

عنوان المشروع

أثر الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق السعودي

The Impact of Electronic Games on Consumer Behavior in the Saudi Market

أسم الطالب

أنس مير حسين محمد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول- 2024

١. الفصل الأول: العنوان

أثر الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق
السعودي

The Impact of Electronic Games on Consumer
Behavior in the Saudi Market

جدول المحتويات

٢.....	الفصل الأول: العنوان	١.
٥.....	المقدمة:	١,١.
٦.....	مشكلة الدراسة:	١,٢.
٧.....	أهمية الدراسة:	١,٣.
٨.....	المراجع:	١,٤.
٩.....	السؤال الرئيسي للدراسة:	١,٥.
٩.....	الأسئلة الفرعية:	١,٥,١.
٩.....	هدف الدراسة الرئيسي:	١,٦.
٩.....	الأهداف الفرعية:	١,٦,١.
١٠.....	الفرضيات:	١,٧.
١٠.....	الفرضيات الفرعية:	١,٧,١.
١١.....	نموذج الدراسة:	١,٨.
١٢.....	المصدر:	1.9.
١٢.....	مكان التطبيق المقترح:	١,١٠.
١٣.....	تصميم الدراسة:	١,١١.
١٤.....	الهيكل المقترح للمشروع:	١,١٢.
١٥.....	الفصل الثاني: الاطار النظري	٢.
١٥.....	المقدمة:	٢,١.
١٦.....	الألعاب الالكترونية	٢,٢.
١٦.....	تعريف الألعاب الالكترونية	٢,٢,١.
١٧.....	تطور الألعاب الالكترونية	٢,٢,٢.
١٨.....	نظرية الألعاب الالكترونية	٢,٢,٣.
١٩.....	اثر الألعاب الالكترونية بالعوامل الاخرى	٢,٢,٤.
٢٠.....	سلوك المستهلك	٢,٣.
٢١.....	تعريف سلوك المستهلك	٢,٣,١.
٢٢.....	تطور سلوك المستهلك	٢,٣,٢.

٢٣.....	ابعاد سلوك المستهلك	. ٢, ٣, ٣
٢٤.....	نظرية سلوك المستهلك	. ٢, ٣, ٤
٢٥.....	علاقة سلوك المستهلك بالعوامل الأخرى	. ٢, ٣, ٥
٢٦.....	العلاقة بين الألعاب الالكترونية وسلوك المستهلك	. ٢, ٤
٢٧.....	الخاتمة	. ٢, ٥
٢٨.....	استكمال قائمة المراجع	. ٢, ٦

١,١. المقدمة:

في عصر التكنولوجيا الحديث، أصبحت الألعاب الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، وتعتبر المملكة العربية السعودية واحدة من الأسواق الناشئة التي تشهد انتشاراً متزايداً في هذا الجانب. والألعاب الإلكترونية تعكس تغييرات كبيرة في العادات الاستهلاكية والثقافية للأفراد. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل تأثير الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق السعودي، وفهم كيفية تأثيرها على اختيارات المستهلكين وسلوكهم التسويقي، مع التركيز على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لهذا التأثير. ستتبع هذه الدراسة منهجية تحليلية تشمل استعراض تحليل البيانات المتاحة وإجراء مسوحات واستبيانات لفهم آراء وسلوك المستهلكين تجاه الألعاب الإلكترونية. من المتوقع أن تساهم هذه الدراسة في تقديم رؤى جديدة حول كيفية تأثير الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق السعودي، وستساهم في إثراء المعرفة حول هذا الموضوع المهم.

١,٢ . مشكلة الدراسة:

رغم أن الألعاب الإلكترونية توفر تجربة ترفيهية فريدة، إلا أن هناك قلة من الدراسات تناولت تأثيرها على سلوك المستهلك في السوق السعودي بشكل محدد ومتكامل. تبقى أسئلة حول كيفية تأثير هذه الألعاب على عادات التسوق وتفضيلات المستهلكين، ومدى تأثيرها على قرارات الشراء والمشتريات غير مجيبة بشكل كافٍ. ويثير أيضا استخدام الألعاب الإلكترونية في المجتمع السعودي عدة قضايا وتحديات تتعلق بالصحة النفسية، ونمط الحياة، والعلاقات الاجتماعية، والنمط الاستهلاكي. تحتاج هذه القضايا الى تحليل ودراسة عميقة لفهم التأثير الكامل للألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق السعودي.

