

农业MBA国际通用经典教材

PEARSON

Prentice
Hall

Introduction to Food and
Agribusiness Management

食品和农业 企业管理



(美) 格雷戈里·A. 贝克
奥兰·格朗沃德
威廉·D. 高曼 著
金 马 译



清华大学出版社

农业 MBA 国际通用经典教材

食品和农业企业管理

(美) | 格雷戈里·A. 贝克
| 奥兰·格朗沃德
| 威廉·D. 高曼 著
| 金 马 译

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书从管理的视角以通俗易懂的方式描述在现代食品和农业综合性企业里职业经理人必须掌握的专业领域,如金融、市场营销、业务经营、企业所有制形式、组织管理和人力资源,以及要面对的许多本行业所特有的棘手问题。

本书适合于刚刚接触农业和食品企业管理初级课程的学生及对食品和农业企业商业管理有兴趣的读者。
Simplified Chinese edition copyright © 2005 by PEARSON EDUCATION ASIA LIMITED and TSINGHUA UNIVERSITY PRESS.

Original English language title from Proprietor's edition of the Work.

Original English language title: Introduction to Food and Agribusiness Management, by Gregory

A. Baker, Orlen Grunewald, William. D. Gorman, Copyright © 2002

EISBN: 0-13-014577-7

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc., publishing as Pearson Education.

This edition is authorized for sale only in the People's Republic of China (excluding the Special Administrative Region of Hong Kong and Macao).

本书中文简体翻译版由 Pearson Education 授权给清华大学出版社在中国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区)出版发行。

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2004-5444

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有 Pearson Education (培生教育出版集团)激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

食品和农业企业管理/(美)贝克(Baker, G. A.), (美)格朗沃德(Grunewald, O.), (美)高曼(Gorman, W. D.) 著;金马译. —北京:清华大学出版社, 2005. 12

书名原文: Introduction to Food and Agribusiness Management

(农业 MBA 国际通用经典教材)

ISBN 7-302-11959-7

I. 食… II. ①贝… ②格… ③高… ④金… III. ①食品工业—工业企业管理—研究生—教材 ②农业企业管理—研究生—教材 IV. ①F407.826 ②F306

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 116720 号

出版者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

责任编辑: 徐学军

封面设计: 弓禾碧工作室

印刷者: 北京密云胶印厂

装订者: 三河市金元印装有限公司

发行者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×260 印张: 18.5 字数: 424 千字

版 次: 2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-11959-7/F·1370

印 数: 1~4000

定 价: 28.00 元

前言

概述

我们写作本书的目的,是想向学生和老师们提供一本与众不同的教材:从管理的视角,以通俗易懂的方式描述食品和农业企业的经营管理。本书涉及许多今天的职业经理人必须掌握的专业领域——金融、市场营销、业务经营、企业所有制形式、组织管理以及人力资源等。在现代食品和农业综合性企业里,经理们还必须面对许多本行业所特有的棘手问题。这包括变幻莫测的大自然、农业政策和国际贸易政策制定的政治环境、食品安全风险、环境风险以及新兴技术带来的新问题。在组织安排本书的写作资料的过程中,我们特别关注的是,管理食品和农业企业的经理们所面临的独有挑战。

从总体上来说,在食品和农业企业的管理方面,我们已经拥有超过 75 年历史的教学和实践经验。我们教授的学生来自其职业生涯的各个阶段——在校大学生、研究生、中层经理和总经理。我们曾在各种各样的大学里教授过这门课程——包括许多公立大学和私立大学,以及农学院和商学院。正是这丰富而多样性的教学经验使本书的写作更加深刻。

目标读者

本书主要适合于那些刚刚接触农业和食品企业管理初级课程的学生们使用。设置这类初级课程的目的是为学习农业企业管理以及相关

专业的学生打下坚实的基础。许多学习其他农业专业的学生,例如畜产学、农艺学、土壤学、园艺学或者农业工程学,也可以选修农业和食品企业管理的初级课程,以此来拓宽自己的知识面,或者只是因为他们对管理有兴趣。因为本书涵盖的内容包罗万象,所以如果读者想对食品和农业企业的商业管理有一个总体上的宽泛了解,那么本书也将是一个很好的资源。

