# 2024年度农业工作中存在的问题

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-10-16

*第一篇：2024年度农业工作中存在的问题2024年度农业工作中存在的问题：1、产业发展规划定位思路不够清晰按照龙山街道区位布局的实际情况，街道提出了街道现代农业发展“十二五”规划，但各村没有按照街道的总体发展思路，没有结合自身发展实际，科...*

**第一篇：2024年度农业工作中存在的问题**

2024年度农业工作中存在的问题：

1、产业发展规划定位思路不够清晰

按照龙山街道区位布局的实际情况，街道提出了街道现代农业发展“十二五”规划，但各村没有按照街道的总体发展思路，没有结合自身发展实际，科学规划、合理布局，没有发展“一乡一业、一村一品”清晰思路，盲目跟从，造成有限的可利用农业生产用地重复浪费投资。

2、产业发展规模不大、亮点不多

全街道产业发展规模1000亩以上的仅有茶叶、毛竹、杨梅等，散户产业发展经营户较多，土地流转推进力度不够，规模效益不突出；同时，管理松散、技术、质量管理要求不高，造成实际产出效益不高。街道现代农业的发展方向是现代休闲观光农业，但是一、三产连接不够紧密，带动作用不突出，致使产业发展亮点不多。

3、产业发展基础配套设施不能满足现代农业发展要求

近几年来，传统的农业生产设施虽然在局部进行改造，但还不能满足现代农业生产发展的需要，特别是农田水利配套设施的更新。

4、村级财务管理有待进一步规范

在实行“三资”管理后，部分村还不能适应现在的管理模式，有些非生产性支出控制、重点工程项目支出等不符合相关财务制度规定。

5、农村农业统计数据上报质量、时效把握不到位

农村农业统计数据直接放映村级经济发展状况，但部分村思想上不够重视、把关上不够严密，造成部分数据失真，漏报、迟报、谎报等现象发生。

**第二篇：工作中存在的问题**

一、经营中存在的问题

1）、各部门业务流程在实际运营中，尚在磨合阶段，对于整个流程的操作没有问题，但工作效率较低。由于前期系统录入人员较多，且对整个操作流程不专业，导致商品录入出错率较高，后期验码工作量较大，修正错误时间较长。现在仍有供应商经营配置有误、所有商品的验收已经做完但是系统显示仍有负库存现象（可能是收货时串货导致），本月盘点结束后希望能够给予修正、促销商品的促销单系统已经录入，但是系统显示仍有负毛利现象、2）、采配中心录入单据后希望及时通知我商场前去取回，前期由于工作量较大大部分单据填写并不规范，现已规范填写。

3）、由于系统原因造成如果间断使用富基，富基系统则会在2分钟之内无法操作，给工作带来不便

4）、富基软件自身的原因导致打印商品验收单据时，单据上有错位显示的现象，给核查带来不便，信息员无法处理此问题

5）、标价签由公斤转换至市斤，由于现富基系统无法做到直接导出市斤标价签信息，现每次打印散称标价签时都需由人手工修改导出后的基本打印数据，不仅工作量大、容易出错，且存在人为数据安全隐患

6）、收货部办公室离通道卷帘门较远，且工作人员在打印单据、标价签和收取货品时无法兼顾到卷帘门外有送货人员进出，望公司可设专门人员可在收货区大门口进行值班且辅助开关卷帘门

7）、缺乏专门负责处理富基超市系统的信息人员，望公司可在超市设立专门的信息员帮助处理日常发生的各种信息问题，提高工作效率。

8）、防损部人员配备不足，现现场防损员7名，实际需要5人/班次，前后门共3人，内场共2人，上磁员一名，加防损主管共需12人。

9）、外场收银台打折只设定了两人打折权限，但是按公司规定，收银需定期进行转台，转台后其他收银员就无法进行打折，影响收银工作正常开展。为便于收银工作，建议设立专柜打折卡。