١,٣. أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة أساسية لفهم تأثير الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق السعودي. فهي تسلط الضوء على العوامل التي تؤثر على اختيارات المستهلكين وسلوكهم التسويقي في مواجهة هذه التقنيات الترفيهية الحديثة. من خلال فهم هذه الآثار، يمكن للشركات والمسؤولين التسويقيين تطوير استراتيجياتهم بشكل أفضل لتلبية احتياجات وتفضيلات المستهلكين في السوق السعودي. ومن أهمية هذه الدراسة هي ضرورة فهم التحولات الاجتماعية والثقافية التي تحدث نتيجة لتبني المستهلكين للألعاب الإلكترونية، وكيف يمكن للشركات والمؤسسات التواصل مع هذه الفئة من المستهلكين بشكل أفضل.

- 1- Anderson, C. A., & Dill, K. E. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 772–790.
- 2- Gentile, D. A., Lynch, P. J., Linder, J. R., & Walsh, D. A. (2004). The effects of violent video game habits on adolescent aggressive attitudes and behaviors. *Journal of Adolescence*, 27(1), 5–22.
- 3- Yee, N. (2006). The psychology of massively multiplayer online role-playing games: Motivations, emotional investment, relationships and problematic usage. In R. Schroeder & A. Axelsson (Eds.), *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 187-207). Springer.
- 4- Griffiths, M. (2008). Videogames and consumptive capitalism. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 8(3), 269-279.
- 5- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2009). The attitudes, feelings, and experiences of online gamers: A qualitative analysis. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6), 747-753.
- 6- Weinstein, A. M. (2010). Computer and video game addiction—a comparison between game users and non-game users. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 268–276.
- 7- Rehbein, F., Kleimann, M., & Mößle, T. (2010). Prevalence and risk factors of video game dependency in adolescence: Results of a German nationwide survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 269–277.
- 8- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). The effects of pathological gaming on aggressive behavior. *Journal of Youth and Adolescence*, 40(1), 38–47.
- 9- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(2), 278-296.
- 10- Kim, K. (2017). The Relationship between Video Game Addiction, Self-Control, and Academic Achievement in South Korean Adolescents. *International Journal of Human Computer Interaction*, 33(10), 777–784.

١,٥. السؤال الرئيسي للدراسة:

كيف تؤثر الألعاب الالكترونية على اداء سلوك المستهلك؟

١,٥,١. الأسئلة الفرعية:

السؤال الأول:

ماهي علاقة الألعاب الالكترونية في التأثير على نمط حياة المستهلك؟

السؤال الثاني:

ما مدى تأثير الألعاب الإلكترونية على قدرة المستهلك على التركيز والانتباه في الأنشطة اليومية؟

السؤال الثالث:

كيف يؤثر الألعاب الالكترونية على صحة المستهلك؟

السؤال الرابع:

ما مستوى تأثير الألعاب الالكترونية على توجهات المستهلك نحو الانفاق والاستهلاك؟

١,٦. هدف الدراسة الرئيسي:

التحقق من علاقة تأثير الألعاب الالكترونية على اداء سلوك المستهلك.

١,٦,١. الأهداف الفرعية:

- ١- التحقق من علاقة تأثير الألعاب الالكترونية على نمط حياة المستهلك
- ٢- تقييم مدى تأثير الألعاب الالكترونية على قدرة انتباه المستهلك في الأنشطة اليومية
- ٣- التحقق من تأثير الألعاب الإلكترونية على صحة المستهلك
- ٤- تقييم مستوى تأثير الألعاب الالكترونية على توجهات المستهلك نحو الانفاق والاستهلاك

١,٧. الفرضيات: الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الألعاب الالكترونية وأداء سلوك المستهلك.

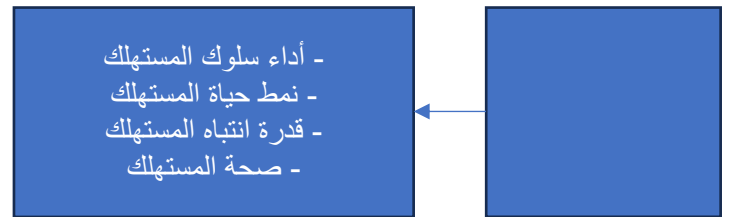
١,٧,١. الفرضيات الفرعية:

