

## اختبر نفسك المحاضرة الأولى

### ادارة التوريد

#### ❖ الأهمية الأكاديمية و المهنيه و الاقتصادية لموضوع التوريد و سلاسل التوريد

- أ- تؤثر عناصر التوريد و سلاسل التوريد على الكلف
- ب- يمتد تأثير عناصر التوريد بشكل واسع على استراتيجية المنافسة
- ت- تعتبر عناصر التوريد و سلاسل التوريد مفتاح نجاح للإدارات الحديثة
- ث- لا بد من الموازنة 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 ما ذكر

#### الإنتاج 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 التوريد او الامداد
- ت- مفهوم خدمة الزبون

#### التكامل في عمليات الإدارات ك حتى المستخدمين النهائيين

- أ- مفهوم سلاسل التوريد
- ب- مفهوم التوريد 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 وإدامة 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 وإدامة 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 اهمية في العمليات التسويقية والتخزين واعمال اللوجستك 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- إدارة 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 الإستخدام او الاستغلال من أشكاله الأحزمة الناقلة , النقل الدائم بين الأقسام , الخطوط المنتظمة بمراعاة اوقات التوقف

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

مزيج من النقل المنتظم وغير المنتظم .

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

كميات مختلفة , و ظروف استثنائية .

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

تعود 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 ما ذكر 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 تلبية الطلبات ومعالجة الشكاوي- 2- مقياس اداء محددة -3-فلسفة مشتركة الوظيفة و سن مقياس 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- مفهوم 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 ما ذكر

## أنواع خدمة الزبون

- أ- الشروط المالية و شروط الإتمان- 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 الزبون

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

## عناصر خدمة الزبون

- أ- الشروط المالية و شروط الإتمان- 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 وفقاً لاعتقاد الكتّاب و الباحثين

أ- خدمة ضمان التسليم ضمن فترة زمنية معينة- خدمة تركيب المنتج خدمة لصيانة المقنعة

ب- خدمة ما قبل الشراء- اثناء 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 المستوى 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- الإعتماذية- 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- الإعتماذية- 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 الحمايى , 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 للمواد للنقل حتى تفريغها لدى المشتري

- 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 ما ذكر