

1+X

职业技术·职业资格培训教材

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

(上册)

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

营业经理

——零售企业经营管理

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



职业技术·职业资格培训教材

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

YINGYE JINGLI

营业经理(上册)

——零售企业经营管理

主 编 储卫民

编 者 于 人 刘伟光 贺 斌

审 稿 宋克勤 范红一

 中国劳动社会保障出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

营业经理 (上册) ——零售企业经营管理/储卫民主编. —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 7-5045-5054-X

I. 营… II. 储… III. 零售商业-商业企业-企业管理-技术培训-教材 IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 048143 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

*

世界知识印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16.5 印张 355 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 4000 册

定价: 26.00 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

本套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——营业经理组织编写。本套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，掌握营业经理的核心内容与技能有直接的帮助和指导作用。

本教材分为上、下两册，本书为上册，主要侧重零售企业经营管理的基本理论和基本操作技能。主要包括：零售企业及企业管理理论、零售企业经营战略与经营决策、零售企业文化与企业形象、零售企业组织管理、零售企业人力资源管理、零售营销管理、零售企业财务管理、零售企业税务管理等。

本教材编写人员有多年从事本职业教育培训的经验，并参加了上海 1+X 职业技能鉴定考核细目和题库的建设，熟悉本职业的培训和考核。因此，本教材具有很强的针对性和权威性。

本教材可作为营业经理职业技能培训与鉴定考核教材，也可供中等、高等职业学校师生使用，以及供相关从业人员参加岗位培训使用。

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。

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。

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

编 者 的 话

面对 WTO 的影响,商业零售与贸易业正面临着前所未有的知识与技能更新的冲击。

营业经理作为零售企业的基层管理者是这场变革的中心人物,随着管理结构的变化,营业经理正发挥着更为广泛的作用。在日常的经营管理中,营业经理充当着基层领导者、决策者、管理者的角色。因此,对营业经理的知识与技能提出了许多新的、更高的要求,他们既需要超越自身的岗位技能去了解企业管理的基本理论,熟悉企业高层领导的宏观决策思路,更要掌握基本的营业管理操作技能。实践证明,这样的营业经理才称得上是合格的基层管理者。

本套教材按照《营业经理国家职业资格标准》要求编写。教材分为上册和下册。上册偏重零售企业经营管理的基本理论和基本操作技能,下册偏重零售与贸易服务企业营业管理操作技能。本套教材在编写中从中国实情出发,吸取了中外营业管理经验,集知识与技能于一体,使读者能理论联系实际,成为优秀的基层经营管理者。

本书作为鉴定培训教材,在紧扣培训大纲的基础上,适时进行了扩展,基本上适应了零售与贸易服务企业营业经理的管理需要。读者应本着学习零售企业的管理思路和方法的目的进行学习,并结合企业实际,创造性地使用本书的知识与技能。教材中的不妥之处请予以意见。

编 者

目 录

第一章 零售企业及企业管理理论	(1)
第一节 零售业起源与形成	(1)
第二节 现代零售企业	(2)
第三节 现代企业制度	(5)
第四节 企业管理概念	(6)
第五节 零售企业管理的最新发展及趋势	(8)
第二章 零售企业经营战略与经营决策	(14)
第一节 零售企业经营战略概述	(14)
第二节 零售企业外部环境分析	(17)
第三节 零售企业内部环境分析	(20)
第四节 零售企业经营战略的制订与实施	(23)
第五节 零售企业经营决策	(32)
第三章 零售企业文化与企业形象	(39)
第一节 零售企业文化概述	(39)
第二节 零售企业文化建设的原则与途径	(43)
第三节 零售企业跨文化管理	(45)
第四节 零售企业形象与零售企业形象策划	(50)
第五节 零售企业伦理	(54)
第四章 零售企业组织管理	(60)
第一节 零售企业组织与组织管理的概念	(60)
第二节 公司制零售企业的法人地位与治理结构	(61)
第三节 零售企业管理组织结构	(64)
第四节 零售企业组织设计	(68)
第五章 零售企业人力资源管理	(72)
第一节 零售企业人力资源管理概述	(72)
第二节 零售企业职务分析	(74)
第三节 零售企业人员的招聘与使用	(76)