- ١- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الألعاب الالكترونية ونمط حياة المستهلك كأحد ابعاد أداء المستهلك
- ٢- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الألعاب الالكترونية وقدرة انتباه المستهلك في الأنشطة اليومية
- ٣- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الألعاب الالكترونية وصحة المستهلك كأحد ابعاد أداء المستهلك

٨,١. نموذج الدراسة:

أداء المستهلك

الألعاب الالكترونية



١,٩. المصدر:

الباحث

١,١٠. مكان التطبيق المقترح:

سوف تطبق الدراسة في المملكة العربية السعودية وتحديدًا بالرياض لأهمية الدراسة في هذا المكان

١,١١. تصميم الدراسة:

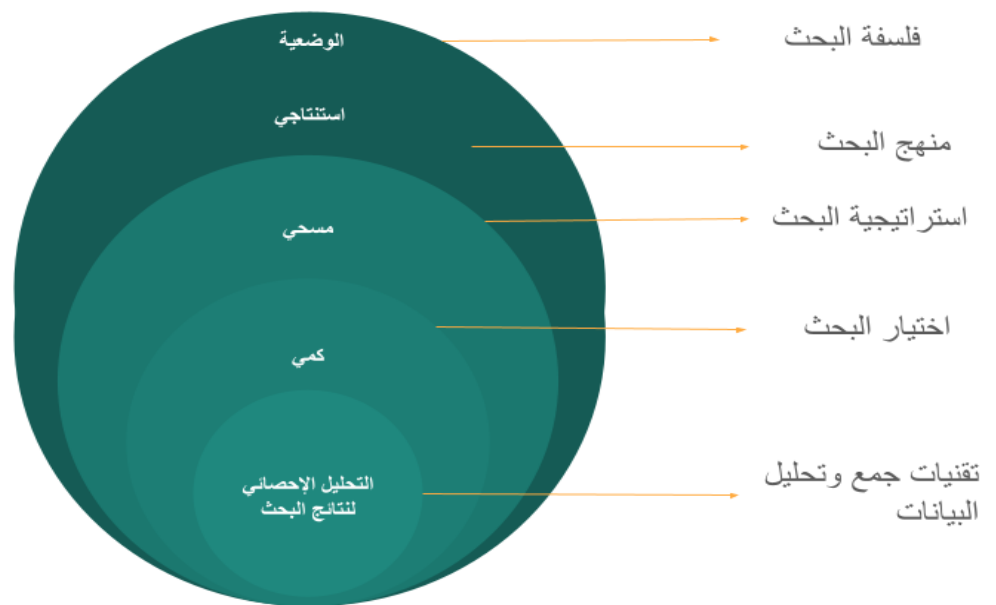
فلسفة الدراسة: الوضعية

منهج الدراسة: استنتاجي

استراتيجية الدراسة: مسحي

اختيار الدراسة: كمي

تقنيات جمع وتحليل البيانات: التحليل الإحصائي لنتائج المسح



١,١٢. الهيكل المقترح للمشروع

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني : الإطار النظري

الفصل الثالث : منهجية البحث

الفصل الرابع : التحليل الإحصائي

الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة

٢. الفصل الثاني: الاطار النظري

٢,١. المقدمة:

تمتلك الألعاب الإلكترونية دورًا متزايد الأهمية في ثقافتنا وحياتنا اليومية، حيث أصبحت جزءًا لا يتجزأ من ترفيهنا وتفاعلنا الاجتماعي وتطورنا الشخصي. تعتبر الألعاب الإلكترونية نوعًا من الترفيه التفاعلي الذي يستند إلى التكنولوجيا، وهي تتنوع بين مختلف الأنواع والأشكال، بدءًا من الألعاب البسيطة المصممة للمتعة الفورية إلى الألعاب الضخمة المعقدة التي تقدم عوالم خيالية مفصلة. تتميز الألعاب الإلكترونية بقدرتها على نقل اللاعبين إلى عوالم افتراضية مذهلة، حيث يمكنهم تجربة مغامرات لا تحصى، وتحديات فريدة، وتفاعل مع شخصيات خيالية. تعد هذه الألعاب وسيلة لتحقيق الهروب من الواقع الملم، وتوفير منفذ للتعبير عن الإبداع واستكشاف المهارات والقدرات.

