

1+X 职业技术·职业资格培训教材

农·业

NONGYE CHANYEHUA JINGYINGZHE

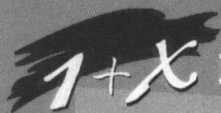
产业化经营者

[中级]

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训指导中心 组织编写



中国劳动社会保障出版社



1+X 职业技术·职业资格培训教材

农业

NONGYE CHANYEHUA JINGYINGZHE

产业化经营者

[中级]

主 编 徐国强

副 主 编 高 萍

编 者 徐国强 高 萍

许长荣 袁爱平 张照燕

审 稿 沈兴观 季学明



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

农业产业化经营者：中级/徐国强主编. —北京：中国劳动社会保障出版社，2005
职业技术·职业资格培训教材
ISBN 7-5045-5316-6

I. 农… II. 徐… III. 农业产业化-中国-技术培训-教材 IV. F320.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 127370 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

北京外文印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 12.5 印张 269 千字

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

印数：5000 册

定价：21.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64911344

内 容 简 介

本教材由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海 1+X 职业技能鉴定考核细目——农业产业化经营者（四级）组织编写。本教材从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质，掌握中级农业产业化经营者的核心内容与技能有直接的帮助和指导作用。

本教材主要内容包括经营策划、生产组织与管理、统计与财务管理知识、销售管理、法律法规应用等。为便于读者掌握本教材的重点内容，每单元后附有单元测试题及答案，全书最后附有知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷。

本教材由徐国强主编，高萍副主编。参加编写的人员具体分工为：徐国强编写绪论、第一单元第一节和第二节、第四单元第三节和第四节；高萍编写第二单元第一节和第二节、第三单元；许长荣编写第一单元第三节和第四节、第二单元第三节和第四节；袁爱平编写第四单元第一节和第二节；张照燕、徐国强编写第五单元。全书由沈兴观、季学明审定。

本教材可作为农业产业化经营者（四级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供从事农业产业经营的人员学习掌握经营管理知识与技能，进行岗位培训、就业培训使用，还可供农业生产专业户参考使用。

前 言

职业资格证书制度的推行，对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能，提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义，也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展，特别是加入世界贸易组织以后，各种新兴职业不断涌现，传统职业的知识和技术也愈来愈多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。为适应新形势的发展，优化劳动力素质，上海市劳动和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试，推出了1+X的鉴定考核细目和题库。1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库，X是为适应上海市经济发展的需要，对职业标准和题库进行的提升，包括增加了职业标准未覆盖的职业，也包括对传统职业的知识 and 技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式，得到了国家劳动和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要，劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了《职业技术·职业资格培训系列教材》。

《职业技术·职业资格培训教材》严格按照1+X鉴定考核细目进行编写，教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能，较好地体现了科学性、先进性与超前性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家，以及相关行业的专家参与教材的编审工作，保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

《职业技术·职业资格培训教材》突出了适应职业技能培训的特色，按等级、分模块单元的编写模式，使学员通过学习与培训，不仅能够有助于通过鉴定考核，而且能够有针对性地系统学习，真正掌握本职业的实用技术与操作技能，从而实现我会做什么，而不只是我懂什么。每个模块单元所附单元测试题和答

前 言

案用于检验学习效果，教材后附本级别的知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识与技能。

本教材虽结合上海市对职业标准的提升而开发，适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核，同时，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

本教材在编写过程中，得到上海市农业委员会的大力支持，在此表示衷心的感谢。

新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训指导中心

目 录

绪论	(1)
第一单元 经营策划	(5)
第一节 市场调查	(5)
第二节 经营项目的分析与选择	(16)
第三节 经营规模确定	(26)
第四节 经营场地、设备及员工选用	(30)
单元测试题	(32)
单元测试题答案	(35)
第二单元 生产组织与管理	(38)
第一节 生产组织	(38)
第二节 农业设施、设备管理	(49)
第三节 质量管理	(51)
第四节 新技术应用	(55)
单元测试题	(64)
单元测试题答案	(67)
第三单元 统计与财务管理知识	(69)
第一节 统计与财务管理基础知识	(69)
第二节 农产品成本管理	(85)
单元测试题	(89)
单元测试题答案	(91)
第四单元 销售管理	(93)
第一节 产品销售渠道的选择	(93)
第二节 产品定价	(100)

