتكررة المترابطة بعضها مع البعض الآخر , و التي تحقق الانتفاع من الموارد المتاحة بالمنظمة بهدف تحويل الشيء الملموس و غير الملموس إلى نتائج محددة قابلة للقياس

أ- خارطة العمليات
ب- سلاسل التوريد المتعددة
ت- عملية الأعمال
ث- لاتوجد اجابة

تطوير ما يسمى بخارطة العملية تهدف إلى تحقيق العديد من الأغراض و التي منها

أ- الفهم الشائع لمحتوى العملية و فعالياتها
ب- تحديد و توضيح مدى العملية
ت- تحديد القاعدة التي تستخدم في قياس التحسينات المحققة و المتوقعة للمستقبل
ث- جميع ماذكر

تمتد خارطة العملية

أ- من الزبون الى المورد

ب- من السوق – الى المورد

ت- من المورد – الى الزبون

المحاضرة التاسعة

ادارة سلسلة التوريد و الشراكة

أحد الأهداف المهمة الدافعة بالمنظمات إلى التعاقد الخارجي

أ- تحقيق رضا الزبائن عن طريق رفع مستوى الخدمة
ب- خفض كلف التشغيل لإنعكاس ذلك إيجابياً على حجم الطلبية
ت- التنبؤ الدقيق بالطلب المرغوب
ث- كل ماذكر صحيح

تعمل الإدارة اللوجستية على خلق الاستقرار السعرم عن طريق

أ- مخازنها التي تستوعب الفائض من الانتاج حتى استقرار التوازن السوقي (العرض و الطلب)
ب- توفير النقل
ت- إيجاد مراكز توزيع قريبة من الأسواق
ث- الاجابة الصحية (أ- ب)

يكمن دور إدارة سلاسل التوريد في الإستجابة الفعالة للزبون

أ- رفع مستوى الخدمة بالتعاقد الخارجي
ب- إيجاد مراكز توزيع قريبة من الأسواق المستهلكة -خلق الاستقرار للاسعار
ت- السرعة و الدقة المناسبة- دفع الإئتمان والبلاغات تتم من خلال الكمبيوتر بإختلاف الأماكن و الأزمنة- شبكات الانترنت الاتصالات التي تخدم العمليات التسويقية
ث- جميع ما ذكر صحيح

أنواع شبكات الإنترنت التي تخدم العمليات التسويقية

أ- شبكات المناطق المحلية(LAN)
ب- شبكات المناطق المركزية(MANs)
ت- شبكات المناطق الواسعةWANs)
ث- جميع ماذكر

شبكات تربط أجهزة حاسب شخصية و محطات عمل أو هواتف و بحدود او مساحات جغرافية محددة كأبنية أو مجموعات بمساحة لا تزيد عن ميل أو ميلين فقط

أ- شبكات المناطق المحلية(LAN)

ب- شبكات المناطق المركزية(MANs)

ت- شبكات المناطق الواسعةWANs)

شبكات ذات سرعات عالية (كمبيوتر أو هاتف) صممت لربط اثنين او أكثر بحدود إقليم جغرافي محدد

أ- شبكات المناطق المحلية(LAN)

ب- شبكات المناطق المركزية(MANs)

ت- شبكات المناطق الواسعةWANs)

شبكات تمتد لمساحة جغرافية كبيرة لتشمل عموم البلد , و تربط المئات من أجهزة الكمبيوتر , و بانتشار واسع لشبكات الهاتف

أ- شبكات المناطق المحلية(LAN)

ب- شبكات المناطق المركزية(MANs)

ت- شبكات المناطق الواسعةWANs)

يكمن الحل الأمثل للاستجابة الفعالة والسريعة للزبائن

أ- بتطبيق نظام الجدولة الزمنيةJIT)