بالإضافة إلى الترفيه، تلعب الألعاب الإلكترونية أدوارًا مهمة في تنمية العقل وتعزيز المهارات العقلية مثل التفكير الاستراتيجي واتخاذ القرارات السريعة والتعاون وحل المشكلات. كما توفر بعض الألعاب الإلكترونية أيضًا فرصًا تعليمية، حيث يمكن استخدامها كأدوات تعليمية لتعلم المفاهيم العلمية أو التاريخية أو اللغوية بطرق ممتعة وشيقة.

علاوة على ذلك، فإن الألعاب الإلكترونية تشكل صناعة ضخمة عالمية، تشمل عددًا كبيرًا من المطورين والناشرين واللاعبين. وقد أثرت هذه الصناعة بشكل كبير على الاقتصاد والثقافة والتكنولوجيا، وأصبحت مصدرًا للترفيه والتواصل الاجتماعي والتعلم.

باختصار، فإن الألعاب الإلكترونية ليست مجرد وسيلة للتسلية، بل تمثل ثقافة وصناعة تتفاعل مع حياتنا بشكل شامل، وتشكل جزءًا لا يتجزأ من تجربتنا اليومية وتطورنا الشخصي.

٢,٢. الألعاب الإلكترونية

تاريخيًا، بدأت صناعة الألعاب الإلكترونية في الستينيات مع ظهور أول حواسيب شخصية. كانت الألعاب الأولى بسيطة جدًا ومحدودة في الرسومات والأداء، مثل "Spacewar!" التي تعتبر واحدة من أول ألعاب الكمبيوتر. مع تطور التكنولوجيا، بدأت الألعاب الإلكترونية في التطور بسرعة، مع زيادة قدرات الحواسيب وتطور الرسومات والصوت. في الثمانينيات، ظهرت أجهزة الألعاب المنزلية مثل Atari و Nintendo و Sega، ومعها ظهرت ألعاب مشهورة مثل Super Mario Bros و Tetris و Sonic the Hedgehog. في التسعينيات وما بعدها، شهدت الصناعة زيادة كبيرة في التنوع والابتكار، مع ظهور ألعاب ثلاثية الأبعاد وألعاب الأدوار وألعاب العالم المفتوح، ومع انتشار الإنترنت، أصبحت الألعاب الجماعية عبر الإنترنت شائعة بشكل كبير. اليوم، أصبحت الألعاب الإلكترونية صناعة ضخمة، تتجاوز إيراداتها إيرادات صناعة السينما، وتشمل مجموعة واسعة من الأنواع والأشكال، بدءًا من الألعاب المحمولة على الهواتف الذكية وحتى الألعاب الضخمة على الحواسيب والأجهزة المنزلية. يتميز عالم الألعاب الإلكترونية بتنوعه وابتكاره المستمر، حيث يتم تطوير الألعاب باستمرار لتوفير تجارب جديدة ومثيرة للاعبين في جميع أنحاء العالم.

٢,٢,١. تعريف الألعاب الإلكترونية

الألعاب الإلكترونية هي ألعاب ترفيهية تعتمد على التكنولوجيا الإلكترونية لتشغيلها وتفاعل اللاعبين معها. تتنوع هذه الألعاب في أشكالها وأنواعها، وتشمل الألعاب التي تلعب على أجهزة الكمبيوتر، والأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وأجهزة الألعاب المنزلية مثل PlayStation و Xbox و Nintendo Switch. تعتمد الألعاب الإلكترونية على البرمجيات والتقنيات المختلفة لتوفير تجارب تفاعلية للمستخدمين، حيث يتحكم اللاعبون في أحداث اللعبة وشخصياتها عبر استخدام واجهات تفاعلية مثل أزرار اللعب أو الشاشة اللمسية. تشمل أنواع الألعاب الإلكترونية مجموعة متنوعة من الألعاب، بدءًا من الألعاب البسيطة ثنائية الأبعاد وصولاً إلى الألعاب ثلاثية الأبعاد ذات العوالم الافتراضية الواسعة، وتشمل الأنواع المختلفة مثل الألعاب الحركية، وألعاب الأدوار، وألعاب الاستراتيجية، والألعاب الرياضية، وغيرها الكثير. تتميز الألعاب الإلكترونية بقدرتها على نقل اللاعبين إلى عوالم خيالية مثيرة، وتوفير تجارب تفاعلية تعزز الترفيه وتنمي المهارات وتعزز التواصل الاجتماعي.