教师手册

本教师手册主要供使用本书授课的教师使用,为教师的教学工作提供了大量的辅助资料。教授食品和农业企业管理课程的教师,不管是年轻的还是经验丰富的,都会发现这本手册是对课本非常有益的补充。教师手册包括:

每一章的教学大纲

上课时使用的 PowerPoint 幻灯片(教师可以根据自己的特殊需要修改幻灯片上的内容)

为了加深学生对关键性概念的理解而设计的复习题

案例教学笔记

复习题的答案

测验题样本和答案

试卷考题样本和答案

(编者的话:如中国内地各高等院校教师采用此书为教材,以上教师手册所有资料将由美国培生教育出版集团北京办事处免费提供,联系电话 010-88817788-2301/2302)

本书的主要特点

管理学视角

一位成功的食品和农业综合企业的经理首先必须是一位好的管理者。我们相信,管理食品和农业企业的经理们肯定会和其他行业里的经理们一样,受过良好的专业培训。如果缺乏深厚、全面的管理技能,那么即使拥有再多的专业技术也是无济于事的。正因为如此,我们按照一般的商业管理教科书的结构来安排本书的组织架构。在书中我们介绍了一些特有的管理手段,包括品牌管理、人力资源管理、运行管理和财务管理。食品和农业企业特有的管理特点将会在这些管理方法的具体应用与具体实例里得以体现。

着重于实践

本书的另一个特点是着重于概念和原理的应用。书中所讲述的商业管理方法正是那些成功的职业经理人每天都在使用的管理手段。这些方法、手段的价值在于,在面对现实的商业问题时,可以利用它们去解决处理。因此,我们非常详细地解释了每种管理方法所能达到的效果,并通过实例讲解具体的使用方法。于是,学生们就有机会通过这种案例教



学模式加深对最为重要的概念的理解。

案例教学

除了导论,本书每一章都会首先介绍一些案例,然后再引出下面要讲述的内容,这也是本书的特色之一。这样的安排有助于展示每章中主要概念的重要性和彼此之间的联系,并且能把各个章节中的内容整合起来并加以应用。案例分析和讨论是一种传授商业管理技能,并已经过长期实践检验的高效途径。学生和教授们还会发现,与传统的教学方式相比,我们设计的案例教学模式将会具有更大的活力。

可读性

我们估计,阅读本书的绝大多数学生几乎不具有任何商业管理或农业企业管理的背景。我们知道,读者们所具有的农业知识水平也大相径庭,有人所知甚多,有人一无所知。因为本书主要用作初级课程的讲授,因此对于书中介绍的每种商业管理方法,我们都会详细透彻地加以说明,完全适合那些毫无管理学基础的读者。对每一个新出现的管理学术语都会给出定义和讲解,对于复杂的概念还会给出实例。

独立的章节

我们尽可能地把每一章都设计成独立的章节。之所以这样设计,主要是基于以下原因:首先,最为重要的是,通常老师们的课程安排与书中的章节顺序并不一致;其次,老师们一般不会选择把书中的每一章全部讲到,或者是时间不够充足;最后,因为本书设定的另一部分读者是管理食品和农业企业的经理们,所以每一章内容都要具有相对的独立性就变得至关重要了。正是因为以上几条原因,我们在写作时争取保证每一章在内容上的独立,这样读者无须阅读前面的章节也能够很好地理解。惟一例外的是第3章《财务报表》。因为只有理解了相关的财务术语,读者才能明白其他的商业管理概念,所以我们建议读者最好先阅读第3章。

本书的组织结构

我们是按照商业管理的主要职能领域来安排本书的架构的。第1章主要对食品和农业企业的基本管理情况加以简要介绍。第2章讨论企业的所有制形式。其后的4章讨论的都是企业的财务管理:第3章的内容是财务报表;第4章的内容是财务分析和预算;第5章讨论的是融资资源;第6章的内容是资本预算和投资分析。接下来的两章主要关注市场方面:第7章讲的是战略营销;第8章讨论营销组合中的营销决策。第9章关注的是管理的运作方面。第10章我们讨论组织的管理。最后,第11章介绍人力资源管理。

