

畜牧业经营管理

第一章绪论

1、畜牧业在国民经济中的重要作用？

人类与大自然进行物质互换的重要经济部门

改变人们食物结构，提高人民生活水平必不可少的经济部门

进展农产品加工

吸纳农村大量剩余劳动力，是农牧民实现致富奔小康的一条重要途径

为进展有机农业提供肥料和动力

农业现代化的标志：畜牧业总产值占农业总产值的百分率是农业现代化的标志

2、畜牧业经济再生产的特点？

畜牧业的经济再生产进程，老是同畜禽的自然再生产进程交织在一路，这就是畜牧业的根本特点

畜牧业属于第二性生产

畜牧业生产资料来自工业、种植业和自身

畜禽既是生产资料又是生活资料

畜禽的再生产具有群体性、持续性和周期性是所有特征中最为重要的特征，这是科学组织生产力的主要依据，也是挖掘生产潜力，提高经济效益的大体着眼点

畜牧业受自然因素的影响大

畜牧业主要生产鲜活产品

3、经营和管理的概念及二者之间的关系

经营：企业或生产单位按照外部环境和内部条件，肯定经济活动的目标、内容、方式，和实现那个目标而采取的一系列的重大办法和决策计划的进程

管理：指为了达到必然的经营目标，对经营要素的结合与经营进程的运转进行不断决策、完善计划及组织、指挥、协调、控制等全数工作的总和

经营与管理的关系：经营与管理密不可分，不能截然分开；经营偏重于对外界环境条件的协调，管理偏重于内部资源的组织和利用

4、经济管理手腕别离是哪些？

行政手腕：要求实践上可行、经济上合理、对象上适应；特点是权威性、强制性、无偿性

教育手腕：教育方式是指通过教授、宣传、启发、诱导等方式，提高人们的思想熟

悉水平和文化技术水平，发挥人的主观能动性，执行管理职能的管理方式

经济手腕：经济方式是指依照客观经济规律，运用各类经济手腕和经济方式，调节各类经济利益关系，执行管理职能的管理方式

法律手腕：法律方式是指运用经济法律规范和类似经济法律规范性质的各类行为规范，执行管理职能的管理方式

数学手腕：数学方式是指在研究经济活动的数量表现、数量关系和数量转变规律的基础上，运用经济数学方式、成立数学模型对经济活动进行计算、测量、分析，执行管理职能的管理方式

第三章畜牧业经济形式、产业化与现代化

1、 现代企业制度的特征？

(1) 产权清楚 (2) 权责明确 (3) 政企分开 (4) 管理科学

2、 畜牧业产业化的内涵和意义？

内涵：在社会主义市场经济条件下，依照产加销、牧工商、贸工牧、产学研、牧工教一体化的要求，以国内外市场为导向，以效益为中心，以科技为支撑，围绕区域性畜牧业资源优势 and 主导产业，优化组合各类生产要素，形成市场牵龙头、龙头牵基地、基地连农户，实现畜牧业布局区域化、生产专业化、经营规模化、服务社会化、管理企业化的新型畜牧业经营体制