٢,٢,٢. تطور الألعاب الإلكترونية

تطورت الألعاب الإلكترونية بشكل كبير على مر السنين، وقد شهدت تطورات تقنية وثقافية ملحوظة تؤثر على تصميم الألعاب وتجربة اللاعبين. إليك نظرة عامة على تطور الألعاب الإلكترونية:

العصر الأولي (١٩٥٠-١٩٧٠): بدأت الألعاب الإلكترونية كتجارب علمية ومحاكاة رياضية بسيطة مثل "Spacewar!" في أوائل الخمسينيات. تمثلت هذه الفترة بالألعاب ذات الرسومات البسيطة والتحكم المحدود.

عصر الألعاب الكلاسيكية (١٩٧٠-١٩٨٠): شهدت هذه الفترة ظهور أول أجهزة ألعاب منزلية مثل Atari 2600 والتي قدمت تجارب جديدة للألعاب الإلكترونية. ظهرت ألعاب كلاسيكية مثل Pac-Man و Space Invaders.

عصر الألعاب المحمولة (١٩٨٠-١٩٩٠): بدأت أجهزة الألعاب المحمولة مثل Game Boy في الظهور، مما أتاح للاعبين تجربة الألعاب في أي وقت ومكان. تطورت رسومات الألعاب وزادت تعقيدات اللعب.

عصر الثورة التكنولوجية (١٩٩٠-٢٠٠٠): شهدت هذه الفترة زيادة كبيرة في تقنيات الرسومات ثلاثية الأبعاد، مما أتاح إنشاء عوالم افتراضية أكثر واقعية. ظهرت أجهزة الألعاب المنزلية الجديدة مثل PlayStation و Nintendo 64 وتقدمت بشكل كبير.

عصر الإنترنت والألعاب الجماعية (٢٠٠٠-الآن): مع تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت، أصبحت الألعاب الجماعية عبر الإنترنت شائعة بشكل كبير، مما أتاح للاعبين التفاعل مع بعضهم البعض عبر الشبكة العنكبوتية. ظهرت ألعاب ضخمة متعددة اللاعبين عبر الإنترنت مثل World of Warcraft و Fortnite و League of Legends.

هذه مجرد نظرة عامة على تطور الألعاب الإلكترونية، وتستمر الصناعة في التطور باستمرار مع تقدم التكنولوجيا وتغيرات الثقافة وتطلعات اللاعبين.

٢,٢,٣. نظرية الألعاب الإلكترونية

نظرية الألعاب الإلكترونية هي مجال من مجالات دراسة علم الألعاب (Game Studies) يهتم بتحليل ودراسة الألعاب الإلكترونية من منظور نظري. تشمل هذه النظرية مجموعة من الأفكار والمفاهيم التي تستخدم لفهم كيفية عمل الألعاب الإلكترونية، وكيفية تأثيرها على اللاعبين، وكيفية تصميمها بشكل فعال.

تتنوع مواضيع نظرية الألعاب الإلكترونية بما في ذلك:

نظرية اللعب: تركز على فهم طبيعة اللعب نفسها ودورها في حياة الإنسان وكيفية تطورها في سياق الألعاب الإلكترونية.

نظرية التصميم: تتعلق بكيفية تصميم الألعاب الإلكترونية بشكل يجعلها ممتعة وتحفز اللاعبين على المشاركة والتفاعل معها بشكل فعال.

نظرية اللاعب: تركز على فهم سلوك وتجربة اللاعبين أثناء لعب الألعاب الإلكترونية وكيفية تأثير الألعاب على تفكيرهم ومشاعرهم وسلوكهم.

نظرية القصة: تتعلق بتحليل القصص والسيناريوهات التي تقدمها الألعاب الإلكترونية وكيفية تأثيرها على تجربة اللاعب وتفاعله مع اللعبة.

نظرية الثقافة: تركز على دراسة كيفية تأثير الألعاب الإلكترونية على الثقافة وكيفية تأثير الثقافة على تصميم الألعاب واختيارات المحتوى.

نظرية الألعاب الإلكترونية تعتمد على مجموعة متنوعة من المناهج النظرية والأدوات التحليلية، مثل السيميولوجيا، ونظرية الانتقال، ونظرية التفاعل الاجتماعي، والنقد الثقافي، وغيرها. تهدف هذه النظرية إلى فهم الألعاب الإلكترونية كظاهرة ثقافية وترفيهية معقدة ومتعددة الأبعاد.