致谢

在此,我们要感谢许多对本书的出版做出贡献的人士。尤其要感谢那些使用过本书的早期版本并提出了宝贵的反馈意见的学生们(不管我们是否曾向他们征求过意见)。我



们要感谢耐心地读完本书并提出了修改意见的同事们：得克萨斯州农机大学的约翰·W. 希伯特(John W. Siebert)和北卡罗来纳州立大学的罗伯特·H. 尤瑞(Robert H. Usry)。我们还非常感谢莉迪亚·多瑞(Lydia Duran)，本书几易其稿，全是由她负责输入的。

注释

我们一方面试图使本书包含的内容尽可能全面，另一方面竭力避免其过于冗长。任何一门初级教程课本的编写者都必须很好地实现全面性与简洁性的平衡。这就要求我们判断哪些内容应当包括进去，哪些应该省略，哪些应当详细描述，哪些应当一笔带过。我们希望自己的判断是正确的。我们努力地想使本书毫无错误——不管是论据、语法还是其他方面。如果你有好的建议，我们将十分愿意倾听。您可以通过传真的方式将其发送给格雷戈里·A. 贝克：408-554-5167；或通过电子邮件：gbaker@scu.edu；还可以写信：美国加利福尼亚州圣克拉拉，95053-0396，500 El Camino Real，圣克拉拉大学，Leavey 商学院，食品和农业企业研究所。

格雷戈里·A. 贝克

奥兰·格朗沃德

威廉·D. 高曼

目 录

第1章 导论	1
学习目标	1
导论	1
食品和农业企业体系的发展	2
现代食品和农业企业体系	3
农业原料投入部门	3
生产部门	5
加工和分销部门	7
新兴趋势和挑战	10
全球化	10
生物工程技术	11
信息技术	11
食品安全	11
总结	11
复习题	12
第2章 企业所有权组织形式	13
学习目标	13
案例研究	13
导论	14
独资企业	14



优势	15
劣势	15
评价独资企业所有制	16
常见的错误	17
合伙企业制	17
普通合伙公司	18
优势	19
劣势	19
有限合伙企业	20
有限责任公司	21
评价合伙企业	21
常见的错误	21
股份有限公司	22
优势	23
劣势	24
S 公司	25
非营利组织	27
评价股份有限公司	27
常见的错误	27
有限责任公司	27
有限责任公司的成立	28
优势	28
劣势	29
企业之间的关系研究	30
战略联盟	30
合资企业	30
特许经营	31
合作社	32
组建合作社	32
合作社的建立目标	33
合作社应满足的原则	35
合作社的成员组织机构	37
反托拉斯法	38
凯博—沃尔斯特法案	38
税负	38
合作社面临的挑战	39
总结	40
案例问题	41



复习题	41
-----------	----

第3章 财务报表	43
学习目标	43
案例研究	43
导论	44
财务报表	44
财务报表应遵守的会计准则	45
财务记录的重要特征	45
收付实现制与权责发生制	46
三大重要的财务报表	47
资产负债表	47
资产	47
负债	53
所有者权益	55
支出与费用	55
损益表	56
营业额	56
销货成本	57
毛利润	58
营业费用	59
营业收入	59
非营业性收入和非营业性费用	59
税前收入	60
净收入	60
现金流量表	60
现金流量表的组织结构	60
现金流量表——直接法	61
综合财务报表	63
财务报表之间的关系	63
财务管理信息记录	66
销售记录	66
成本记录和赢利性分析	67
总结	69
案例问题	70
复习题	71



第4章 财务分析和财务规划	72
学习目标	72
案例研究	72
导论	73
财务报表分析	73
比率分析	78
赢利能力比率	78
经营比率	80
流动性比率	82
偿债比率	83
比率分析方法的应用	84
盈亏平衡分析和间接费用收益分析	86
盈亏平衡分析和间接费用收益分析的局限性	89
财务规划和预算	90
预算	90
预算程序	90
销售预测	92
现金预算报表	93
现金预算报表的编制周期	94
业务预算报表	94
财务控制	95
总结	96
案例问题	96
复习题	98
第5章 企业融资	99
学习目标	99
案例研究	99
导论	100
权益资本和债务资本	101
权益资本	102
股票	102
债务资本	105
长期债务资本	105
短期债务资本	108
租赁	109
财务杠杆	111