目 录

第三节 产品销售计划及指标	(111)
第四节 产品促销策划	(114)
单元测试题	(120)
单元测试题答案	(124)
第五单元 法律法规应用	(126)
第一节 农业生产主要法律法规	(126)
第二节 农业生产其他法律法规	(170)
单元测试题	(179)
单元测试题答案	(181)
知识考核模拟试卷	(183)
知识考核模拟试卷答案	(187)
技能考核模拟试卷	(189)
技能考核模拟试卷答案	(190)
技能考核模拟试卷评分表	(191)

绪 论

当你打开这本教材时或许会问，农业产业化经营是一项什么职业？这项职业在实际工作中主要解决的是什么问题？学习该职业的知识技能有何价值？通过以下几个方面的分析，能帮助你解决这些疑惑。

我国的农村和农业在国民经济中具有很重要的地位，从从业的劳动力人口数量上说占有较大的比重，从产出的各类产品来说关系到国计民生和“吃、穿、用”等人们最基本的生活必需品，随着经济的发展，农业产业的生产和经营无论从经营形式、经营规模，还是经营的产品都与过去有了较大的变化，或者说已不是传统的人们对农业的看法。进入 21 世纪后，随着市场经济的发展，市场竞争越来越激烈，从事农业生产的经营者和管理者，经营和管理水平从全国来看普遍较低（文化程度大都在初中水平，具有专门的经营管理知识的人员就更少），这样很难适应市场和竞争的变化要求。如有农户从原来从事粮食生产转变为果树生产，但由于缺乏相应的经营知识和技能，产品最终很难获得价值实现，给经营者和农业本身都带来了损失，阻碍了农业向纵深的方向发展。

如果我国广大农业从业人员，能更新和提高经营和管理方面的知识，跟上时代前进的步伐，不断提高自身的职业化、专业化程度，便能在激烈的市场竞争中求得生存和发展。

一、职业定义及其特征

1. 农业产业化经营者的定义

农业产业根据目前的生产经营情况，可以分为以下几类，如图 1 所示。

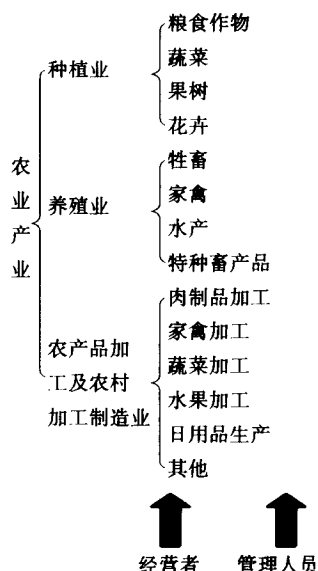


图1 农业产业分类

例如，果蔬等生产专业户（投资人或出资人）→果蔬生产项目的经营者，如果规模较小，该专业户既是经营者，可能又参与果蔬生产中各类管理工作（制定计划、资金运作、成本核算和营销工作），如果规模较大或者经营的品种较多，就可能有专门的管理人员参与果蔬生产各个环节的管理。

从上面的分类分析中我们可以得出，农业产业化经营者的职业定义为：从事农业种植业、养殖业和农产品加工业的经营和管理者。该职业的定义说明了农业产业化经营者从事农业生产的某一项目，是决定选择项目、组织实施以及运作和管理的组织指挥者，如图2所示。

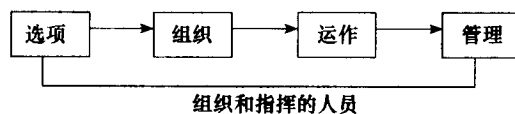


图2 农业生产运作过程

2. 职业特征

农业产业化经营者相比较其他行业有其自己的特征。

（1）农业产业中各业的生产经营有区别，又有联系。如种植业与养殖业有区别，与农产品加工业也有区别，但它们之间又可以相互利用。

（2）经营管理有自身的特点（种植业与养殖业的产品形成中有自然再生产过程，因而受自然影响较大）。

(3) 资金占用大, 周转较慢 (经营的风险较大)。

二、开展职业培训的意义和从业人员应具备的素质

1. 开展职业培训的意义

农业产业化经营者都有一个愿望, 即希望自己从事的农业产业搞好、搞出名堂, 但要实现这样的愿望, 有许多影响因素, 概括起来主要有两方面: 一是硬技术, 包括生产技术、资金、人才、物质装备等; 二是软技术, 包括知识方法的掌握和经营管理的理念。两者都不能缺少, 否则经营成功是不可能实现的。农业产业化经营者 (中级) 职业培训属于软技术的范畴, 通过培训, 使从事农业生产的经营, 在实践和经验的基础上, 全面而系统地提升经营管理水平, 使实践上升到理论, 再用理论去指导实践, 它有以下几方面的意义:

(1) 了解农业产业经营必备的能力知识。这些知识主要包括经营思考、生产组织、营销、相关法律法规等, 它们之间的关系如图 3 所示。职业培训可以从这几方面进行学习和提高, 使经营者能更好地把握经营方向。

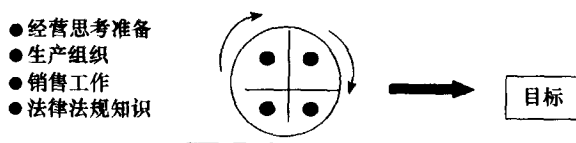


图 3 农业产业经营必备的知识能力及其相互联系

(2) 帮助经营者提高分析问题和解决问题的能力。通过学习该职业应掌握的一些知识, 使经营者懂得了道理, 拓展了思路, 有助于他们在实践中更有效地解决问题。

(3) “抛砖引玉”的启发作用。该职业知识培训的内容都是从实践中总结和提炼出来的, 给学习者和读者一个启发的作用, 启发他们在经营和管理中思考, 启发他们的思维方式, 使他们的职业素质得到提升。

2. 从业人员应具备的职业素质

农业产业化经营者是指挥管理人员, 不是一般的操作工, 其层次相对较高。一般应具备以下一些要求:

(1) 学历文化要求。高中和相当于高中文化程度。如不具备最基本的文化学历, 很难理解和掌握相关的职业知识。

(2) 职业经历。培训教材中一些知识、原理、方法等许多内容是经过实践检验, 在实践基础上总结和提炼出来的。学员在学习和掌握这些内容时, 如果没有实际经营过, 很难领会, 只有做过实际经营管理工作的人, 才能真正体会其中的管理内涵。

(3) 一般的从业素质。包括心理素质、知识素质、能力素质等。

三、职业应具备的素质和职业道德

与社会公共生活、家庭生活相比较, 职业生活是人们主要的活动领域。因此, 职业活

动是人类社会主要的实践活动形式。与此相适应，职业道德也就成为全社会的主导道德。职业道德也称为行业道德，是人们在职业活动中应遵循的、带有职业特点的基本行为规范。它是社会主义道德在职业活动中的具体体现。

1. 职业道德的内容

职业道德的主要内容包括爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会等。社会主义职业道德的核心，仍然是为人民服务，在职业活动中为人民服务应具体化为为用户服务、为顾客服务、为旅客服务、为乘客服务等。如果离开了这些具体的服务对象，所谓为人民服务，就成了一句空话。

作为农业生产者，它是物质产品的生产者，其生产的产品为社会、为顾客所用，同时为社会创造财富。其在整个经营活动中，应该将向社会负责、向广大消费者负责作为自己的经营宗旨。在生产实践中应体现出的行为规范为：诚信，社会责任，为社会提供安全、卫生、无污染的产品。应该体现的职业道德包括：

（1）经营者的角色道德。农业经营者所从事的行业、项目是整个社会和行业大系统中的一个子系统，经营者在经营活动中的行为是按照基本要求和共同规范进行的，整个行业或社会就会进步，自己也能从中达到预想的目标。角色道德主要准则包括：

1) 兼顾各方利益。经营者不仅要对企业负责，而且要对社会、国家和消费者负责，正确处理国家、企业、消费者的利益关系。

2) 相互竞争又相互共存和双赢。经营者与竞争者、供应者、消费者实际是相互依存关系，离开了任何一方都不可能使自己生存，因此应该站在对方立场考虑问题。

3) 不断创新，做对社会进步有用的事。如在生产经营活动中要按照国家法律法规行事。

（2）职业道德规范。职业道德规范是经营者的道德行为和道德关系普遍规律的反映，是在经营活动中应当遵守的行为准则。其主要内容包括：

1) 诚实守信、买卖公平。一个诚实的人一定会守信用、受人信任、获得信誉。诚实守信、买卖公平的具体内容有：货真价实、质价相符、称准量足、诚实无欺、平等待客、一视同仁、信守诺言、履行合同。

