

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مقياس: سلوك المستهلك

السنة الثالثة تخصص تسويق

د-خلوط جهاد

2025/2024

الفصل الخامس: العوامل الثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك

يتم تحديد عناصر هذا الفصل في الشكل التالي:



أولاً: الثقافة العامة

هي " مجموعة معقدة من الرموز والحقائق المتولدة في المجتمع والتي تنتقل من جيل إلى آخر كأسس محددة ومنظمة للسلوك الإنسان"، و قد تكون الرموز غير ملموسة كالاتجاهات والقيم، وقد تكون ملموسة مثل لغة التخاطب والكتابة.

فأهمية دراسة الثقافة تكمن في مراقبة التحولات التي قد تطرأ على المجتمع كازدياد اهتمام الأفراد بالمحافظة على صحتهم و الاهتمام بالبيئة التي يعيشون فيها جعل المنظمات تركز على هذا الجانب وتتوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

تؤثر الثقافة في سلوك المستهلك ففهمها يساعد المسوقين على تفسير ردود فعل المستهلك لمختلف الاستراتيجيات التسويقية، كما أن الثقافة تتغير عبر الزمن.

و السلوك الشرائي يختلف من ثقافة لأخرى من حيث توقيت الشراء و كمية المشتريات ونوعية المتاجر، وعليه يركز المسوقون في دراسة الثقافة على عناصر مهمة تمثل جزءا مهما عند تجزئة السوق كالسن، الدخل، المنطقة الجغرافية.

ثانياً: الثقافة الفرعية

ويمكن تعريف الثقافات الفرعية بأنها " تلك الثقافات التي دخلت وتعايشت مع ثقافة المجتمع الأصلية لأسباب منها الهجرة أو العمل المؤقت والتي يكون لأفرادها قيم ومعتقدات وأنماط سلوكية تميزهم نسبياً عن أفراد الثقافة الأصلية."

و تكمن أهمية دراسة وفهم الثقافة الفرعية لمجتمع ما هو أنها تشكل جزءاً من عملية تصميم البرنامج التسويقي لهؤلاء الجماعات ذوي الاهتمامات المشتركة.

ثالثاً: الطبقة الاجتماعية

1_ تعريف الطبقة الاجتماعية: هي " الطبقات المتجانسة نسبياً في المجتمع والتي تختلف من حيث المنزلة والثروة والتعليم والأوضاع والقيم."

2- قياس الطبقات الاجتماعية: يتم قياس الطبقات الاجتماعية من خلال استخدام معايير متعددة مثل قياس مستوى التعليم بالنسبة للزوج والزوجة، والوظيفة، ومصادر الدخل، والمنطقة السكنية، و من الأساليب التي تستخدم بشكل متكرر في تحديد الطبقة الاجتماعية أسلوب دليل "وارنر" لخصائص المكانة ويستخدم أربع متغيرات كمقاييس للطبقة الاجتماعية، وهي الوظيفة ومصدر الدخل ونوعية المنزل والمنطقة التي يقع فيها المنزل، وقد أعطيت هذه المعايير أوزان ترجيحية (الوظيفة 4 وحدات/ مصدر الدخل 3 وحدات/نوع المسكن وحدتان/ جودة المنطقة السكنية وحدة واحدة) تكون أكثرها ترجيحاً للوظيفة و أقلها ترجيحاً للمنطقة التي يقع فيها المنزل، ووفقاً لهذه الطريقة فإن الفرد يمكن أن يصنف داخل إحدى الطبقات السبع التالية: الطبقة العليا العليا، أوسط العليا، أسفل العليا، أعلى الوسطى، أسفل الوسطى، أعلى الدنيا، أسفل الدنيا.