意义：(1) 有利于解决小生产与大市场的矛盾

(2) 能够提高畜牧业的比较效益

(3) 有利于实现生产的适度规模和提高专业化、集约经营水平；加速畜牧业现代化进程

(4) 有利于增进生产要素合理流动与优化配置，加速城乡一体化的进程

(5) 有利于增进管理体制的深化改革和政府职能的转变

(6) 有助于畜牧业的科技进步

3、 畜牧业现代化的特点和标志？

特点：(1) 生产条件或物质装备现代化 (2) 畜牧业生产技术现代化

(3) 观念现代化：包括市场观念、质量观念、效益观

念、竞争观念、创新观念、生态观念、全局观念、联合观念

(4) 管理现代化 (5) 人员知识化

标志：劳动生产率、技术经济指标

4、 组建畜牧业产业化的方式？

- (1) 建设龙头企业 (2) 成立产业基地 (3) 培育销售市场
(4) 提高科技含量 (5) 完善综合服务体系 (6) 创新运行机制

5、 实现畜牧业现代化的途径？

加大宣传，提高熟悉

调整结构，加速速度

全面成立保障体系

转化功效，提高技术

强化横向联合，实施畜牧产业化，加速畜产品加工和流通体系建设

第四章畜牧业生产结构与区域经济进展

1、 畜牧业产业结构：是指一个国家、一个地域或一个企业的各类家畜和各类家畜 内部的组成及其彼此之间的比例关系

2、 畜牧业生产结构：指的是畜牧业生产各要素的组成情形，不仅包括畜牧业内部 结构，还包括畜牧业外部结构和地域结构等

3、 目前我国畜牧业生产结构存在的主要问题？

畜牧业生产结构高耗低效，资源利用效率低，严峻牵制了畜产品供给能力 的增加

猪的比重过大，与我国饲料生产供给现状很不协调

畜产品种类单调，质量不高，难以适应消费需求的转变

地域布局与资源散布不协调，资源利用不充分

4、 畜牧业生产结构调整的原则？

资源合理利用原则

经济效益最佳原则

知足消费需求原则

增进生态平衡原则

因地制宜原则

5、 成立合理的畜牧业生产结构的途径和办法？

继续深化畜牧业经济体制改革，增进畜牧业的全面进展

调整种植业结构，成立“粮食作物——经济作物——饲料作物”三元种植 业

结构体系

坚持走以节粮高效型畜牧业生产结构调整的道路

开发利用草场资源，成立人工草地，大力进展草食动物的生产

增强畜牧业生产布局，有计划、有重点地建设一批畜牧业商品生产基地

踊跃进展家禽生产，在稳固禽蛋生产的基础上，大力提高禽肉占肉类中的比重

依托科技进步，加速畜禽品种改良步伐，提高畜禽饲料转化和产出能力

成立与畜禽结构调整相适应的投资政策、财政政策和价钱政策体系

6、畜牧业布局：是指畜牧业生产的地域散布，也叫畜牧业生产配置。实质上是指畜牧业生产在一个国家或地域范围内的空间散布与组合

7、畜牧业生产合理布局的意义？

畜牧业合理布局是充分合理利用各地域特有的自然条件、经济条件和技术条件，保护和改善地域生态平衡的前提；

畜牧业合理布局是发掘生产潜力，发挥生产优势，从而以较少的人力、物力和财力取得较大经济效果的手段

畜牧业合理布局能够使各地域因地制宜地成立起各具特点又紧密联系、彼此协调的畜牧业产业结构，并促使畜牧业慢慢向区域化和专业化方向进展；

畜牧业合理布局还能够增进以畜产品为原料的轻工业和商业、交通运输业的合理布局，使有关部门避免计划工作和投资的盲目性

8、我国畜牧业生产布局的原则？

充分合理利用各地域的自然条件

充分考虑各地域社会经济条件

畜牧业生产的合理布局必需与工业生产布局相适应，二者紧密结合

实行地域专业化和综合进展相结合

把国家利益和地域利益正确地结合起来

9、畜牧业区划的意义？

是实行畜牧业合理布局，成立畜牧业生产合理结构的科学手腕