2) 文明经商、礼貌待客。包括行为举止、安全卫生、待人和蔼等，这是经营活动的基本素质要求。

3) 遵纪守法。经营活动中，每个企业都要受到社会法律道德的制约和规范，否则就寸步难行，所以经营者一定要知法、懂法、守法，在法律道德规范下经营。

2. 职业道德的作用

经营者的生产经营活动是一种社会行为，经营者应当自觉地遵守职业道德，其作用主要表现为：

（1）它是经营活动正常展开的保证。

（2）是对经营者素质要求的重点内容，而经营素质是经济活动中的关键因素。

（3）有利于规范全社会的经营秩序。

第一单元 经营策划

第一节 市场调查

一、市场调查及其作用

作为经营者，并不是无目的地投入到某商品的经营当中，他要考虑为什么经营这一商品，经营这一商品是否会给自己带来较大的收入等。为此经营者要了解和运用市场调查的手段和方法，收集有关信息资料。以农产品加工业为例，如图 1—1 所示。

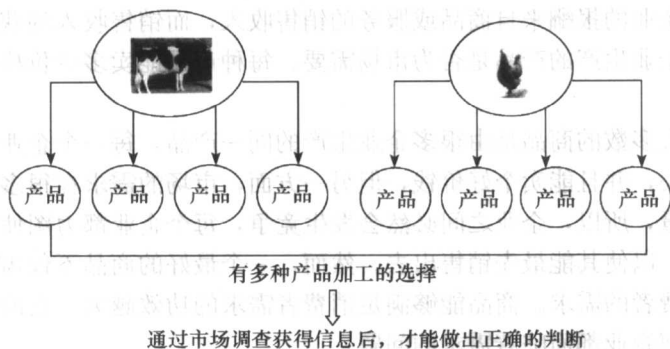


图 1—1 农产品调查的作用

任何一个组织的经营都离不开市场，市场是企业经营活动的导向。市场对企业经营活动有无可替代的影响作用，又是企业经营活动的去向和终点。一切经营活动最后都要

到市场上去，并被市场接受和承认。

在市场上存在着许多因素，这些因素直接或间接地对经营活动有影响和制约作用。一个企业经营活动一头联结着市场，即生产之前的企业运营。在创办企业、制造产品之前须对潜在市场做全盘的了解，这样生产与销售才能密切配合。欲了解潜在市场的情况，必须先做市场调查工作。企业经营活动的另一头也联结着市场，即生产产品后的销售。企业经营的最后一关就是实现产品的价值，产品最终要到消费者手中，就要了解怎样才能达到这一目的。了解消费者的需要及各种心理活动等就要对企业的销售市场进行调查。可以用如图 1—2 所示的模式表示。

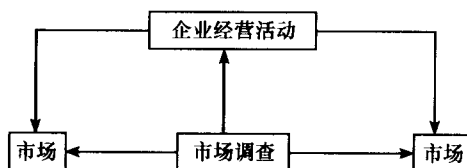


图 1—2 经营活动与市场的关系

任何一个企业的经营活动大致可分为生产活动和市场运营活动。市场运营活动主要是企业与外界发生联系的活动，企业的外部环境是很难控制的，只能不断地去适应，这就要求经营者了解和把握外部环境因素。而要了解和把握外部环境因素，只能通过市场调查的手段来实现，所以，市场调查是企业经营活动中一项经常的工作。

1. 市场与市场调查

企业一切经营活动的开始和最终去向都归属于市场。企业是经济社会中一种独立的经济实体，它用一定量的经济投入换取一定量的经济报酬，如果经济报酬大于经济投入，企业就能够生存和发展，如果经济报酬不能补偿经济投入，它就无法生存，企业就会破产。在市场经济中，企业的报酬来自商品或服务的销售收入，而销售收入的获得以及销售收入的多少，取决于企业生产的产品是否为市场需要、每种产品能卖多少价格，即企业的经济报酬取决于市场。