٢,٢,٤. اثر الألعاب الإلكترونية بالعوامل الاخرى

الألعاب الإلكترونية لها علاقة متعددة الأوجه مع مجموعة من المتغيرات والعوامل التي تؤثر عليها وتتأثر بتأثيرها. التكنولوجيا: تطور التكنولوجيا يلعب دوراً حاسماً في تطوير وتحسين الألعاب الإلكترونية. تقدم التكنولوجيا الجديدة، مثل تقنية الواقع الافتراضي والواقع المعزز، فرصاً جديدة لتجربة الألعاب بشكل أعمق وأكثر واقعية. الثقافة: يتأثر تصميم الألعاب الإلكترونية بشكل كبير بالعوامل الثقافية، مثل المعتقدات والقيم والتقاليد. تتغير مواضيع ومحتوى الألعاب بناءً على اهتمامات اللاعبين والثقافة المحلية والعالمية. الاقتصاد: صناعة الألعاب الإلكترونية أصبحت جزءاً هاماً من الاقتصاد العالمي، وتؤثر على النمو الاقتصادي وخلق الوظائف وتوجيه الاستثمارات في القطاع التكنولوجي والترفيهي. الاجتماع: الألعاب الإلكترونية تشكل مجتمعات افتراضية حيث يتفاعل اللاعبون مع بعضهم البعض، مما يؤثر على العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الأفراد. الصحة العقلية: هناك علاقة بين استخدام الألعاب الإلكترونية وصحة العقل والعواطف. يمكن أن تؤدي لعب الألعاب بشكل مفرط إلى مشاكل صحية عقلية مثل الإدمان والانعزال الاجتماعي، في حين يمكن أن تستخدم الألعاب أيضاً كأداة لتحسين المهارات العقلية وتعزيز التفاعل الاجتماعي. البيئة السياسية والقانونية: تتأثر الألعاب الإلكترونية بالتشريعات والقوانين المتعلقة بحقوق النشر والملكية الفكرية والتصنيف العمري، مما يؤثر على تطوير الألعاب وتوزيعها واستخدامها. هذه بعض العلاقات الرئيسية بين الألعاب الإلكترونية والمتغيرات المحيطة بها، وهناك العديد من الجوانب الأخرى التي يمكن أن تؤثر على هذه العلاقات وتشكل تجربة الألعاب بشكل شامل.

٢,٣. سلوك المستهلك

تشمل خلفية سلوك المستهلك فهم العوامل التي تؤثر على اتخاذ القرارات الشرائية، وكيفية تفضيل المنتجات والخدمات، وكيفية تفاعل الأفراد مع العلامات التجارية والإعلانات، وكيفية تأثير العوامل البيئية والثقافية على اختيارات المستهلك.

يعتبر فهم سلوك المستهلك أمرًا حيويًا للشركات والمنظمات التجارية، حيث يمكنهم من تحديد احتياجات السوق وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لجذب العملاء وزيادة المبيعات.

يتم دراسة سلوك المستهلك من خلال عدة مجالات أكاديمية مثل علم النفس الاستهلاكي والتسويق والاقتصاد السلوكي، حيث يستخدم الباحثون الأدوات والنماذج لفهم وتفسير سلوك المستهلك وتوقع سلوكهم المستقبلي.

٢,٣,١. تعريف سلوك المستهلك

سلوك المستهلك يشير إلى الأنماط والسلوكيات التي يظهرها الأفراد في عمليات الشراء والاستهلاك. يشمل سلوك المستهلك القرارات التي يتخذها الأفراد بشأن المنتجات والخدمات التي يشترونها أو يستخدمونها، وكيفية تفاعلهم مع العلامات التجارية والإعلانات، وكيفية استجابتهم للتغيرات في السوق والبيئة المحيطة.

يؤثر سلوك المستهلك على عدة عوامل، بما في ذلك العوامل الشخصية مثل الاحتياجات والرغبات والقيم الشخصية، والعوامل الاجتماعية مثل الثقافة والتقاليد والتأثيرات الاجتماعية، والعوامل الاقتصادية مثل الدخل والأسعار والعوائد المتوقعة.

يعتمد سلوك المستهلك على عدة عمليات مثل التوجيه والبحث واتخاذ القرار والتقييم، حيث يتمثل التوجيه في تحديد الاحتياجات والرغبات والأهداف، والبحث في الخيارات المتاحة، واتخاذ القرار بشأن الخيار المناسب، والتقييم للخيار المختار بعد الشراء.

يعتبر فهم سلوك المستهلك أمراً حيوياً للشركات والمنظمات التجارية، حيث يمكنهم من تحديد احتياجات السوق وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لجذب العملاء وزيادة المبيعات.