是制定畜牧业进展计划，实现畜牧业生产专业化的基础工作

也是因地制宜地组织畜牧业生产，实行科学管理的一项基础工作

10、畜牧业区划的依据：饲料资源、自然资源、饲养技术、社会需要

1 一、畜牧业综合分区的方式：经验法、指标法、类型法、重叠法、聚类法

1 二、各大农业区划

东北农业区：包括黑龙江、吉林、辽宁（除朝阳地域外）二省及内蒙古东 北部的大兴安岭地域

内蒙古及长城沿线农牧林区：包括内蒙古包头以东地域及辽宁朝阳至宁夏 盐池、同心的长城沿线地域

黄淮海农业区：本区包括北京市大部、天津市、山东省、河北省大部、河 南省大部、安徽和江苏北部地域

黄土高原农林牧区：包括太行山以西、青海日月山以东，长城以南和秦岭 以北地域

长江中下游农林养殖区：包括伏牛山淮河以南，福州-英德-梧州线以北， 鄂西山地以东的地域

西南农林区：秦岭以南、滇南、桂西以北，青藏高原以东，长江中游丘陵、 平原以西地域

华南农林热作区：包括台湾、海南两省全数，福建东南部，广东中南部， 广西、云南南部共 201 个县市

甘新农林牧区

青藏高原牧林区：包括青藏高原及其周边地域，含西藏全总、青海大部、 甘南一部份、川西和云南西北角，共 147 个县市

海洋水产区：海洋水产区包括渤海、黄海、东海、南海及台湾以东太平洋 西部五大部份

13、畜牧业区域散布分为：牧区畜牧业、农区畜牧业、半农牧区畜牧业、城市郊区畜牧 业

第五章 畜牧业经营预测与决策

1、 市场调查：运用科学方式，有目的地系统搜集、记录、整理和分析市场信息资 料，从而熟悉市场进展转变的现状和趋势，为市场预测、经营决策提供科学依据

2、 市场体系：是指市场主体（家庭个人、政府、企业）、市场客体（消费品和生 产要素）、市场媒体（货币、价钱、信息）等

3、 市场调查的特点？

(1) 以市场现象作为调查对象 (2) 全进程性 (3) 目的性 (4) 不肯定性

4、 市场调查的作用？

市场调查是熟悉市场的大体方式，是克服经营管理主观主义的一个重要手 腕

市场调查有利于营销者了解市场供求状况，进行正确的营销决策

市场调查有利于综合运用各类营销策略，提高企业的经营管理水平

5、 市场调查的功能：

描述：搜集并陈述事实——了解现状

诊断：解释信息或活动——发觉问题/现象

预测：展望未来-----寻觅机缘

6、 市场调查的分类：

探索性调研：指出问题在哪？

描述性调研：指出是什么？

因果性调研：指出为何？

预测性调研：指出未来如何？

(1) 定性调研：调研资料不通过量化或数量分析

(2) 定量调研：利用数学分析方式的调研研究方式

7、 市场调查的意义？

市场调查是企业经营决策的重要依据

市场调查是企业生产、经营适销对路产品，提高企业竞争力的重要保证

市场调查是企业正确制订营销计划和营销策略，提高企业经济效益的重要手

腕

8、 市场调查的内容：

(1) 市场需求调查 (2) 消费者调查 (3) 竞争者调查 (4) 宏观环境调查

(5) 产品调查 (6) 产品价钱调查 (7) 分销渠道调查 (8) 促销方式调查

9、 市场调查因素划分

企业可控因素：产品、价钱、分销、促销

企业不可控因素：市场需求、消费者、竞争者、宏观环境

10、 市场调查的大体原则

全面性原则：要全面系统的搜集有关市场信息

真实性原则：要如实、准确的记录信息，不得随意捏造和删改信息

及时性原则：要在尽可能短的时刻内完成调查以保证信息的及时、新颖

费用-效益原则：要对调查项目进行本钱-效益核算，按照人力、物力、

财力和时刻合理设计调查方案

2 一、市场调查的程序