在市场上绝大多数的商品是由很多企业生产的同一产品，每一个企业都希望把自己的产品全部销售出去，并且能卖个好价钱，但另一方面，市场的需求在很多情况下又不正好等于企业的供给量，所以，企业之间必然会发生竞争，每个企业都力图使自己的产品质量最好，价格最低，以使其能最先销售出去。然而，一个最好的商品不仅需要质优价廉，还必须最能满足消费者的需求。商品能够满足消费者需求的功效越大，它的市场竞争力也就越强，所以，任何企业都面临着需求的问题。

在市场上，除了生产同类产品的企业之间存在激烈竞争的问题外，还有很多其他综合因素影响企业能否把自己的产品推销出去，这些影响因素从宏观上看来来自于政治、社会、经济、文化的各方面，从微观上看则来自市场需求的转换、供求关系的调整、各种商品价格的互相影响，以及企业本身的经济实力。这些宏观或微观的影响因素都通过市场传导给

企业，因此企业还面临着市场问题。

市场就是某种产品的实际与潜在购买者的集合体，是商品集聚和商品交换的场所和领域。现代市场已超出了商品交易场所的范围，在现代经济社会中，市场已演化为由货币和价格作为媒介物而联系在一起的商品供求关系。

市场调查主要是针对市场而言的，即针对市场中企业所面临的需求问题（消费者）和市场问题（影响市场的因素），探讨商品的购买、消费等各种事实、意见、动机以及影响因素等。所谓市场调查，就是运用科学的方法，有目的地、系统地收集有关参与市场竞争、市场营销活动等方面的各种信息资料，并进行整理、分析和判断，为企业经营活动的决策提供事实与理论依据。

2. 市场调查的内容

经营活动总是在一定的内外环境下进行的，并要求既要适应外部环境及其变化趋势与特点的要求，又要与内部条件所提供的资源相匹配，这样才能保证经营的可行性和实效性。

外部的环境是无法预见和掌握的，经营者必须通过不断的市场调查收集相关资料，加以了解。外部的环境有许多，归纳起来主要有国内/国际经济、技术水平、政府政策、生态环境、人口结构、社会文化等方面，如图 1—3 所示。

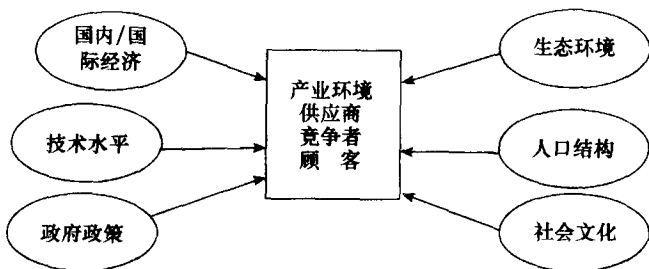


图 1—3 影响农业生产的外部环境

(1) 外部情况资料的收集内容。一般，在农业经营活动中需要调查收集的外部情况资料主要包括以下内容：

1) 外部宏观环境资料。外部宏观环境是指大范围影响企业决策的社会约束力量，它主要包括人口、经济、自然、技术、政治和社会文化等环境要素。作为企业非可控因素，它不仅直接影响企业所处的行业环境和微观环境，而且为企业成长提供机会或构成威胁，制约着企业的生死存亡及其发展空间。

①人口环境。宏观环境的首要因素是人口环境。在经营者看来，市场是由一定数量的具有购买能力和购买欲望的人所构成的，经营活动的终极目标及其绩效评价都是消费者。因此，人口环境对企业经营产生整体性、长期性、决定性的影响，人口的数量、结构、分布、家庭等现状及其变化趋势，将是制约经营决策最重要的客观依据。

如家庭人口数量的不同，就会影响到对农副产品的选择，其举例见表 1--1。

表 1—1 人口数量对农副产品选择的影响

家庭人口数	需要农产品的个体大小意向	
	禽类畜产品	水果（西瓜）
家庭人口数 5 人以上	大	小
家庭人口数 3 人及以下	小	小

目前某些地区平均家庭人口数在 3 人左右，一般需要农产品的个体就较小，这些信息对于农业经营者的产品品种选择会产生一定的影响。

②经济环境。经济环境主要是指社会购买力。社会购买力是指构成市场并影响市场规模大小的一个最重要因素。一般而言，社会购买力水平是由消费者收入、消费者支出、消费信贷、储蓄、币值等因素的影响而决定的。其中，消费者收入是影响社会购买力和企业经营决策的基本因素。如恩格尔系数可以反映消费水平的高低，而人们的消费水平高低，又会对其购买决策产生影响。一般，当恩格尔系数较低时，说明消费水平较高，人们对高档或高价值的商品的需求量会上升，而对于低档商品的需求量会减少。农业经营中要时刻把握这些经济数据。

