

بسم الله الرحمن الرحيم
المحاضره الثامنه من مقرر الإدارة الإستراتيجيه
[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الإستراتيجيه - د. أحمد البلالي]

(1) من أدوات التحليل الإستراتيجي :

- دورة حياة المنتج
- منحني الخبرة
- المصفوفات
- التجزئه الإستراتيجيه
- أ + ب + ج
- جميع ما سبق

(2) من أدوات التحليل الإستراتيجي المصفوفات وظهرات مع :

- بداية الخمسينات
- نهاية الخمسينات
- بداية الستينات
- نهاية الستينات

(3) تهدف المصفوفات في التحليل الإستراتيجي :

- معرفة اتجاه محفظة الأعمال الإستراتيجيه
- تمثيل محفظة الأعمال الإستراتيجيه للمنظمه في أشكال معينه
- لا شئ مما سبق
- جميع ما سبق

(4) مبدأ التحليل المصفوفي يقوم على تمثيل أنشطة المنظمه في :

- محورين
- ثلاثة محاور
- أربعة محاور
- خمسة محاور

(5) مبدأ التحليل المصفوفي يقوم على تمثيل أنشطة المنظمه في محورين بناء على :

- تماثل بعدي التحليل الإستراتيجي الداخلي والخارجي
- تقاطع بعدي التحليل الإستراتيجي الداخلي والخارجي
- لا شئ مما سبق
- جميع ما سبق

(6) من المصفوفات التي ظهرت كأدوات للتحليل الإستراتيجي :

- ماكينزي Mckinsey
- جنرال إلكتريك Electric General
- BCG أو BDG
- جميع ما سبق

(7) تعتبر أولى المصفوفات ظهوراً بعد PIMS :

- ماكينزي
- BCG
- BDG
- ب + ج

(8) الشكل البياني الذي تأخذه مصفوفة BCG :

- مربع
- مثلث
- دائره
- خط بياني

(9) تتكون مصفوفة BCG من :

- خانتين
- ثلاث خانات
- أربعة خانات
- خمسة خانات

(10) الباحث الذي أعد مصفوفة BCG هو :

- Porter
- Henderson
- Kotler
- Ansoff

(11) العامل الأساسي الذي يحدد الوضعيه التنافسيه وتعتمد عليه بشكل كلي مصفوفة BCG :

- التجزئه الإستراتيجيه
- التحليل الإستراتيجي
- أثر التجربه
- البعد الداخلي والخارجي

(12) تتحدد وحدات الأعمال الإستراتيجيه في المنظمه في مصفوفة BCG :

- البعد الداخلي فقط

- البُعد الخارجي فقط

- جميع ما سبق

- لا شيء مما سبق

13) حسب مصفوفة BCG تحقق الشركات الإيرادات والأرباح بشكل أفضل عندما :

- تكون الحصة السوقية للمنتج أكبر

- تكون الحصة السوقية للمنتج أقل

- يكون سوق المنتج ينمو بشكل أسرع

- أ + ج

14) أبعاد مصفوفة BCG :

- معدل نمو السوق والحصة السوقية للمنشأة

- المكانة التنافسية للمركز الإستراتيجي وقيمة قطاع النشاط

- جاذبية السوق وقوى المجال الإستراتيجي

- المكانة التنافسية وجاذبية الصناعة

15) هو نسبة نمو مجموع حصص المنظمات في مجال نشاط إستراتيجي ما يشير إلى مصطلح :

- المكانة التنافسية

- معدل نمو السوق

- جاذبية السوق

- قوى المجال الإستراتيجي

16) النصيب النسبي من السوق يُحسب كالتالي :

- مبيعات SBU للمنظمه ÷ متوسط مبيعات SBU المنافسين الثلاثة الأوائل أو الخمسة

- متوسط مبيعات SBU المنافسين الثلاثة الأوائل و الخمسة ÷ مبيعات SBU للمنظمه

- مبيعات SBU للمنظمه ÷ انحراف مبيعات SBU المنافسين الثلاثة الأوائل أو الخمسة

- لا شيء مما سبق

17) عبر مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشارية عند تقاطع ارتفاع وانخفاض الحصة السوقية مع ارتفاع

وانخفاض معدل نمو السوق ينتج عنها :

- خانتين

- ثلاثة خانات

- أربعة خانات

- خمسة خانات

18) عندما ترتفع الحصة السوقية للمنشأة مع ارتفاع معدل نمو السوق ينتج عنها :

- خانة النجوم

- خانة البقره الحلوب

- خانة الكلاب
- خانة علامة الإستفهام

19) عندما ترتفع الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق ينتج عنها :

- خانة الكلاب
- خانة علامة الإستفهام
- خانة النجوم
- خانة البقره الحلوب

20) عندما تنخفض الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق ينتج عنها :