目 录

第四节 零售企业员工职业生涯	(88)
第五节 零售企业薪酬福利	(89)
第六节 零售企业绩效管理	(94)
第七节 零售企业员工教育培训	(101)
第八节 零售企业团队管理	(105)
第九节 零售企业员工激励	(112)
第十节 零售企业学习型组织创建	(118)
第六章 零售营销管理	(121)
第一节 零售营销概论	(121)
第二节 零售营销理论的发展	(130)
第三节 零售营销信息与市场调查	(134)
第四节 消费者购买心理和行为	(136)
第五节 零售市场细分	(147)
第六节 零售目标市场与目标市场定位	(152)
第七节 零售营销策略	(158)
第七章 零售企业财务管理	(205)
第一节 零售企业理财管理概述	(205)
第二节 零售企业会计报表概述	(207)
第三节 零售企业资产负债表	(209)
第四节 零售企业利润表	(216)
第五节 零售企业现金流量表	(219)
第六节 零售企业财务分析	(227)
第八章 零售企业税务管理	(241)
第一节 零售企业主要税种	(241)
第二节 零售企业税收法律责任	(249)
第三节 零售企业节税管理	(251)

第一章 零售企业及企业管理理论

学习零售企业经营管理，应该对企业管理及零售企业的发展过程在总体上有一个全面、系统的认识，这是了解零售业营业管理的出发点。

第一节 零售业起源与形成

企业是生产力发展到一定水平的产物，它随着商品经济的发展而发展。同样，零售业的发展也是商品经济发展到一定阶段的产物。

一、零售业的发展

零售业的历史发展过程是在商品经济的推动下进行的。早期的商品销售是在集市中以物物交换的形式进行的，那些旅行商人、小贩从市场周围地区收集产品，在本地区市场销售，市场交换使得本地居民有机会获得其他地区的商品。随着市场规模日益扩大，也日趋专业化，开始出现了长期、固定的室内外市场。18世纪之后，人口扩大和经济增长促进了市场贸易的发展高潮，城镇里出现了手工作坊，像服装鞋帽、工艺礼品、食品这样的手工艺者，从自己的作坊内出售他们的产品。最初只是在集市举办的间隔期发生，以后逐渐使商品生产与店铺销售相分离，店铺主开始采购商品再销售，而且每家店铺都能提供不同种类的多样商品，自此，伴随着市场的发展，零售业也产生了。

19 世纪的零售业发展,主要由专门经营某类产品的商店发展成百货商店。不论从哪种商店发展起来,这些百货商店都供应品种繁多,并且提供划分明确的高质量商品类别进行销售,环境舒适,节省了顾客的时间。期间,出现了多店面零售商,这些商店以药铺、食品、服装和杂货店为主。进入 20 世纪后,多店面零售业又进入产销一体化阶段。此后,在 20 世纪后期,又出现了适合消费者对低价位、自选形式要求的自选、便利和超级市场。而折扣店的产生,反映了消费者因低价格而放弃服务的现象,在这当中,购物中心的产生,满足了消费者对商品和服务的多样化需求。进入 21 世纪以来,无店铺销售、自动售货机,伴随着互联网的发展而进一步扩展起来。

二、零售企业效率边界

在了解零售业的发展过程中,可以发现,那些一味为满足顾客需要而盲目扩大商品供应的商店,实际上削弱了商店的效率。由于这些普通商店对多种类型商品都需要供应,以致管理成本和要求大大提高,而且对每种商品存量都可能不足,结果往往无法与专门经营某种商品的商店竞争,效率反而会更低,由此提出零售企业的效率边界问题。

零售企业效率边界就是界定零售企业规模大小的界限。和市场相比,零售企业的规模优势除了能够在经营和技术方面进行有效分工和协作,创造协同的经营力之外,还具有随零售企业规模的扩大可能使交易费用下降的趋势。但零售企业规模不能无限制扩大,不能将所有的经营过程交由一个大规模零售企业去进行,因为零售企业内部的协调和管理也是有成本的。一旦可以让外部市场交易的经营活动全由零售企业内部交易所代替,相应地使内部成本费用增加,会产生许多效益损失,因此,零售企业规模并不能无限增加。

