

С.В. КАЛЕДИН



**Организационно-правовые
формы
предпринимательства.
Тесты с ответами**

Сергей Каледин

**Организационно-правовые
формы предпринимательства.
Тесты с ответами**

«Автор»

2024

Каледин С.

Организационно-правовые формы предпринимательства. Тесты с ответами / С. Каледин — «Автор», 2024

Вниманию читателя предложен материал для тестирования и оценки остаточных знаний у студентов темы: «Организационно-правовые формы предпринимательства» учебной дисциплины «Организация предпринимательской деятельности». Уровень высшего образования «Бакалавриат», направление 38.05.02. «Таможенное дело». Присваиваемая квалификация (степень) – «Специалист». Форма обучения: очная, заочная. Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно проконтролировать, проверять остаточные знания и оценить у аудитории изученную тему, а для слушателей и студентов – закрепить освоенный материал. Работа будет интересна профессорско-преподавательскому составу высших учебных заведений, студентам, специалистам, широкому кругу читателей.

© Каледин С., 2024

© Автор, 2024

Содержание

Тесты к теме «Организационно-правовые формы предпринимательства»	5
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Сергей Каледин

Организационно-правовые формы предпринимательства. Тесты с ответами

Тесты к теме «Организационно-правовые формы предпринимательства»

Тест №1 Финансовая среда предпринимательства – это:

а) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера получать прибыль;

б) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера разменять денежные средства и получать доходы;

в) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера увеличивать стоимость собственного капитала фирмы;

г) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера влиять на ликвидность и финансовую устойчивость фирмы.

Тест №2 На внутреннюю среду предприятия не оказывает воздействия:

а) земля;

б) трудовые ресурсы;

в) капитал;

г) услуги;

д) предпринимательство;

е) информация.

Тест №3 Внутренняя среда предприятия оказывает воздействие на:

а) информацию;

б) трудовые ресурсы;

в) отходы;

г) услуги;

д) продукцию.

Тест №4 Микросреда – это:

а) контактные аудитории;

б) персонал;

в) покупатели;

г) поставщики;

е) потребители;

ж) конкуренты.

Тест №5 К факторам макросреды не относится:

а) политический;

б) природный;

в) технический;

г) научный;

д) экономический;

- е) культурный;
- ж) демографический.

Тест №6 На нарушение графиков отгрузки готовой продукции предприятия влияют:

- а) качество сырья;
- б) недопоставки запасов;
- в) неритмичность поставок;
- г) забастовки и прочие события.

Тест №7 Повышение цен на предметы снабжения влияют на:

- а) качество производимой продукции;
- б) рентабельность производимой продукции;
- в) повышение цен на готовую продукцию;
- г) ликвидность активов предприятия.

Тест №8 Посредники по организациям товародвижения делятся на :

- а) сбытовые организации;
- б) складские организации;
- в) транспортные организации;
- г) организации связи;
- д) рекламные агентства.

Тест №9 К финансово-кредитным посредникам не относятся :

- а) финансовые биржи;
- б) банки;
- в) кредитные учреждения;
- г) страховые компании;
- д) валютные биржи.

Тест №10 Покупателями потребительского рынка являются :

- а) физические лица и индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;
- б) физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;
- в) физические лица, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;
- г) физические лица и индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в коммерческих целях и для личного потребления.

Тест №11 Покупателями международного рынка являются :

- а) все покупатели находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;
- б) физические лица и индивидуальные предприниматели, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;
- в) юридические лица и индивидуальные предприниматели, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;
- г) физические и юридические лица, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг.

Тест №12 Марками – конкурентами являются:

- а) торговые марки (бренды) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;
- б) товары разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;
- в) торговые марки (лейблы) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;

г) товары, услуги, торговые марки (бренды) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя.

Тест №13 Контактные аудитории по характеру воздействия подразделяются на:

- а) публичные аудитории, благотворные аудитории, нежелательные аудитории;
- б) искомые аудитории, благотворные аудитории, публичные аудитории;
- в) искомые аудитории, благотворные аудитории, нежелательные аудитории;
- г) публичные аудитории, искомые аудитории, нежелательные аудитории.

Тест №14 Увеличение числа законодательных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность вызвано необходимостью :

- а) защиты предприятия (фирмы) друг от друга;
- б) защиты интересов предприятия (фирмы) от недобросовестной деловой практики государственных чиновников;
- в) защиты потребителей от недобросовестной деловой практики производителей;
- г) защиты интересов общества от недобросовестной деловой практики предпринимателей.

Тест №15 Покупательная способность населения зависит от :

- а) уровня текущих доходов;
- б) уровня безработицы;
- в) сбережений населения;
- г) уровня цен на готовую продукцию;
- д) доступности кредита.

Тест №16 Наиболее характерные формы предпринимательских идей:

- а) идея нововведения, идея бизнеса, идея товара;
- б) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара;
- в) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара, идея нововведения;
- г) идея инвестиции, идея бизнеса, идея нововведения.

Тест №17 Предпринимательская идея – это:

- а) четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ изготовления имеющейся продукции, он может получить наибольшую величину собственного капитала;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.