10）、超市收银台共有九个，内场八个，外场一个。收银人员编制暂为10人，分为两班，现有一人辞职，影响收银工作、人员调休及节假日加班无法合理安排，可能领导会认为销售不佳，没有理由增加人员，但是节假日、人员调休时可能会有顾客排队交款现象，请公司领导予以谅解。

11）、由于我商场收银台设计较小，影响正常收银，延长了顾客交款时间，还易造成错扫现象。

12）、供应商促销红冲单据暂无相关部门做账？系统中收货部门没有设此类权限，希望此次会议能够明确。

13）、由于前期公司招聘理货员大部分没有超市工作经验，且平均年龄在40岁左右，学习能力及应变能力较弱，随在合肥进行商品陈列、盘存等培训，但在实际操作当中成效较差，前期陈列多为供应商自行带专人陈列，后期排面调整工作效率较低，且在接下来的盘存工作肯定也存在众多问题，请公司领导能够派专人指导，并请相关部

门能够落实有关商品陈列等方面的培训，以便于正常工作的开展；

二、超市运营过程中有待解决的问题

1）、仓库问题：非食部的纸品占有空间较大，需定货架摆放，节省空间。

2）、现猫患较为严重，从开业至今已有36个商品被损，商品价值300元；

3）、生鲜类的水果损耗较大，水果保质期较短，应天气渐渐转热，由于没有冷冻库，特别的晚间下班后水果存放存在问题，现大量损耗影响到供应商正常供货，影响卖场形象及销售。

4）有待进一步补充的经营品项有：日配类：伊利、卫岗等；生鲜类：即食水产类；食品类：旺旺系列、达利园面包系列、早餐食品系列、无糖食品系列；家百类：小针织、拖鞋类。

三、需各职能部门配合解决的事项

1）、公司所有领导对精超的重视程度不言而喻，超市与各部门对接尚属磨合阶段，商品调价、促销、新品上柜及工作中会遇到的种种问题时有发生，来回穿梭于负一楼至七楼很不方便，恳请参加此次会议的领导能够参照前期所报人员进行定位：财务两人、信息两人、采配两人分别上A、B班，并在超市内部设立专门办公地点；

2）、临时促销员上岗手续的办理，希望人力资源部给出合理的建议；

3）、监控设施至今尚未移交，偷盗行为时有发生，目前已经发现的偷盗有：保健品、饮料、食品等未发现的问题，现无法查看，请相

关部门尽快解决；

4）、现各品类主管虽已了解工作流程，但在实际工作当中仍存在不足之处，涉及各部门工作的望请进行指导，及时修正，避免同类错误再次发生；

5）、请商管中心根据我超市卖场属性制定符合我超市的卖场管理制度，以便于在巡查过程中发现更多的问题；

6）、超市湿气较重，不便于商品的存储，营业期间通风设施要确保到位，并加大通风口设置（冷冻冷藏柜由于湿气较重无法运作，日配类商品已经出现变质现象），请公司领导尽快给予解决；

7）、前期我部门人员在办理《卫生流动许可证》、《营业执照增项》等涉及到公司相关利益证照中，对流程及申报程序不熟，影响公司声誉，且可能会影响到公司利益，希望公司领导考虑安排专人负责，由我部门人员办理并不妥当；