假如随着零售企业规模的扩大,在零售企业内部组织一笔额外交易的成本等于公开市场上完成这笔交易所需的成本,或者等于由另一零售企业来组织这笔交易的成本,零售企业的扩张就达到它的实际临界点,这一点就是市场交易机制和零售企业组织规模的分界点,也称为零售企业的效率边界。

第二节 现代零售企业

现代零售企业是于 19 世纪末 20 世纪初才真正诞生的。它不仅在管理模式、产权制度上与以前的零售企业组织及零售企业制度有了根本性的区别,而且在组织生产和销售经营方面有了巨大的变化。现代零售企业并不是指现代成立或存在的零售企业,它不是一个单纯的时间概念,在商业零售企业中大型的百货商店、超级市场、购物中心包括连锁经营零售企业都属于现代零售企业。

一、现代零售企业的定义

现代零售企业是从事商品经营、流通和服务等,为满足社会需要和获取利润的经济组

织,实行独立核算、自主经营、自负盈亏,具有法人资格的基本经济单位。这一定义包含以下几层含义:

1. 现代零售企业必须依法设立,取得法人资格

现代零售企业是一个取得法人资格的组织,一是依照法定程序在工商行政管理部门登记注册,领取营业执照;二是要符合国家法律、法规规定的设立企业的条件,如要有专门的名称、固定的场所和独立的财产等;三是能以自己的名义从事民事活动,独立享有法定的民事权力和承担法定的民事义务。

2. 现代零售企业是专门从事商品经营服务活动,并以盈利为目的的经济组织

对不从事商品经营服务活动的组织,如党政机关、社会团体或专业生产加工制造类企业,不能称之为零售企业,即使从事生产经营服务活动,但不以盈利为目的,也不能称为真正意义上的零售企业,如慈善机构开办的商店。

3. 现代零售企业应进行独立核算

零售企业以盈利为目的,就必须进行独立核算,那些虽然进行经济核算,但没有独立结算制度,不能独立承担法律责任的经济实体,如百货公司下的分店、部门等,就不能称为零售企业。

4. 现代零售企业必须自主经营、自负盈亏

零售企业要盈利,就要保证自己的商品和服务能适应社会需求。除了加强零售企业内部管理外,零售企业必须对外部环境的变化能及时做出反应,即要有经营自主权;也必须承担自主经营带来的全部经济责任,即自负盈亏。

二、现代零售企业的特征

零售企业并非都是现代零售企业,零售企业中具有某些特征的零售企业,才是现代零售企业。这些特征主要集中在三个方面,如图 1—1 所示。

1. 实行现代企业制度

现代企业制度实质上就是公司制度。因为公司制是一种更适合现代大生产方式,更有利于零售企业资源有效整合,符合现代零售企业发展的一种制度形式。

2. 采用现代大社会经营方式

现代大社会经营方式是指以社会化大规模分工协作为基础的集约化经营的组织方式。这种组织方式使零售企业内保持经营阶段的共存性、经营过程的持续性、经营要素的比例性、经营进度的均衡性,以及工作方法的标准化和规范化。

3. 从事大规模社会化产销活动

实施大规模社会化产销活动具有以下特点:

(1) 对某种商品的经营不限于单一的商店,而是平行地在一个零售企业内开设多家分

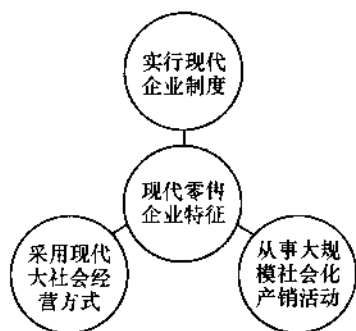


图 1—1 现代零售企业的特征

店来经营该种商品。

(2) 对商品的经营,不只限于销售过程,而是把该商品所需生产、加工及销售渠道的某些部分也纳入零售企业,实行面向社会有选择的供应、生产、销售,以及技术研究开发的社会化联合经营。