制订市场调查计划：主题、方式、预算等

查阅第二手资料

现场调查

整理分析调查资料

编写调查报告和反馈追踪

1 二、市场调查的方式：

案头调查：企业内部资料、企业外部资料、互联网信息

实地调查：

(1) 询问法：面谈法、电话询问、邮寄问卷法、留置问卷询问法

(2) 观察法：

(3) 实验法：

抽样调差：

(1) 整体是所要熟悉的研究对象的全部，是由所研究范围内具有某种一路性质的全部单位所组成的集合体

(2) 样本是从整体中按随机原则抽出的一部份单位组成的集合体

13、经营预测的概念、作用及类型

预测：按照过去和此刻的实际资料，运用科学的理论方式，对事物在此后一段时期的可能进展趋势作出估量和评价

作用：(1) 预测是制定战略的基础

(2) 预测是制定计划的基础

(3) 预测是协调各部门工作的依据 (4) 有助于为尽快知足用户需求做好预备

预测的类型：

(1) 依照预测范围分：宏观经济预测、观经济预测

(2) 依照性质分为：

1) 定性预测：依托人们的才华、知识、远见和判力来推测未来的转变

2) 定量预测：主要按照对历史资料的分析来推断未来的需求

(3) 依照时刻长短分：

1) 短时刻：指以日、周、旬、月为单位，对一个季度以下的预测

2) 中期：指对一个季度以上两年以下的需求前景的预测

3) 长期：指对 5 年或 5 年以上的需求前景的预测

(4) 依照预测内容的不同分

1) 市场需求预测

2) 技术预测：对技术变革及新技术达到经济可行的可能的预测

3) 收入预测：对未来收入的估计

14、预测的步骤：

(1) 肯定预测目标

(2) 调查、搜集、整理资料

(3) 选择预测方式

(4) 进行预测

(5) 分析、评价预测结果

(6) 写出预测报告，提交决策者

1 五、经营预测：运用科学的理论和方式，对影响市场需求的各类因素进行系统的调查研究，发觉市场需求转变的规律及此后的进展趋势，从而为企业制定经营决策和经营计划提供科学依据。它是以市场调查为基础，即按照过去、当前的资料，对未来情形做出估量、判断与测算。

1 六、经营预测的方式：

(1) 逻辑判断法

(2) 数学模型法：移动平均法、指数平滑法、趋势预测法、季节指数预测法

17、经营决策的相关概念：

决策：就是指为某个目标，在两个或两个以上的备选方案中选择最佳方案并组织实施的进程

经营决策：就是对企业未来的经济活动肯定目标，并为达到这目标而在多种能够彼此替代的方案中选择最优方案并组织实施的进程

1 八、决策的要素：

决策者、决策目标、备选方案、方案的评价与选择、环境状态、相关的后果

1 九、决策的特点：

决策具有明确的目标性

决策具有显著的选择性

决策是一个完整的进程，不是刹时的行为

决策与问题的相关性

决策的实施性及预后性

20、决策的作用：

决策的正确与否，决定着组织行为的成败

- 1) 正确的决策，能指导组织沿着正确的方向、合理的线路前进；
- 2) 错误的决策，就会使组织走上错误的道路，可能致使组织的失败、消亡。

作为一个管理者，无时无刻不在进行决策；从企业目标，企业计划到人事，财务等方方面面都需要管理者拍板决定。

现代企业管理学一般都以为，企业管理的重点在经营，而经营的核心是决策。

2一、决策的原则：

社会性：社会整体效用

效益型

满意性：决策者不可能掌握全数信息，不可能作出“最优化”决策，所以，一般以满意原则选择方案。

可行性：决策的目的是指导行动

民主性：集体和个人相结合

科学性：决策必需科学，必需以大量信息为基础。“科学的决策 =90% 的信息+10%的判断”