- خانة علامة الإستفهام
- خانة النجوم
- خانة البقره الحلوب
- خانة الكلاب

21) عندما تنخفض الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق ينتج عنها :

- خانة علامة الإستفهام
- خانة النجوم
- خانة البقره الحلوب
- خانة الكلاب

22) خانة الكلاب ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه تنتج عن :

- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق
- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق

23) خانة النجوم ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه تنتج عن :

- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق
- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق

24) خانة علامة الإستفهام ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه تنتج عن :

- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق
- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق

- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق

(25) خانة البقره الحلوب ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه تنتج عن :

- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق
- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع انخفاض معدل نمو السوق
- انخفاض الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق

(26) من خصائص خانة علامة الإستفهام ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه :

- العمل على التحول إلى وضع البقره الحلوب
- تتطلب نقدا (استثمارات) للرفع من معدل نمو السوق
- درجة عاليه من نمو السوق
- جميع ما سبق

(27) من خصائص خانة علامة الإستفهام ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه :

- تتطلب نقدا (استثمارات) للرفع من الحصة السوقية
- يمكن للمنظمه أن تحتفظ بمجالات عديده للتردد
- درجه عاليه من النمو وتدني الحصة السوقية
- العمل على التحول إلى وضع النجوم أو الإنسحاب من السوق
- جميع ما سبق

(28) من خصائص خانة النجوم ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه :

- توقعات بتحقيق الأرباح
- تستخدم النجوم مبالغ كبيره من النقديه
- تتطلب استثمارات كبيره لأجل النمو
- ارتفاع الحصة السوقية للمنشأ مع ارتفاع معدل نمو السوق
- جميع ما سبق

(29) نجاح قوى التنافس في السوق لوحدة الأعمال ضمن خانة :

- البقره الحلوب
- الكلاب
- النجوم
- علامة الإستفهام

(30) من خصائص خانة البقره الحلوب ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه :

- قلة الحاجه إلى رؤوس أموال ناجمه عن ضعف نمو السوق
- إيرادات كبيره ناجمه عن قوة المكانه التنافسيه
- انخفاض معدل نمو السوق وارتفاع الحصة السوقية

- جميع ما سبق

(31) خانة الكلام تظهر فيها الأنشطة التي تؤول للزوال والتي تأتي من خانة :

- النجوم
- البقره الحلوب
- الإستفهام
- ب + ج

(32) من خصائص خانة الكلاب ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه :

- عدم الحاجه للتمويل لضعف معدل نمو السوق والحصه السوقيه للمنشأه
- من صالح المنظمه التخلي عن هذه المجالات بالبيع أو مشاركة أخرى فيها
- إيرادات معدومه أو شبه معدومه لضعف المكانه التنافسيه
- جميع ما سبق

(33) خانة الكلاب ضمن مصفوفة مجموعة بوسطن الإستشاريه تتناسب مع أحد مراحل دورة حياة المنتج :

- التقديم
- النمو
- النضج
- التدهور

(34) من الإنتقادات الموجهه لمصفوفة BCG :

- الإعتماد على نموذج دورة الحياة للمنتج
- افتراضها أن البيئه مضطربه
- حصر العوامل الإستراتيجيه في 3 عوامل كميّه فقط
- جميع ما سبق

(35) من الإنتقادات الموجهه للمصفوفه BCG :

- الإعتماد على أثر التجربه والتكاليف كميزه تنافسيه
- افتراضها أن البيئه غير مضطربه
- حصر العوامل الإستراتيجيه في عاملين كميّين فقط
- حصر المنافسه في السعر فقط
- الإعتماد على نموذج دورة الحياة رغم الإنتقادات الموجهه لهذا النموذج
- جميع ما سبق

(36) اختلف الباحثين بالمحاور التي تمثل حولها وحدات الأعمال الإستراتيجيه وتم عرضه على أحد الأسس :

- تقاطع محوري المكانه التنافسيه وجاذبيه الصنائه
- جاذبيه السوق وقوى المجال الإستراتيجي

- تقاطع محوري المكانه التنافسيه للمركز الإستراتيجي وقيمة قطاع النشاط

- جميع ما سبق

(37) عند ارتفاع المكانه التنافسيه مع ارتفاع جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أصفر

- أخضر

- أحمر

- استثمار منخفض

(38) عند ارتفاع المكانه التنافسيه مع توسط جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أخضر

- أصفر

- أحمر

- لا شئ مما سبق

(39) عند ارتفاع المكانه التنافسيه مع ضعف جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أصفر

- أخضر

- أحمر

- لا شئ مما سبق

(40) عند توسط المكانه التنافسيه مع ارتفاع جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أحمر

- أخضر

- أصفر

- لا شئ مما سبق

(41) عند توسط المكانه التنافسيه مع توسط جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أصفر