8）、前期由于超市突发事件较多，正副经理需以处理超市内部事件为主，无法再进行总值班，请领导能够给予考虑；

9）、由于湿气较大，香烟的储存存在安全隐患，需另加设一仓库，并制作防潮地笼，请公司领导尽快予以解决，并请后勤部门定期检查消防设施；

10）、员工薪酬至今未定，人员思想存在波动较大，工作积极性较为低落，请人力资源部本月制定超市员工薪酬标准；

11）、理货员、收货员、防损员、总台人员现考勤制度尚未确定，请人力资源部制定每月休息天数，以便我部门合理安排工作；

**第三篇：导购工作中存在哪些问题**

导购员工作，存在哪些问题？

今年2、3月份，我在广东某生产冰箱、空调的家电公司工作期间，被派做冰箱终端卖场的研究工作，研究的题目是“如何在一个卖场中把销量做到第一”。之后，在某市的几家大型商场，我和公司的促销员一起工作了一段时间，对卖场的现场促销问题做了深入的研究。在此期间，通过和一些导购员、顾客的交谈，我发现大多数顾客在来商场之前只有一个模糊的品牌概念，并不知道自己将要购买的冰箱具体是什么样的，包括外观、价格、性能、质量等，而在卖场中所得到的实际感受却在很大程度上影响着他们的购买决策。因此，卖场的现场工作对提升产品的销量显得尤为重要。

冰箱的价格、性能、质量、售后服务和公司的品牌形象等是终端卖场一时无法解决的问题。抛开这些方面，影响卖场销售的有三个主要因素：和卖场管理方的关系；产品和形象展示；导购员。处理好和卖场管理方的关系，在展位的选择、促销活动的开展、保证库存货物的充足等方面起到重要作用，可以为销售工作打下良好的基础。产品和形象展示对渲染、营造店内气氛、强化产品标识印象及引导消费等方面十分重要。高质量的展示可以给顾客良好的印象，吸引他的眼球，让他来到公司的展柜前，从而创造更多的销售机会。但是，在卖场中起主导作用的并不是以上两个因素，而是导购员的工作。一些很强势的品牌，由于没有好的导购员，销量和它的市场地位并不相符合；反而一些弱势的品牌，雇佣了很有经验的导购员，它们的销量相对而言也很可观。

在工作中我发现，导购员在面对顾客促销的过程中有很多不恰当的地方，下面是一些普遍、典型的问题：

1、语速过快、吐词不清

在实际观察中我发现，面对顾客的时候，很多导购员说话的速度比平时快了三分之一多。我曾经和顾客站在一起听促销员讲解，在她讲完后，以我对公司产品的熟悉程度，尚不能完全明白她说的什么。可以想象，顾客一定是如坠云端、不知所云。当你讲完的时候，他对产品的基本概念都没有形成，更不要奢望在他的脑海里留下什么深刻的印象了。在一个顾客对你的产品还没有基本了解的时候，你希望他决定购买你的产品，这无疑是不可能的。

其实，在下面我请导购员讲解的时候，她们的语速并不是显得特别快，说话也很清楚。出现这种现象的原因可能是她们面对顾客时有些紧张。这正如有些学生一样，平时的成绩很好，但是一到考试就要砸锅。说到底这还是一个心理素质的问题。所以一个好的导购员首先要培养良好的心理素质。在任何情况下都要稳住心神，不能急躁。给顾客作介绍的时候，语速应该比平时说话慢一点，说不同方面的问题时要做短暂停顿，重要的地方要重复强调几次，力求让顾客听得清楚明白，另一方面也可以让他在你的展柜前多站几分钟，这样推销成功的几率就会更大一些。

2、抓不住重点

不同的顾客，对冰箱关心的重点有所不同。有的最关心价格，他希望你能够在价格方面多介绍一些，看看是否有合适他需求的价位，是否可以在标价上面有所折扣，是否有什么促销礼品等；有的人对价格并不敏感，他最关心的是冰箱的性能，他希望得到更多有关产品性能的信息，希望你告诉他产品有些什么独特之处，希望了解这款冰箱在科技上有什么突破等等；有的最关心质量，他希望你能够多说说质量的问题；有的最关心服务，他希望知道公司在送货、维修等售后服务方面的政策。

导购员如果抓不住顾客关心的重点所在，而是按照自己的想法给顾客讲解，那很难得到顾客的认可，很难让顾客满意，也不可能激发顾客购买的欲望。那么，怎么辨别顾客的重点关注点呢？这可能是他问的第一个问题；可能是他反复追问的问题；可能是他主动要求你介绍的问题；可能他会说“某品牌冰箱怎么怎么好”，也许这一点正是他最关心的。总之，要从顾客的言语中发现他关心的重点所在。然后对症下药，在这一点上做详细的讲解，充分展示公司产品的优点。