2二、决策的类型：

(1) 决策的时刻划分：长期决策、短时刻决策

(2) 决策的重要性划分：

战略决策：事关组织兴衰成败，一般是带有全局性、久远性的大政方针、经营方向等，决策权由最高层领导行使

战术决策：是为了实现战略目标而作出的带有局部性的具体政策，决策权主要由中层领导行使

业务决策：属于日常管理活动的决策，由基层管理者负责进行

(3) 决策主体划分：集体决策、个人决策

(4) 决策的起点划分：初始决策、跟踪决策

(5) 决策设计问题划分：

肯定性决策：肯定型决策是指影响的因素比较明确肯定，一个决策方案只有一种肯定的结果，通过各类方案结果比较，就可以作出优化选择

不肯定性决策：是指影响决策的因素带有不肯定和不可控制性，一个方案可

有肯定

的、一路的准则，决策的后果也不能完全肯定

风险决策：与非风险型决策相类似，只是对一个方案各类结果出现的可能性能够用概率进行估量，因此决策的最后结果，受概率估量的影响，如企业投资决策往往是风险型的

(6) 决策重复程度划分：

程序化决策：指常常重复发生，按原定程序、方式和标准进行的决策。处置例行问题，有固定的程序、规则和方式

非程序化决策：指具有极大偶然性、随即性、又无先例可循且具有大量不肯定性的决策活动。处置例外问题，无先例可循。依赖于决策者的经验、知识、价值观（风险观）、定夺能力

23、经营决策方式：

定性决策法（主观决策法）：主如果依托决策者的知识、经验和判断力进行定夺的方式

定量决策法（计量决策法）：它是建立在数学基础上的决策方式，是把决策变量和决策目标之间的关系，用数学关系表示出来，成立数学模型，然后进行计量和比较，最后择优定夺

定性决策：头脑风暴法-奥斯本

肯定型决策：指未来事件的客观（自然）状态或实现的条件是完全肯定的，决策的结果也是肯定的各类决策；择优标准是收益最大或本钱最小

注：肯定型决策包括：直观法、盈亏平衡分析法、微积分法

不肯定型决策：

- (1) 小中取大法则，也叫悲观法
- (2) 大中取大法则，也叫乐观法
- (3) 折衷法则
- (4) 大中取小法则，也叫最小后悔决策法
- (5) 机缘均等法则

风险型决策：决策收益表、决策树法

24、影响不肯定决策的因素：

决策者的性格、心理因素

决策信息的准确性

决策者的知识经验

判断力和工作能力

第六章 畜牧业的计划管理

1、目标：是个体、群体和整个组织期望的产出。它提供了所有管理决策的方向，组成了衡量标准，参照那个标准就可以够气宇实际工作的完成情形。（计划工作的基础）

2、目标管理包括四个要素：肯定目标、参与决策、明确期限和绩效反馈

3、目标设立的步骤：

审视组织的使命

评估可取得的资源

在制定目标时同时考虑相关的因素

写下你的目标

评估结果以判断目标是不是达到

4、生产计划的三个层次：

长期计划（战略计划）：企业在生产、技术、财务等方面重大问题的计划；包括：产品与市场开发计划、资源进展计划、生产战略计划等

中期计划（年度生产计划）：规定企业在计划期中，在产品、质量、产量、产值等方面应达到的水平，和预达到目标的具体进度安排。包括：生产计划大纲、主生产进度计划、粗能力需求计划等

阶段计划：阶段计划是肯定畜牧业企业分阶段生产经营活动的实施计划；阶段计划的主要内容包括：本阶段的起止时期、工作项目、工作量、作业方式，质量要求，完成任务拟配备的劳动力、机具和其他物资等

5、编制计划的原则与方式：

编制计划的原则：1. 整体性原则 2. 适应性原则 3. 科学性原则 4. 平衡性原则

方式：平衡法

6、定额：是指在必然生产技术组织条件下，企业、部门、地域或国家进行生产经营活动时，对产品数量、质量和人力、物力、财力利用和消耗等方面所规定的应该达到的标准或衡量尺度

7、畜牧企业计划定额的内容

劳动力配备定额

饲料消耗定额

其他物质消耗定额

设备配备定额

财务定额

8、 制定定额的方式：经验法、统计法、写实法

9、 畜牧业企业的控制手腕主要：经济政策、计划定额、工作方式、资金来源、监督检查等

10、 计划方案的组成：计划报告、计划表

第七章畜产品营销

1、 市场营销的相关概念：

市场营销：是个人和集体通过创造，提供出售，并同他人自由互换产品和价值，以取得所需所欲之物的一种社会和管理进程

需要 (Needs) :没有取得某些大体知足的感受状态

欲望 (Wants) : 对具体知足物的愿望

需求 (Demands) : 对有能力购买而且愿意购买的某个具体产品的欲望

产品：任何能用以知足人类某种需要或欲望的东西

价值：产品带来的利益与取得产品支付本钱间的不同，是一种感觉，精神的

满意：收益 > 本钱，满意取决于产品的感知利用效果，而感知效果与顾客的期望紧密相关

质量：实现顾客的全面满意（产品、服务）

互换：是一个价值创造进程，通常总使两边变得比互换前更好 交易：互换活动的大体单元

市场工人+欲望+购买力

营销者 and 预期顾客：在市场的互换两边中，若是一方比另一方更主动，更踊跃地寻求互换，咱们就把前者称之为营销者，后者称之为预期顾客

营销管理：是为了创造知足个人和组织目标的互换对创意，产品和服务的设计，定价，促销和分销进行计划和实施的进程；营销管理的实质是需求管理

市场营销：是企业对营销管理活动的大体指导思想；其核心是正确处置企业、顾客和社会三者之间的利益关系

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/907136030134010012>