(3) 一个零售企业内不仅经营一类商品,而且同时经营若干类相关或者不相关的商品。

三、现代零售企业的目标

现代零售企业的目标是提高经济效益,即企业利润最大化和股东财富最大化,如图 1—2 所示。

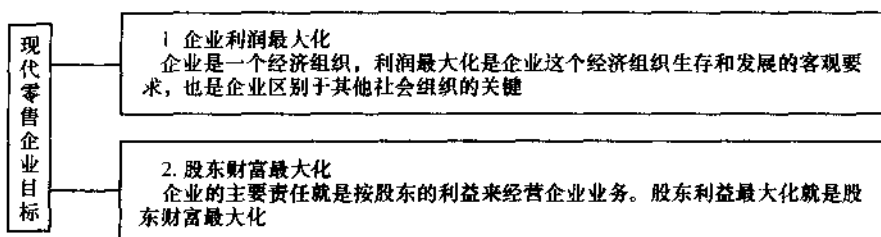


图 1—2 现代零售企业的目标

四、现代零售企业社会责任

零售企业是盈利性机构,具有盈利性的特点。但它同时又是社会组织,有着其应有的社会责任与社会目标。

1. 零售企业社会责任的定义

零售企业的社会责任是一种零售企业追求有利于社会的持续发展的责任。零售企业经营者必须以不污染、不歧视、不从事欺骗性的广告公关宣传等方式来履行社会责任,他们还必须参与自己所在的社区公益活动及资助慈善组织,从而改善零售企业的社会形象。

社会公众支持工商零售企业在追求经济目标的同时,也要求零售企业追求社会目标。

零售企业承担社会责任,除了法律所规定的之外,必须是零售企业自身为实现其确定的目标采取的一种主动行动,而不是不合理的摊派。

2. 社会责任与经济效益

社会责任对经济效益的影响(积极的或消极的)要多年后方才见效。研究表明,零售企业的社会责任与经济效益之间存在着一种正相关关系。社会责任为零售企业提供了大量利益,足以补偿其付出的成本。这些利益可能包括了一个赢得公众支持的零售企业形象,一支目的更明确和更讲究奉献的员工队伍,以及政府的信任和政策上的扶持等。

虽然还不能说明零售企业的每一个“社会”行动的动机,当然至少有一些这样的行为是出于利益动机的,这也体现了社会责任和经济效益之间存在的一种正相关关系。

五、现代零售企业运行体系

按照系统论的观点,管理上把现代零售企业运行看成输入—转换—输出资源转换过程。一般分为物流(见图1—3)、资金流(见图1—4)、人流(见图1—5)、信息流(见图1—6)几个方面,见表1—1。

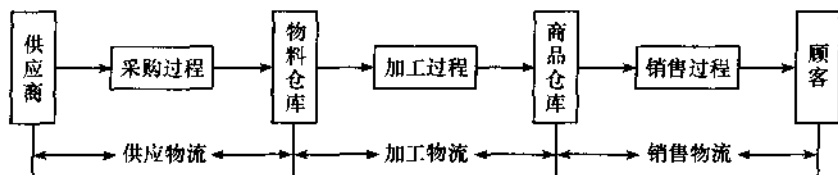


图1—3 现代零售企业物流运行

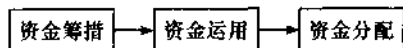


图1—4 现代零售企业资金流运行

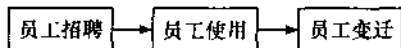


图1—5 现代零售企业人流运行



图1—6 现代零售企业信息流运行

表1—1

现代零售企业运行体系

零售企业物流的运行	从商品等资源的输入到变为增值商品输出,转移到顾客手中,这一物质资料在零售企业内外进行形态、性质、空间位置等变化
零售企业资金流的运行	零售企业的生产经营服务过程每一次物流都伴随着资金的交换,因此既是物流运行过程,又是资金流运行的过程
零售企业人流的运行	从人员的招聘、录用、选拔,到人员的教育、培训、考核、晋升,直至人员的调职与辞退,构成了零售企业运行中人流的运行
零售企业信息流的运行	零售企业信息流是指生产经营服务活动所需的全部信息的收集、加工、储存和传递过程

