

التعريف التسويقي للثقافة يعرف Kotler الثقافة على أنها مجموعة القيم الرئيسية والمعتقدات والرغبات والتصرفات لدى أفراد المجتمع والعائلة وغيرها من المؤسسات الإجتماعية". نستخرج من هذا التعريف النقاط التالية : الثقافة كمحدد رئيسي لسلوك المستهلكين. يرتبط نشاط المستهلكين في السوق بثقافتهم. يؤثر سلوك المستهلكين عن القرارات التسويقية للمؤسسات. كما تتغلغل الثقافة حسب Kotler - في كل مجالات حياة المستهلكين وتظهر في صيغ وأشكال تصرفاتهم وسلوكهم. والذين يؤثرون بدورهم على القرارات التسويقية للمؤسسات. معينة، قد ترجع الثقافة للبلد (الثقافة الوطنية أو إلى فئة مميزة للمجتمع الثقافة الفرعية أو ترجع إلى المؤسسة (ثقافة المؤسسة). والأعراف، والمواد (يقصد بها الرموز الملموسة من الثقافة) أو الحائط الكبير للصين، الثقافة المحلية لسوق البلد المختار . حسب هذا التعريف يمكن أن تكون وطنية أو متعلقة بفئة إجتماعية إكتساب الثقافة يرتبط بالقيم والعادات والتقاليد والمعتقدات والأديان، والأعراف، والمواد، التعامل مع الأسواق الخارجية يرتبط بمدى فهم ثقافة الأسواق المستهدفة. يمكن تلخيص أهم خصائص الثقافة في النقاط الثمانية التالية: يرى G Hostede. أن الثقافة ليست فطرية بل مكتسبة فهي غير موجودة في جينات الفرد، ويضيف أنه لا بد من التمييز بين الثقافة والطبيعة الانسانية وكذلك بين الثقافة والشخصية. تتمثل في ما هو مشترك بين الناس وعالمية، أما الثقافة فهي مكتسبة ومرتبطة عة معينة. بمجمو 2- صفة الاستمرار : أن الثقافة لا ترتبط بأفراد معينين ومن هنا تأتي قدرتها على الاستمرار عبر والطرق الشعبية والسنن الإجتماعية والعقائد والخرافات، وقد تتأثر ببعض جوانب الثقافة وسماتها ويعتريها التغيير وتفتح الأخرى في البقاء والإستمرار. المؤسسة الدينية كنيسة أو مسجد أو بشكل تلقائي مكتسب من البيئة المحيطة 3- الثقافة متقاسمة هي الثقافة هي والمعتقدات وقواعد وأنماط السلوك الخ. فإنه من المهم إدراك أن عمومية وعنان من العادات والأعراف تنطبقان تماما في كل الجزئيات وإنما تختلف عناصر الثقافة من مجتمع لآخر، 4- الثقافة تمس كل الشئون نجد الأفراد يسلكون سلوكات ثابتة بثقافتهم الأصلية بدون إدراك هذه الأخيرة على سلوكهم. كما يظهر سلوك الفرد بطريقة معقدة وأحيانا مدهشة مجمل التأثيرات الثقافية ولفهم طبيعة سلوك الفرد يجب قبل كل شيء إكتساب هي مجموع عة تفاعلات متداخلة حيث أن كل هذه العناصر المكونة للثقافة تتفاعل فيما بينها في تحديد السلوك، وعلى هذا الأساس يمكن إعتبارها كظاهرة كاملة الإندماج، على سبيل المثال لا يمكن دراسة التعليم بدون الأخذ في الحسبان دوره في الدين وفي البنية الإجتماعية في اللغة والنظام السياسي. إلخ. تتغير الثقافات نفسها أمام القوى التي تمس طريقة عيش وعمل المجتمعات. ولقد سمحت التطورات في التكنولوجيا والإتصالات وأنظمة الإعلام وفي مجالات أخرى للمستهلكين في مختلف العالم على تغيير عاداتهم في فحاليا نحن نعيش ثقافة " cola على المنتجات النمطية أو شبه نمطية. حتى الثقافات الأكثر تحفظا كالثقافة تأثرت بالتدرج بثقل قوات التغيير الخارجي، وقد ينجم التغيير الثقافي من الديناميكية تزود الثقافة أهم الإشارات الرئيسية لطريقة ردود أفعال أفراد المجتمع أمام التغييرات في ظروف معينة. يتفق أن لكل أفراد ثقافة معينة، نفس ردود الأفعال أمام الدافع الخارجي، بطريقة قابلة للتوقع. فعلى سبيل المثال نجد في الثقافة المادية ردود فعل المستهلك أمام عملية أسئلة، 8 صفة التعقيد وذلك لتراكمها عبر عصور طويلة وإستعارة الكثير من السمات الثقافية خارج المجتمع نفسه. ويبسط البعض هذا التعقيد بتقسيمها إلى ثقافة مادية وأخرى لا مادية، فالأولى تشمل كل ما يصنعه الإنسان في حياته وكل ما ينتجه العمل البشري من أشياء ملموسة، ثالثا : مكونات الثقافة التسويق الدولي لتقويم الطبيعة الثقافية للسوق الدولي. ويشمل هذا الإطار الثقافي ثمانية عناصر وهي اللغة، الدين القيم والإتجاهات التربية المنظمات الإجتماعية التكنولوجيا والثقافة المادية، القانون والسياسة الجمال. 1 اللغة: هي وسيلة نقل الأفكار والمعلومات وتمثل مشكلة هامة فيما يتعلق ببرامج التسويق، حيث يتعين أن تقدم السلعة للمستهلك باللغة التي يفهمها. فالفهم الجيد والواضح للغة وإستعمالها الفعال يشكلان شروطا أساسية لنجاح - تتيح اللغة أحسن معالجة لوضعية معينة، المضيف تسمح للمسیر الدولي على المتابعة المباشرة للنشاطات التجارية مع متحدثيه بدون اللجوء إلى مترجم. فوجود شخص إضافي لتوضيح وضعية أو ويتفاعل حسب الأوضاع. العلاقات الإجتماعية تعد اللغة الوسيلة الأكثر فعالية والأكثر ملاطفة للدخول في حوار مع شعب معين فتكلم لغة البلد المضيف يعني الحصول على مدخل مباشر للأفراد الذين يسعدون ويرغبون أكثر بالتحدث بطلاقة بلغتهم. ففي حالات كثيرة، فذلك يعتبر من الوسائل قد يجد أخطر المترجمين صعوبات في تمرير فوارق المفردات أو صياغة عبارات ومستويات اللغة فالتكلم المباشر مع متحدثين من البلد المضيف بلغتهم من السماح لإدراك الانطباعات والمعاني المستعملة، أخرى. يسمح لنا ليس فقط لإكتساب وسيلة جديدة للتواصل،