③自然生态环境。自然生态环境是指各种影响经营活动的自然要素或物质资源。

④科学技术环境。科技环境是指企业在产品的设计、开发、制造和经营过程中所受到的科技发展的影响。这种影响较为集中地表现于商品寿命周期越来越短，微电子技术和网络技术的普及运用，专利技术和知识产权的保护以及人类正在进入的知识经济时代，涉及农业生产中诸如优良品种技术、先进的农艺技术、农业生产的先进手段等。

⑤政治和法律环境。政治和法律环境是指由政府、社会团体、司法机构而形成的对企业经营活动产生强制性影响的各种因素。企业经营决策直接或间接地受到政治和法律因素的制约，企业经营活动应以遵守国家的方针、政策、法律、法规以及国际通行惯例为前提。

⑥社会文化环境。社会文化环境是影响企业经营最复杂、最深刻、最重要的变量。社会文化是某一特定人类社会在其长期发展历史过程中形成的，它主要由特定的价值观念、行为方式、伦理道德规范、审美观念、宗教信仰及风俗习惯等内容构成，影响和制约着人们的消费观念、需求欲望及特点、购买行为和生活方式。

2) 外部的一般环境资料

①产业环境。产业环境主要是指产业的市场前景和现状如何，它对个体的经营有直接的制约作用。如以上海为例，纯粹的畜禽饲养将逐步淘汰，其深加工的产品市场前景就较好，种植业中的林果业的市场前景较好等。

②供应商。产品生产过程中有许多原料的供应，它会直接影响到产品的生产。农业产

业中的种植业和养殖业的供应商相对较少，而农产品的加工业中供应商就会较多，这就需要经营者在分析环境因素中不能忽视这一客观因素，包括提供商品的数量、质量、报价等方面的信息。

③竞争者。竞争对手的动向是经营者的直接威胁，经营活动中要时刻注意了解和掌握竞争对手的各种情况，做到“知己知彼”。

④顾客。要了解市场中消费者的需求情况，包括现在和潜在的情况，以及需求的特点和变化情况。

(2) 在农业经营活动中市场调查的具体内容主要包括以下几方面：

- 1) 消费市场调查。
- 2) 产品渠道的调查。
- 3) 消费者购买心理调查。
- 4) 消费者购买动机调查。
- 5) 竞争者调查。
- 6) 售后商品的追踪调查。
- 7) 产品促销效果调查。

3. 市场调查的步骤（计划）

经营过程的市场调查应按照一定程序进行，才能取得预期的效果，市场调查的程序大致可分为五个阶段：

(1) 确定调查问题与目标。在正式调查之前，首先要认识经营活动中存在什么问题，通过调查工作要达到什么目的。这是调查工作非常困难的一个步骤，因为经营问题容易认清，但产生问题的原因不易发现，所以，具体的调查目的便很难确定。通常可以通过初步分析或非正式调查来明确调查问题和调查目的。所谓初步分析，是根据现有资料进行全面分析，以寻求调查问题的做法。非正式调查，是通过在小范围内进行探测性调查，以便使正式调查问题明朗化的做法。

(2) 制定调查计划。调查计划是实施正式调查的行动依据，因此，务求清楚、具体、切实可行。调查计划包括以下内容：调查目的、调查时间、调查对象、调查方法、调查费用、日程安排等。

(3) 收集信息资料。这一步骤是市场营销调查的实质性阶段。收集信息资料有两种基本方式：一种是间接方式，另一种是直接方式。

间接方式是指从现有资料中收集信息的方式，也称作案头调查方式或第二手资料收集方式。直接方式是指由调查人员深入现场，直接向被调查对象了解信息的方式，也称作实地调查方式或第一手资料收集方式。这两种方式各有特点，应注意正确运用。需要强调的是，千万不要忽视第二手资料的调查，因为在第二手资料中往往有许多颇有价值的信息。

(4) 整理分析资料。信息资料收集上来以后，必须经过整理、加工、分析后才能使用。资料整理分析工作主要包括：审查核对、修正补充、分类编号、绘图制表、统计计