第三节 现代企业制度

现代零售企业和所有的现代企业一样实行的是现代企业制度。现代企业制度是由社会经济体制决定的,有什么样的经济制度,就有与之相适应的企业制度。

一、现代企业制度的定义

现代企业制度是关于企业组织、运营、管理等一系列行为的规范和模式。它包括产权制度、组织制度、管理制度、会计制度、稽查特派员制度、运行规则,以及所有者和经营者的关系、国家和企业的关系、社会和企业的关系等方面内容。在这些内容中,产权制度是核心和基础。

二、现代企业制度的基本特征

现代企业制度是适应社会化大生产和市场经济发展的必然要求,以完善的企业法人制度为基础,以产权制度为核心,以有限责任制度为保证,以产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学为条件的新型企业制度。现代企业制度的基本特征见表1—2。

表1—2 现代企业制度的基本特征

产权清晰	企业的设立必须有明确的投资者,必须有法定的注册资本金
权责明确	企业法人自主经营、独立核算、自负盈亏
政企分开	政府的行政管理职能与国有资产管理职能分开
管理科学	科学的组织制度、现代企业管理制度

在现代社会化大生产和市场经济体制下,每个现代企业必须真正以法人身份进入市场,按市场需求组织生产经营活动,直接参与市场竞争。现代企业制度促使企业成为适应市场的法人实体和竞争主体,进一步明确国家和企业的权利和责任,国家按投入企业的资本金享有相应的所有者权益,对企业的债务承担有限责任,企业依法自主经营、自负盈亏;要求政府不能直接干预企业经营活动,企业也不能不受所有者的约束,损害所有者权益。现代企业主要是法人企业而非自然人企业,应当是依法成立,依法独立享有民事权利和承担民事义务的法人组织。所以,现代企业制度从法律上看也就是企业法人制度。

第四节 企业管理概念

企业管理是一个过程,是导致某一结果的一系列行动,企业管理行为必须在不忽略社会责任的前提下把经济上的业绩放在首位。

一、企业管理的定义

企业管理是对企业有限的资源进行有效配置,以达成企业既定目标的动态性行为活动。这一定义包含以下三层含义:

1. 企业管理是一种活动

企业管理是在一个特定的企业、特定的环境下发生直至结束的;从时间的角度来看,企业管理是一个动态过程。这一动态过程表现为计划、组织、指挥和控制。

2. 企业管理追求业绩

管理这种活动的发生具有目的性,所以,企业管理必须使这种活动实现预定的目标,即追求业绩。

3. 企业管理注重效率

达成企业目标是需要资源的,但输入企业的资源是有成本的(资金、人员、设备、信息等),这就使得达成企业目标有效率问题。因此,企业管理涉及怎样使资源利用成本最小化,从而使效率最大化。