3、术语（名词）过多

一般而言，大多数导购员还是比较了解和熟悉自己公司的产品，但正是她们的了解使得她们在为顾客做介绍的时候往往会犯一个错误，这就是：假设顾客和自己一样对专业术语（名词）比较清楚。例如：“养鲜魔板”是公司的一项技术，可以实现快速解冻和冷冻，使食物得以长久地保持新鲜。一些导购员在给顾客介绍的时候喜欢说：这款冰箱配有养鲜魔板。事实上，促销员自己觉得很清楚，但是顾客却是很陌生的，他并不知道那是个什么东西，感觉十分模糊，很多人甚至并没有听清楚你说的是哪几个字。他常常会追问：什么？所以促销员在给顾客做介绍的时候，要用顾客很容易听懂的话来说，要用生活中的语言来说，要把粗象的名词用具体的功能来解释，要告诉他可以得到的实实在在的好处是什么。

4、没有条理

在向一个顾客介绍冰箱的时候要涉及到很多方面的问题，包括品牌、价格、容量、性能、质量、耗电量、售后服务等。那么，先说什么，后说什么就很值得探讨了。很多导购员在讲解时是没有章法的，显得很混乱，甚至该说的没有说到，不重要的却在那里反复地说。介绍冰箱时，一般应该按照下面的程序讲解：容量、特性、耗电量、服务、价格。对该款冰箱的卖点要突出介绍，并且在说每一个不同方面时要加上“第一”、“第二”的序列号，序列号要重读两遍，再接着说下面的内容。这样让顾客感到条理清楚，很容易明白整体情况。如果发现顾客有特别关心的问题，则要把这个问题放在第一位详细讲解。

5、分不清楚谁是购买决策的关键人物

就我国的消费水平和消费习惯看，冰箱还是一件大的耐用消费品。对很多家庭来说，购买冰箱的决定也是一个较大的决策。因此，在实际购买冰箱的顾客中，一个人来的很少，多是一家几口，或者是一个买主和若干参谋。

面对几个甚至是一群人，导购员首要的任务就是辨别谁是要买的人，以及谁是对决策影响最大的人。如果不先搞清楚进攻的目标就在那里乱说一气，很可能你费尽心机去说服的人根本就是来看热闹的，真正对决策有影响力的人反而被你冷落了，这样的结果必然是事倍功半。那么如何知道谁是关键人物呢？如果是一家人来的，虽然可能女主人问话多一些，但是真正决策的多是男主人。在来的一群人中找到买主还算比较容易，通过简单的观察就可以知道。其实，我们很难找到一种辨别影响决策的关键人物的万能方法，最重要的还是靠促销员的经验和感悟。

6、不知道如何和别的品牌做比较

出于某种心理，很多顾客喜欢说“某某牌子的冰箱是如何如何好”。这就有一个怎么样打击别人，宣扬自己的问题。我曾经听有的导购员这样贬低别的品牌：那是个水货牌子；他们的质量很差。这样类似人身攻击的话语实在是不恰当的。其实贬低别人并不能抬高自己，唯一的结果只能贬低了自己。须知一个品牌的存在必然有它存在的理由，必然会有它的过人之处。而且，一个明智的顾客一定会对这样的说法十分反感。

但是出于商业竞争的需要，我们不可避免的要打击对手。那么，什么样的说法既不引起顾客的反感，又达到攻击对手的目的呢？最重要的是突出自己的独特卖点，拿自己的特长和对手的短处比较。比较的时候要有理有据，要有较大的说服力。此外，要勇于承认对手的长处。当顾客说别的牌子的冰箱有何优点，如果公认是这样的，那就没有必要去争什么，可以大度地表示赞同，还可以说“这一点是我们学习的榜样”。如果事实上并非如此，也可以给顾客一个合理的解释。