٢,٣,٢. تطور سلوك المستهلك

تطور سلوك المستهلك على مر الزمان بتغيرات في العديد من العوامل التي تؤثر عليه، ومن بين هذه التغيرات:

التكنولوجيا: تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت قام بتحول جذري في سلوك المستهلك، حيث يمكن الآن للمستهلكين البحث عن المعلومات والمنتجات عبر الإنترنت والقيام بعمليات الشراء عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بشكل سريع ومريح.

التغيرات الاجتماعية: تغيرت التركيبة الاجتماعية وأنماط الحياة مما أثر على سلوك المستهلك، مثل تزايد عدد العائلات ذات الدخل المزدوج وتنوع العائلات وتأخر الزواج والانتقال إلى المدن وزيادة الوعي بالصحة والاستدامة.

العوامل الاقتصادية: تأثير الظروف الاقتصادية مثل التضخم والبطالة والأزمات المالية يؤثر على سلوك المستهلك ويؤدي إلى تغيير في أنماط الشراء والاستهلاك وتفضيل المنتجات.

الثقافة والتغيرات الديموغرافية: التغيرات في التفضيلات الثقافية والتنوع الديموغرافي يؤثر على سلوك المستهلك، مثل ازدياد التوجه نحو المنتجات الطبيعية والعضوية والاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

التغيرات في الصناعات والسوق: تطور الصناعات وظهور الابتكارات الجديدة وتغيرات في العروض والطلبات تؤثر على سلوك المستهلك وتحدد تفضيلاته واختياراته.

الإعلان ووسائل الاتصال: زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتغيير في استراتيجيات الإعلان وتسويق المنتجات يؤثر على توجهات المستهلك واستجابته للعروض التسويقية.

٢,٣,٣. ابعاد سلوك المستهلك

هناك عدة أبعاد تشكل سلوك المستهلك وتؤثر على اتخاذ القرارات الشرائية والاستهلاكية. من بين هذه الأبعاد:

الأبعاد الشخصية: تشمل هذه الأبعاد الاحتياجات والرغبات الفردية، والقيم والمعتقدات، والخبرات السابقة والتعلم، والشخصية والهوية، والعوامل الديموغرافية مثل العمر والجنس والحالة الاجتماعية.

الأبعاد الاجتماعية: تشمل هذه الأبعاد التأثيرات الثقافية والاجتماعية، والمجموعات المرجعية والتأثيرات الاجتماعية والمهنية، والمناصب الاجتماعية والانتماءات الاجتماعية.

الأبعاد الاقتصادية: تشمل هذه الأبعاد الدخل والثروة، والأسعار والتكاليف، والتوقعات المالية والمخاوف الاقتصادية، والعروض والطلبات، والمستويات الاقتصادية والفقر والثراء.

الأبعاد الثقافية والدينية: تشمل هذه الأبعاد القيم والمعتقدات الثقافية والدينية، والتقاليد والعادات، والرموز والرموز الاجتماعية، والاحتفالات والمناسبات الثقافية.

الأبعاد الجيوغرافية والبيئية: تشمل هذه الأبعاد المواقع الجغرافية والبيئات الطبيعية، والتغيرات المناخية والبيئية، والتوزيع الجغرافي للمنتجات والخدمات.

الأبعاد الإعلامية والتكنولوجية: تشمل هذه الأبعاد وسائل الإعلام والتكنولوجيا والاتصالات وتأثيرها على سلوك المستهلك، بما في ذلك الإعلانات ووسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الإلكترونية.

٢,٣,٤. نظرية سلوك المستهلك

نظرية سلوك المستهلك هي مجموعة من النظريات والمفاهيم التي تسعى لفهم وتفسير سلوك المستهلك في عمليات الشراء والاستهلاك. تعتمد هذه النظرية على عدة مدارس ومناهج من العلوم الاجتماعية والسلوكية، مثل علم النفس، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم الاتصال.

تشمل نظرية سلوك المستهلك عدة مفاهيم رئيسية:

نظرية الاختيار الاقتصادي: تفترض أن المستهلك يتخذ قراراته الشرائية بناءً على احتياجاته ورغباته، ويحاول أن يحقق أقصى قيمة ممكنة من السلع والخدمات المتاحة له بالنسبة للمصاريف والتكلفة.

