

بسم الله الرحمن الرحيم

المحاضره الرابعه من مقرر الإدارة الإستراتيجيه

[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الإستراتيجيه - د. أحمد البلالي]

(1) " عباره عن مجموعه من الصناعات المرتبطه معا إلى حد بعيد " هذا المفهوم يعني :

- الصناعات

- القطاع

- أقسام السوق

- لا شئ مما سبق

(2) " مجموعه من الشركات التي تقدّم منتجات أو خدمات يمكن أن تمثل بدائل دقيقه لبعضها البعض تؤدي لإشباع نفس الحاجات الأساسية للعميل أو المستهلك " هذا يشير إلى تعريف :

- أقسام السوق

- الصناعات

- القطاع

- لا شئ مما سبق

(3) من العوامل التي تبرز في أهمية تحليل بيئة الصناعات في المنظمه :

- الوضعيه التنافسيه النسبيه

- جاذبيه الصناعات

- المركز التنافسي للمنظمه

- جميع ما سبق

(4) " مجموعات متميزه من المستهلكين داخل سوق ما ويمكن تمييزهم على أساس خصائصهم المتفرده ومطالبهم المحدده " هذا يشير إلى معنى :

- الصناعات

- أقسام السوق

- القطاع

- لا شئ مما سبق

(5) هيكل الصناعات تشمل مجموعه الخصائص :

- الفنيه والإجتماعيه

- الإجتماعيه والإقتصاديّه

- الإقتصاديّه والفنيه

- الإقتصاديّه والسياسيه

(6) من نماذج بورتر ( Porter ) القوى الخمس لتحليل الصناعات :

- تهديد المنتجات البديله

- تهديد دخول منافسين جدد محتملين
- قوة المساومه لدى الموردين (المجهزين)
- قوة المساومه لدى الزبائن (المشترين)
- شدة المنافسه والمزاحمه بين الشركات القائمه
- جميع ما سبق

(7) يقصد بالمنافسه بين الشركات أو المنظمات القائمه :

- الصراع التنافسي بين الشركات في صناعة ما للخساره بحصه سوقيه
- الصراع التنافسي بين الشركات في صناعة ما للفوز بحصه سوقيه
- الصراع التنافسي بين الشركات في صناعة ما للتعاقل بحصه سوقيه
- لا شئ مما سبق

(8) أحد هذه الإجابات ليس من نماذج بورتر للقوى الخمس لتحليل الصناعه :

- تهديد المنتجات البديله
- تهديد دخول منافسين جدد محتملين
- ضعف المساومه لدى الزبائن (المشترين)
- قوة المساومه لدى الموردين (المجهزين)

(9) من العوامل المؤثره في نموذج شدة المنافسه بين الشركات :

- درجة تمرکز المتنافسين
- درجة نمو الصناعه
- مدى إمكانية تميز المنتج
- جميع ما سبق

(10) أحد هذه الإجابات لا يؤثر على نموذج شدة المنافسه والمزاحمه بين الشركات القائمه :

- درجة نمو الصناعه
- مدى إمكانية تدني المنتج
- نسبة التكاليف الثابته إلى القيمه المضافه
- لا شئ مما سبق

(11) إن توفر أكبر ربحيه لمعظم المتنافسين في الصناعه لابد أن يرتبط بـ :

- درجة تمرکز عاليه للمنظمات المتنافسه المشاركه
- مدى واسع لإمكانية تميز المنتج
- ارتفاع نمو تميز الصناعه
- جميع ما سبق

(12) أن دخول منافسين جدد محتملين في المنظمات يسبب خطر على المنافس الآخر بسبب :

- انخفاض في تكلفة المنظمات المتواجده في الصنائه
- تقليص مردودية المنظمات
- ارتفاع في أسعار العرض
- جميع ما سبق

13) من العوائق التي تمنع المنافسين الجدد الدخول للصنائه :

- اقتصاديات الحجم
- تكاليف تحول المستهلك
- سياسة الحكومه
- جميع ما سبق

14) جميع ما يلي من العوائق التي تمنع المنافسين الجدد الدخول للصنائه عدا واحد :

- النفاذ الى قنوات التوزيع
- تكاليف تحول المستهلك
- تكاليف مرتبطه بحجم الإنتاج
- الولاء للماركة وتميز المنتج

15) يقصد بقوة المساومه عند المشتريين ( الزبائن ) :

- قدرة المشتريين على المساومه لإرتفاع الأسعار التي تفرضها الشركات في الصنائه
- الأفراد الذين يستهلكون منتجاتها
- قدرة المشتريين على المساومه لتخفيض الأسعار التي تفرضها الشركات في الصنائه
- أ + ب

16) عادة ما يفاوض المشتريين ( الزبائن ) على :

- الجوده الممتازه
- الأسعار المرتفعه
- الخدمات الواسعه
- أ + ج

17) من الشروط التي تتحقق وتشتد فيها قوة مساومه الزبائن :

- أن تكون لديه إمكانات التكامل الخلفي
- أن تكون المشتريات جزء هام من تكاليف الزبائن
- توفر المعلومات الكافيه عن الأسعار والسوق
- ب + ج

18) من الشروط التي تتحقق وتشتد فيها قوة مساومه لدى الموردين ( المجهزين ) :

- أن تتميز المنتجات بالجوده
- أن تكون تكاليف تحولهم إلى منتجات بديله ضعيفه

- أن تكون لديهم إمكانات التكامل الأمامي  
- جميع ما سبق

(19) حينما تكون المجموعات منظمه ومتمركزه في السوق هذا يعني أنها تحقق أحد الشروط التاليه :  
- قوة المساومه لدى الزبائن ( المشتريين )  
- قوة المساومه لدى الموردین ( المجهزين )  
- تهديد دخول منافسين جدد محتملين  
- تهديد المنتجات البديله