7、过度服务

我发现这样一个现象：一个顾客在某款冰箱前观看，可是导购员一走上去他就离开了。我曾经问过一个顾客，他说自己是被吓跑的。对此我做了一个不完全的统计，发现被“吓跑”的顾客多有以下特点：外表文弱；青年男性。

这种现象给导购员出了一个难题，那就是：是主动地上前和顾客搭话，还是被动地等顾客的询问？怎么判别喜欢自己单独观看的顾客？事实上，我们根本不可能找到一个绝对的判别方法，只能靠促销员的个人经验和感悟能力。

8、不先搞清楚顾客的需求

不同的顾客有不同的需求，有的需要高档豪华的冰箱，有的需要经济实用型的，有的需要大容量的，有的需要小容量的，有的人甚至根本不知道自己需要的产品是什么样子。假如顾客想要180升容量的，而你在那里拼命向他推荐220升的，你说他会购买吗？假如顾客想买一个经济型的冰箱，而你却在那里跟他说某款豪华冰箱怎样怎样性能优越，这会让他十分尴尬。

导购员面对顾客的时候，首先要搞清楚对方的需求。这可以通过观察、倾听和询问得知。通过观察顾客的年龄、性别、衣着、气质、谈吐等可以猜测他需求的层次；倾听就是让顾客自己说出来需要什么样的产品；询问是最需要技巧的，特别是在档次（价格）的询问上，是一个敏感和容易让顾客受伤的问题。要搞清楚的第一个问题应该是“您需要多大容量的冰箱”，“您家里是几个人用的”。再搞清楚他需要的价格，接着介绍相应容量、价格的冰箱。

9、身份问题

冰箱的导购员一般是厂家派出的，但是大多数顾客并不知道导购员是厂家的员工还是商场的员工。我们不能欺骗顾客说自己是商场的员工，但是我们大可不必突出自己厂家员工的身份，因为如果导购员是以厂家员工的身份说话，会让顾客觉得你是“王婆卖瓜”。反之如果以商场员工的身份向顾客推介某种产品，顾客会觉得你是站在公允的立场上，他会比较信任你。所以，虽然我们不能欺骗顾客，但是我们可以说“我们商场如何如何”，“这个牌子的冰箱在我们商场怎么怎么卖的好”，在言语中加上“我们商场”这样的词语，这样会让顾客对你的身份产生有利的误解。

我还发现一个有趣的现象：销售量大的导购员多是30岁以上的已婚女性，年轻的未婚导购员业绩不如她们。可能的原因是已婚女性比较善解人意，比较容易沟通，给人的亲切感和信任感较强。而且她们也比较敬业。这或许可以为我们聘用促销员提供一点参考。

10、和顾客做无谓的争执

这是一个偶发的现象，不是出现的特别多，但是造成的影响很坏。我在卖场发现过这个问题。有一次，一个顾客说两款冰箱的高度不一样的，但是一个导购员坚持说它们是一样高的，结果是不欢而散。其实，我们的目的只是想顾客推介产品而达成购买，当顾客说到一些无关紧要的事情时，我们实在没有必要去做无谓的争执。如果你不同意顾客的说法，一笑了之就可以了。

11、表情生硬

促销是一种重复性较高的工作，容易让人感到烦躁，因此有些导购员面对顾客时表情生硬。我想一个好的导购员应该有一副诚恳的面孔。面孔是天生的，如何给人真诚的感觉呢？首先要有真诚的心态，在这种心态的基础上才可能有真诚的表情。其次真诚是一种“表情”，人人都可以展现出来。真诚的表情是这样的：微笑；下巴微向上、嘴微抿、嘴角微向下；目光柔和；表示赞同的点头是短暂而有力的2次。

其实，以上所分析的也是其他产品导购员容易出现的问题。一个好的导购员应该是这样做的：良好、平和、友善的心态；说话平缓而有条理；真诚的行动和表情；良好的学习、观察、辨别和感悟能力。