- أحمر

- أخضر

- لا شئ مما سبق

(42) عند توسط المكانه التنافسيه مع ضعف جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أخضر

- أصفر

- أحمر

- لا شئ مما سبق

(43) عند انخفاض المكانه التنافسيه مع ارتفاع جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أخضر

- أحمر

- أصفر

- لا شئ مما سبق

(44) عند انخفاض المكانه التنافسيه مع توسط جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أحمر

- أصفر

- أخضر

- لا شئ مما سبق

(45) عند انخفاض المكانه التنافسيه مع ضعف جاذبيه الصناعه يعطي اللون :

- أصفر

- أخضر

- أحمر

- لا شئ مما سبق

(46) اللون الأخضر الناتج من تقاطع مصفوفة المكانه التنافسيه مع جاذبيه الصناعه يشير إلى :

- درجة متوسطه من أولويات الإستثمار

- درجة منخفضه من أولويات الإستثمار

- درجة مرتفعه من أولويات الإستثمار

- بين درجة الإرتفاع والإنخفاض لأولويات الإستثمار

(47) اللون الأحمر الناتج من تقاطع مصفوفة المكانه التنافسيه مع جاذبيه الصناعه يشير إلى :

- درجة منخفضه من أولويات الإستثمار

- درجة مرتفعه من أولويات الإستثمار

- درجة متوسطه من أولويات الإستثمار

- بين درجة الإرتفاع والتوسط لأولويات الإستثمار

(48) اللون الأصفر الناتج من تقاطع مصفوفة المكانه التنافسيه مع جاذبيه الصناعه يشير إلى :

- درجة مرتفعه من أولويات الإستثمار

- درجة متوسطه من أولويات الإستثمار

- درجة منخفضه من أولويات الإستثمار

- بين درجة الإرتفاع والتوسط لأولويات الإستثمار

(49) ما قد يجذب المنظمه سواء ما تعلق بأهمية الصناعة نفسها أو ما قد تمثله الصناعة للمنظمه من أهمية وفرص ومن قوى وقدرات يشير إلى مصطلح :

- جاذبية الصناعة
- المكانه التنافسيه
- معدل نمو السوق
- الحصة السوقيه للمنشأه

(50) من مميزات مصفوفة ماكينزي عن مصفوفة BCG تقوم على :

- معايير دقه أقل
- معايير دقه أكثر
- معايير مركبه من عدة مؤشرات
- ب + ج

(51) تتكون خطوات رسم مصفوفة ماكينزي من :

- ثلاثة خطوات
- أربعة خطوات
- خمسة خطوات
- ستة خطوات

(52) الخطوه الأخيره لرسم مصفوفة ماكينزي :

- حساب النقطه المرجحه لكل معيار ثم مجموع نقاط كل بُعد
- تقديم الإقتراحات الإستراتيجيه
- ترجيح معايير الجاذبيه وقوة التنافسيه
- تحديد وضعيه كل SBU في المصفوفه

(53) من خطوات رسم مصفوفة ماكينزي أن ترجيح معايير الجاذبيه وقوة التنافسيه يجب أن يكون المجموع لكل بُعد يساوي :

- صفر
- واحد
- اثنين
- ثلاثه

(54) من مزايا نموذج مصفوفة ماكينزي :

- المعرفه البطيئه لوضع كل مجال من مجالات النشاط الإستراتيجيه للمنظمه
- التمكين من الملاحظه البطيئه لمحفظة أعمال المنظمه
- السماح بسرعه اتخاذ القرار
- جميع ما سبق

(55) من مزايا نموذج مصفوفة ماكينزي :

- يقوم على معايير أكثر دقة (كل معيار مركب من عدة مؤشرات مما يعطي مصداقيه ودقه أكبر)
- التمكين من الملاحظه السريعه لمحفظة أعمال المنظمه
- السماح بسرعة اتخاذ القرار
- المعرفه السريعه لوضع كل مجال من مجالات الإستراتيجيه للمنظمه
- جميع ما سبق

(56) من أهم الإنتقادات التي واجهت التحليل المصفوفي (ماكينزي ، BCG) :

- كثرة العوامل في مصفوفة BCG
- العمل على تكميم العوامل الكميّه
- الإعتماد على أدوات تحليل لها محدوديتها
- جميع ما سبق

(57) من أهم الإنتقادات التي واجهت التحليل المصفوفي (ماكينزي ، BCG) :

- التأثير بشخصية المحلل
- كثرة العوامل في مصفوفة ماكينزي
- العمل على تكميم العوامل النوعيه قد يفقدها تأثيرها الفعلي
- اختزال أبعاد الإستراتيجيه في بُعدين فقط
- الإعتماد على أدوات تحليل لها محدوديتها مثل دورة حياة المنتج وأثر تجربته
- إغفال العوامل الأخرى المؤثره في الإستراتيجيه
- جميع ما سبق