ب- إحداث تغيير ثقافي لدى الموردين

ت- لاتوجد اجابة

ث- الاجابة (أ- ب) صحيح

يهدف نظام الجدولة الفورية (JIT) إلى

أ- تخفيض التالف او الضائع او الفائض عن طريق طلب المواد عندما تحتاجها المنظمة

ب- زيادة المساحات المخصصة للتخزين

ت- زيادة مستويات المخزون

ث- لاتوجد اجابة

كمحصلة لبروز الانترنت في السبعينات

أ- إمكانية الشراء المباشر من موضع الشركة على Web عبر التجارة الإلكترونية
ب- أصبحت الشركات لا تحتاج إلى مساحات شاسعة لتُقيم عليها معارضها بل صارت تقدّم منتجاتها و تتعامل مع زبائنها من خلال الشبكة العنكبوتية
ت- تخفيض تكاليفها التشغيلية وأصبح بالإمكان معرفة أفضل البائعين و المنتجين و اختصار الزمن و المسافات
ث- أصبحت الشركات ليست بحاجة إلى رأس مال ضخم
ج- زاد الضغط على الشركات لإعادة النظر في تلك العمليات التي يتم بموجبها إيصال القيمة للزبون
ح- جميع ماذكر

العلاقات بين الموردين و الزبائن في الشركات

أ- الاستفادة من منحنى التعلم و الخبرةو من اقتصاديات الحجم و التي تعتبر ميزات تنافسية يتقرب بها المورد من الزبون
ب- إمكانية الاستفادةمن الخبرات التكنولوجية المتراكمة لدى الطرفين وقد تُثمر العلاقة مع الموردين بتوقيع عقود تنفيذ سياسة الجدولة الفورية(JIT)
ت- جميع ماذكر

من الفوائد للتنبؤ الدقيق

أ- خفض المخزون – خفض احتمالية المخزون - تلبية الطلبات في موعدها- زيادة الارباح اوالعوائد
ب- خفض المخاطر - زيادة التوسع في الانتاج-
ت- جميع ماذكر صحيح

إن النجاحات التي اعتمدت عليها عملية التنبؤ تعتمد إلى حدٍ كبير على درجة الثقة الممنوحة لمصادر المعلومات المتبادلة و المتوفرة لدى أطراف القنوات التسويقية

أ- صح
ب- خطاء

بُعد مصادر الانتاج و تنوعها و تزاحم المنتجات و اختلافها و ازدياد حدة المنافسة أدت جميعها إلى ضرورة إيجاد وسائل حديثة تخدم البائعين لبلوغ الشرائح المستهدفة من المشترين أينما كانوا

أ- صح
ب- خطاء

برز الانترنت في السبعينات الذي سهّل ربط العالم لجعله قرية صغيرة

أ- صح
ب- خطاء

ظهرت التجارة الالكترونية , و قد وجدت بعض المنظمات لتنظيم تلك التجارة مثل منظمة

أ- GATT
ب- WTO
ت- جميع ماذكر

المحاضرة العاشرة

تقييم وقياس المخزون

الأساليب و المبادئ التي تستخدم في إعداد خطة المواد و التنسيق و السيطرة و المراجعة لتدفق أو حركة المواد خلال المنظمة

أ- ادارة المخزون
ب- إدارة المستودعات
ت- ادارة المشتريات

إدارة المخزون الشاملة تشتمل على عدّة أمور أهمها

أ- -تدفق المخزون و أنواعه - أنماط الطلب و التوريد- وظائف المخزون
ب- -أهداف إدارة المخزون-الكلف ذات الصلة بالمخزون
ت- كل ماذكر صحيح

المخزون هو عبارة عن مخزون السلع و الأصول الذي يتم إدامته لأغراض مختلفة منها إعادة البيع والاستخدام في العمليات التجارية وقطع الغيار

أ- صح
ب- خطاء

يتوجب على إدارة المخزون تأسيس قواعد للقرارات التي تتخذها حول المفردات المخزونة

أ- تحديد المفردات المخزون الأكثر أهمية- تحديد كيفية السيطرة على المفردات المخزونة
ب- - تحديد كمية الشراء في الدورة الواحدة
ت- تحديد توقيت طلب أمر الشراء
ث- كل ماذكر صحيح

تصب اهداف ووظائف المخزون الموائمة بين التوريد و ....

أ- المنتجات الجاهزة
ب- الطلب
ت- المخرجات من العملية
ث- توريد المواد من الموردين

تصب اهداف ووظائف المخزون الموائمة بين طلبات المستهلكين و ....

أ- المنتجات الجاهزة
ب- الطلب
ت- المخرجات من العملية
ث- توريد المواد من الموردين

تصب اهداف ووظائف المخزون الموائمة بين متطلبات العمليات و ....