**第四篇：工作中存在的问题**

工作中存在的问题

1、硬件设施跟不上我镇教育形势的发展。自2024年9月合校并点以来，我校各项工作取得了长足发展，社会声誉日益提高。但现在我校教学楼仅能容纳11个教学班500余人，且功能室不健全，缺少物理、生物实验室，图书阅览室，多媒体教室，电子备课室等。目前还没有餐厅，师生只能在办公室和教室或校园内就餐，给师生食宿带来很大麻烦，无法进行全封闭管理。

2、课改效果不明显。几年来我校采取了请进来，走出去的办法，学习外地先进的教学方法。除正常参加上级组织的教研活动外，我们与汶上义桥中学（省级规范化学校）结成对子学校，我们学校经常举行校内公开课、示范课，但总体来看效果不明显，还基本上实行县局推行的学案导学教学模式。

3、我校各项制度还不健全、不完善。特别是宿舍管理、伙房管理等制度、措施与我校现状严重脱节，有待进一步修订完善。学生管理跟不上教育形势的发展。有些制度执行不力。

工作打算

1、进一步改善学校办学条件，积极协调关系，争取上级有关部门支持，加快车棚、餐厅、综合教学楼等基础设施的申建进程。

2、加强课改力度，继续学习借鉴杜朗口、义桥中学的先进经验，完善“学案导学”课堂教学新模式。

3、今年暑假继续结合教办，推行领导包级部、级部主任聘一线教师的做法，实行级部主任和一线教师捆绑式奖惩，形成能者上、庸者下的用人机制。

4、进一步完善《教职工奖励制度》，加大各项制度措施的执行力度，责任到人。增加资金投入，加大对教学成绩的奖励力度，充分调动广大教职工的工作热情。

5、重视安全稳定工作，坚决杜绝重大安全事故发生。

面对当前我县中学激烈的竞争形势，我们必须保持清醒的头脑，在看到成绩的同时，更应看到我们的不足，我们与先进兄弟学校相比，离广大学生家长的愿望，还有很大的差距。我们一定牢牢把握发展这一主旋律，进一步解放思想，更新观念，以时不我待的精神认真做好2024年的各项工作。

**第五篇：信息工作中存在的问题**

一、信息工作中存在的问题

一是一些单位领导认识不够到位。信息工作的基本职能是服务党委，发挥参谋、助手作用。但有的单位把信息工作放在次要位置、边缘位置，往往只是提要求而忽视对信息工作的指导和帮助，使信息工作人员无从下手、束手无策。二是人员配备不够到位。目前，部分县直单位和乡镇党委办公室从事信息工作的专职人员明显偏少，一些乡（镇）的党政办只有1个人，而且还要负责其他材料、后勤等工作。同时，信息员队伍缺乏人员正常轮换、新陈代谢，多年没有补充新鲜血液，有的长期在一个岗位工作，工作积极性不高。三是人员培训不够到位。信息工作需要经常性的、有针对性的知识和技能更新，除日常学习外，最可行的方式是进行集中培训或以干代训，许多同志没有受过系统培训，在一定程度上存在业务不精、情况不熟的情况，报送的信息在适用对路上有所欠缺。四是专业技能不够到位。由于缺乏培训，一些信息员在信息意识、文字综合等方面有待提高，在应对信息专报、信息约稿时，有时存在收集不到材料，或综合编辑不到位等情况。五是建章立制不够到位。整体上看，信息工作缺乏考核、评比制度，一些已有的制度流于形式，执行落实不到位。同时还缺乏信息收集、整理和应用等内部管理机制。上级急需信息时就临时凑合，导致信息质量不高。六是奖惩措施不够到位。信息的收集、整理、选择、传递、建档、应用等环节需要大量的精力和时间投入，工作任务繁重。但由于一些单位领导不够重视，激励机制不健全，一些信息工作人员工作激情消退，敷衍应付。这些困难和问题我们在今后的工作中将逐步加以改进和克服，使信息工作的主渠道作用真正得到发挥。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找