判断最适合企业的资本结构	112
融资资源	113
权益融资	113
债务融资	115
新建食品和农业企业的融资	119
合作社融资	119
权益融资	119
权益资本的赎回	120
债务融资	121
总结	122
案例问题	122
复习题	123
第6章 资本投资分析	124
学习目标	124
案例研究	124
导论	125
现金流	125
投资收益	126
偿还法	126
货币的时间价值	128
单利和复利	128
终值	130
现值	131
年金	132
年金的终值	132
年金的现值	134
市场利率水平的影响因素	135
现金流贴现分析方法	137
资本成本	137
净现值法	138
内部收益率	140
选择投资分析方法	142
在投资分析中将风险因素考虑进去	142
资本预算程序	143
确定企业的长期投资选择	143
对每个投资选择进行评估	144



为资本支出项目融资	144
监控资本支出项目的进程	144
总结	145
案例问题	145
复习题	146

第7章 战略性市场营销	147
学习目标	147
案例研究	147
导论	148
市场营销的定义	149
营销管理	149
规模营销	149
目标市场营销策略	150
客户层次上的市场营销	152
产品定位	152
市场机会	152
市场调查	152
品牌战略	154
建立品牌价值	155
消费者购买行为分析	156
采购过程	157
产品采购者的种类	158
企业购买行为分析	160
面向批发商和零售商的营销活动	161
总结	162
案例问题	163
复习题	164

第8章 营销组合策略	165
学习目标	165
案例研究	165
导论	166
产品	168
产品的生命周期	168
产品决策	170
价格	171

成本——简单的数学计算	172
消费者——需求分析	172
竞争者的定价	173
导入期的定价策略	174
常用的定价方法	175
折扣	176
价格补贴	177
贷款服务	178
推销	179
广告	180
公关	181
个人推销	182
促销活动	185
直接销售	186
分销	187
分销渠道管理	188
非法营销活动	192
总结	193
案例问题	194
复习题	195

第9章 作业管理	196
学习目标	196
案例研究	196
导论	197
生产程序	198
工厂布局和设备要求	198
厂址选择和工厂布局	199
生产基地	199
厂址	199
工厂布局	200
生产规划和控制	202
生产规划	203
生产控制	204
质量控制	205
存货控制	206
最优存货水平	207



库存盘点	209
采购系统	209
原材料需求计划	209
电子数据交换系统	209
实时控制系统和有效的消费者反馈系统	211
和原料供应商结成战略联盟	211
购买	212
采购政策	213
总结	213
案例问题	214
复习题	214

第10章 管理组织	216
学习目标	216
案例研究	216
导论	217
计划	217
任务表	217
目标	218
战略	219
全盘综合性计划	219
控制	220
组织功能	220
直线职能和辅助职能	222
分部门经营管理法	225
选择一种分部门经营管理方法	228
服务部门和参谋部门	228
控制范围	229
分工	229
非正式组织	230
协调功能	230
成本中心	231
利润中心	232
成本中心与利润中心	232
责任承担制和分部门经营管理法	233
人员配备	234
《民法法》第Ⅶ款	234



《美国残疾人法案》	236
反歧视行动	237
多样性	237
《移民归化和控制法案》	238
《公平劳动标准法》	238
指导功能	239
监督员工	239
委托代理关系	239
向组织结构最底层的员工分摊责任	240
领导和授权	240
总结	241
案例问题	242
复习题	242

第 11 章 人力资源管理	244
学习目标	244
案例研究	244
导论	245
人力资源计划	245
职务分析	246
职务设计	246
职务描述	248
职务规范	248
招聘	248
分类广告	249
州政府的职业介绍所和私人职业介绍所	249
同业公会和产品展销会	250
校园招聘	250
推荐	250
竞争者	250
实习	251
挑选新员工	251
求职表	251
对求职者进行面试	253
测试和检验	255
推荐	256
新员工的定岗程序	257



培训和发展	258
新工作培训	258
现在的培训和发展项目	259
员工管理	259
反骚扰政策	260
其他雇佣原则	261
处理员工投诉	261
累计性的处罚规定	262
业绩评估	263
决定薪酬水平	264
升迁	265
调职	266
雇佣关系的终止	266
临时解雇	266
解雇	267
雇佣关系终止制度	267
离职前的谈话	268
常见的错误	269
食品和农业企业面临的挑战	269
季节性生产	269
候选人	270
食品安全	270
总结	271
案例问题	272
复习题	272
附录	273