أ- المنتجات الجاهزة
ب- الطلب
ت- المخرجات من العملية
ث- توريد المواد من الموردين

تصب اهداف ووظائف المخزون الموائمة بين الأجزاء و المواد اللازمة لبدء عمليات الإنتاج و ....

أ- المنتجات الجاهزة
ب- الطلب
ت- المخرجات من العملية
ث- توريد المواد من الموردين

أنواع المخزون

أ- المواد التموينية- المواد الأولية و الخامات- السلع الجاهزة
ب- - مخزون الأمان- المخزون بالدفعات الكبيرة– المخزون المنقول– المخزون الواسع
ت- مواد خام – مواد مصنعة
ث- كل ماذكر صحيح

اقسام المخزون

أ- المواد التموينية- المواد الأولية و الخامات- السلع الجاهزة
ب- - مخزون الأمان- المخزون بالدفعات الكبيرة– المخزون المنقول– المخزون الواسع
ت- مواد خام – مواد مصنعة
ث- كل ماذكر صحيح

التي تستهلك من خلال وظائف المنظمة مثل , القرطاسية و مصابيح الإنارة

أ- المواد التموينية
ب- - المواد الأولية و الخامات
ت- - السلع الجاهزة
ث- قطع الغيار

يتم استخدامها كمدخلات للعملية الانتاجية , و التي يتم تحويلها إلى منتجات مثل الاخشاب

أ- المواد التموينية
ب- - المواد الأولية و الخامات
ت- - السلع الجاهزة
ث- قطع الغيار

هي المواد التي تستخدم لأعمال الصيانة المختلفة

أ- المواد التموينية
ب- - المواد الأولية و الخامات
ت- - السلع الجاهزة
ث- قطع الغيار

هي المنتجات النهائية الجاهزة للبيع و التوزيع و الخزن و الاستخدام

أ- المواد التموينية
ب- - المواد الأولية و الخامات
ت- - السلع الجاهزة
ث- قطع الغيار

يهدف إلى تغطية التذبذبات و الانحرافات المتوقعة في التوريد و الطلب , واختلالات عملية التصنيع

أ- مخزون الأمان
ب- المخزون بالدفعات الكبيرة
ت- المخزون المنقول
ث- المخزون الواسع

خاصة لبعض المنتجات في سوق التجارة الدولية مثل الحبوب و المواد الطبيعية كالحديد والمعادن الثمينة التي تتذبذب أسعارها في ضوء العرض و الطلب العالميين

أ- مخزون الأمان
ب- المخزون بالدفعات الكبيرة
ت- المخزون المنقول
ث- المخزون الواسع

شراء المفردات بكميات اكبر من الحاجة الآنية لها مما ينشأ عن ذلك تراكم المخزون , و ذلك بغرض الاستفادة من خصم الكمية , و تقليل كلف الشحن و النقل , و الاعمال الورقية

أ- مخزون الأمان
ب- المخزون بالدفعات الكبيرة
ت- المخزون المنقول
ث- المخزون الواسع

(تحقيق الخدمة العالية للزبون - اختيار الكمية الاقتصادية للمخزون - تقليل تكلفة الاحتفاظ بالمخزون- الاستثمار الأمثل لرأس المال- تجنب حالات التقادم- تحقيق التكلفة الأقل للعمليات)

ث- اهداف إدارة المخزون
ج- أهداف إدارة المستودعات
ح- اهداف ادارة المشتريات

(تقليل الكلف- تعظيم خدمة المستهلك)

أ- اهداف إدارة المخزون
ب- أهداف إدارة المستودعات
ت- اهداف ادارة المشتريات

تقليل الكلف و تعظيم خدمة المستهلك حيث أن تحقيق هذا الهدف يكوف من خلال الآتي

أ- تحقيق خدمة المستهلك بالسرعة المطلوبة
ب- المحافظة على مسار الترميز للمفردات مما يسهل عملية الوصول إليها
ت- تقليل الجهد العضلي و المادي و الكلف ذات الصلة بنقل السلع و المواد إلى داخل و خارج المستودعات
ث- تأمين قنوات الاتصال مع المستهلكين
ج- جميع ماذكر