二、企业管理的职能

企业管理人员有四项基本职能,即计划、组织、指挥和控制,见表1—3。

表 1—3

企业管理的职能

计划	计划是企业管理者对未来时间内企业生产经营服务活动所做出的安排和筹划。为了使企业高效率地运行,必须使企业员工明确工作的方向和要求,计划工作就是预先决定做什么、如何做、谁去做和什么时候做好。因此,无论是对整个企业,还是某一具体活动,计划都是最重要的,计划职能是企业管理最重要的职能 从计划的制定工作来看,计划是一个动态的过程,它的制定必须以对未来情况的预测为基础,需要不断地、适时地探索和修正。未来的不确定性总是存在的,要准确地预测未来非常困难,这使计划工作具有很高的风险性和很强的挑战性,但这并不说明不需要计划,如果没有计划,企业的一切活动都会处于一种无序状态,其结果只能是被动地走在市场的后面,始终无法领先占据市场的大份额。因此,有计划地制定和选择行动方案是企业管者的主要工作之一
组织	组织就是为实现企业目标,对各种要素和人们在生产经营服务活动中的相互关系进行整合、配置,从而建立起一个有效整体的一种管理活动。企业管理的组织职能是使企业计划有形化,为保障计划的顺利实现提供协同保证和资源保证。组织职能包含了组织结构和组织行为。组织结构是从企业的生产经营服务要求出发,围绕企业计划任务和目标的要求而建立起来的企业管理体制,包括建立合理的管理机构、明确各职能机构的职责权限和相互关系、制定各类规章制度、建立管理信息渠道等;组织行为是指科学地组织企业生产经营服务活动,合理地挑选和配备人力资源,建立绩效考核 企业组织职能不仅是实现企业管理效率的主要保证,而且也是其他管理职能发挥作用的基础。假如企业的组织结构体系不科学,企业就不能建立起统一的生产经营服务指挥系统,企业生产经营服务过程中的控制就无法实现
指挥	指挥是指通过信息沟通,影响个人或集体在某种条件下实现企业目标的行动指挥过程。企业的一切管理工作都离不开指挥职能,指挥的水平将决定计划、组织和控制等活动的绩效 行使指挥职能的基础是影响力,包括法定的影响力和非法定的影响力。法定的影响力来自于传统因素、职位因素和资历因素;非法定的影响力来自于个人的品行、才能、知识和感情等素质因素。一个企业指挥者要能高效地履行指挥职能,必须同时具备这两种影响力。法定的影响力是履行企业指挥职能的基础,非法定的影响力是保障有效指挥的关键 指挥艺术是指指挥绩效的一个重要方法,它所解决的是那些非常规、非程序化、非定量化的随机性、突发性、特殊性方面的问题

续表

控制	控制就是监督、检查计划执行的指导过程,找出并纠正偏差,以保证企业既定目标的实现。由于企业内外部环境因素复杂多变,企业制定计划的前提随时可能发生变化,使计划执行过程和执行结果偏离预定目标,这就需要进行控制。控制既是完成计划的保障措施,又是克服不确定因素影响企业目标实现的调整手段 控制职能是一种保证性监督职能,它对企业的生产经营活动起保证、监督、指导的作用。控制和计划不仅是管理中最重要两项职能,而且是紧密联系在一起。计划为控制提供任务,控制为计划的实现提供保证。缺少控制,就无法保证计划的实现 企业控制过程一般分为:明确控制范围、确立控制标准、衡量绩效、纠正偏差
----	--

企业管理的计划、组织、指挥、控制四大职能是一个有机整体,各自发挥不同的作用。计划职能关系到企业整体的生产经营活动和发展方向,是决策性职能;组织职能和指挥职能使企业计划得以具体实施,是执行性职能;控制职能为计划的顺利实现提供保障,是监督性职能,它们构成了企业管理的全过程。

第五节 零售企业管理的最新发展及趋势

迈进 21 世纪的零售企业管理,在全球经济一体化和信息技术的推动下,其管理理论和实践受到极大的冲击和挑战。为解决不断出现的新问题,零售企业管理正呈现出新的发展和变化趋势。21 世纪的零售业除了和所有其他企业一样拥有共同的特征之外,又被称为管理时代的零售业。

一、零售企业管理思想的变化

21 世纪的零售企业管理越来越重视全球化与人力资源的建设,更加注重知识经济的作用。

1. 全球化与跨文化管理的思想

全球化是当今世界的一场经济产业革命,全球化贸易与全球化投资正在改变着世界经济发展的格局。资金、技术、设备等都以前所未有的速度在全球范围内流动和转让,特别是通过互联网的无店铺销售的产生,世界已成为一个“地球村”。在这种大背景下,零售企业管理不再有国家的边界,零售企业要生存和发展必须要适应这种新的客观环境。21 世纪零售企业的生存能力将取决于它是否以全球战略眼光来进行全球资源整合运作。

在经济全球化的浪潮中,不同文化的撞击与融合势在必行,这就要求零售企业管理既要对本民族文化的内涵有充分的认识,又要有对非本民族文化的理解力。这就是跨文化管理——零售企业文化的升华,强调在保持本土文化的基础上兼收并蓄,建立既有自己特色,又充分吸纳其他地区文化成果的管理模式,以适应世界经济全球化的发展要求。