

إدارة الأعمال الصغيرة

الواجب الأول والثاني والثالث

١- الريادة كلمة:

- أ ذات بعد واحد تتعلق بالفرد
 ب ذات بعد واحد تتعلق بالمنظمة
 ت ذات أبعاد متعددة بالفرد والمنظمة والصناعة
 ث ذات بعدين تتعلق بالفرد والمنظمة.

٢- من أسباب ممارسة النشاط الريادي:

- أ الرغبة في تحقيق الذات
 ب الفشل والإحباط من العمل السابق
 ت إيجاد وتطوير منتج أو طريقة عمل جديدة
 ث كل ما سبق

٣- يمكن أن نفرق بين المشروع الريادي والمشروع الصغيرة من خلال:

- أ الإبداع والقدرة على النمو
 ب القدرة على النمو والأهداف الاستراتيجية
 ت الإبداع والأهداف الاستراتيجية
 ث الأهداف الاستراتيجية والقدرة على النمو الإبداع

١- في شركة التضامن:

- أ القانون لا يفرق بين شخصية العمل وشخصية المالكين
 ب القانون يفرق بين شخصية العمل وشخصية المالكين
 ت القانون لا يتعرض لشخصية المالكين
 ث القانون يتعامل مع شخصية العمل فقط

٢- تقيد الدراسة المبدئية قبل البدء في دراسة الجدوى الاقتصادية في:

- أ مطابقة المشروع مع اللوائح والقوانين
 ب مطابقة المشروع مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع
 ت الارتياح والاطمئنان المبدئي بجدوى المشروع
 ث كل ما سبق

٣- نسبة المديونية تقيس:

- أ قدرة المشروع على تسديد التزاماته النقدية حال استحقاقه
 ب معدل دورات المخزون السلعي
 ت قدرة موجودات المشروع على الإيفاء بالديون المترتبة
 ث لا شيء مما سبق

١- في حالة المشاريع التي تحصل على امتيازات أو وكرالات

- أ يح صل المشروع على كل حاجاته من الموردين الأقل سعراً
 ب يحصل المشروع على كل حاجاته المادية من صاحب الامتياز
 ت يحصل المشروع على كل حاجاته حسب قرارات إدارته
 ث يحصل المشروع على كل حاجاته بالتوافق مع الموردين

٢- الكمية الاقتصادية لطلبات الشراء هي:

- أ الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا
 ب الكمية التي تصل فيها التكلفة الصافية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها الدنيا
 ت الكمية التي تصل فيها التكلفة الإجمالية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها القصوى
 ث الكمية التي تصل فيها التكلفة الصافية للحصول على وحدة من المواد إلى حدودها القصوى

٣- نماذج العائد للرسم على العملية الجارية

- أ يحصل فيها المشروع على دخله من الإعلانات
 ب يحصل فيها المشروع على دخله من الاشتراكات
 ت يحصل فيها المشروع على دخله من الرسوم على العمليات
 ث يحصل فيها المشروع على دخله من عرض الكاتلوج

٤- العلاقة بين عملية الشراء والترويج هي:

- أ تؤثر عملية الشراء في الترويج فقط
 ب تؤثر عملية الترويج في الشراء فقط
 ت تؤثر عملية الشراء في الترويج وتؤثر عملية الترويج في الشراء
 ث لا شيء مما سبق