نظرية التعرض والاستجابة: تعتبر أن المستهلك يتأثر بالرسائل الإعلانية والتسويقية التي يتعرض لها، ويستجيب لها بشكل معين عن طريق التفكير والاستجابة والتفاعل مع المعلومات المقدمة.

نظرية التصنيف الاجتماعي والتعلم: تشير إلى كيفية تأثير التصنيفات الاجتماعية والثقافية والتعلم الاجتماعي على سلوك المستهلك، بما في ذلك الانتماءات الاجتماعية والهويات والتفاعلات الاجتماعية.

نظرية التفاعل الشرائي: تركز على العمليات التفاعلية بين المستهلك والبيئة التسويقية، وتحليل كيفية تفاعل المستهلك مع المنتجات والعلامات التجارية والخدمات.

نظرية القرار الشرائي: تركز على عمليات اتخاذ القرارات الشرائية للمستهلك، بما في ذلك عوامل القرار وعمليات التفكير والتقييم والاختيار. تعتبر هذه النظريات والمفاهيم جزءاً من نظرية سلوك المستهلك، وتساعد في فهم العوامل التي تحدد سلوك المستهلك وتوجهاته في عمليات الشراء والاستهلاك.

٢,٣,٥. علاقة سلوك المستهلك بالعوامل الأخرى

علاقة سلوك المستهلك بالمتغيرات الأخرى تعكس التفاعل المعقد بين عوامل متعددة يتأثر بها الأفراد أثناء عمليات الشراء والاستهلاك. من بين هذه العلاقات:

العوامل الشخصية: يؤثر سلوك المستهلك على عوامل شخصية مثل الاحتياجات والرغبات الفردية والقيم والمعتقدات الشخصية. على سبيل المثال، يمكن أن تؤثر القيم الثقافية الشخصية على تفضيلات العلامات التجارية والمنتجات.

العوامل الاجتماعية: يتأثر سلوك المستهلك بالعوامل الاجتماعية مثل التأثيرات الاجتماعية، والمجموعات المرجعية، والتفاعلات الاجتماعية. على سبيل المثال، قد يكون تفضيل المنتجات أو العلامات التجارية مرتبطاً بالمجموعة المرجعية للفرد أو بالتأثيرات الاجتماعية القوية.

العوامل الاقتصادية: يتأثر سلوك المستهلك بالعوامل الاقتصادية مثل الدخل والأسعار والتكاليف. على سبيل المثال، يمكن أن يؤثر تغير الدخل على قدرة الفرد على شراء منتجات ذات قيمة عالية أو البحث عن العروض والتخفيضات.

العوامل الثقافية والدينية: يتأثر سلوك المستهلك بالعوامل الثقافية والدينية مثل القيم والمعتقدات الثقافية والتقاليد. على سبيل المثال، قد يؤثر الدين أو التقاليد الثقافية على قرارات الشراء والاستهلاك مثل الأطعمة المفضلة أو العطلات المعتادة.

العوامل الجغرافية والبيئية: يمكن أن تؤثر العوامل الجغرافية والبيئية مثل الموقع الجغرافي والبيئة الطبيعية على سلوك المستهلك وتفضيلاته. على سبيل المثال، قد يكون الطلب على المنتجات المحلية مرتبطاً بالموقع الجغرافي للفرد أو بالاهتمام بالاستدامة.

٢,٤. العلاقة بين الألعاب الإلكترونية وسلوك المستهلك

العلاقة بين الألعاب الإلكترونية وسلوك المستهلك تعكس تأثير الألعاب على اتخاذ القرارات الشرائية والسلوك الاستهلاكي للأفراد. هذه العلاقة تتجلى في عدة جوانب:

تأثير الألعاب على القرارات الشرائية: تتسبب الألعاب الإلكترونية في تشكيل اهتمامات المستهلكين ورغباتهم في الشراء. عندما يكون هناك إصدار لعبة مرتقبة، يمكن أن يزيد هذا الاهتمام من رغبة المستهلك في شراء اللعبة أو المعدات المرتبطة بها.

تأثير الألعاب على السلوك الاستهلاكي: قد تؤثر الألعاب الإلكترونية على عادات الاستهلاك للأفراد، حيث قد تتسبب في زيادة معدلات الاستهلاك لألعاب جديدة أو تجهيزات مرتبطة بها، خاصة إذا كان الفرد مولعًا بالألعاب.

تأثير الألعاب على الاتجاهات الثقافية والاجتماعية: يمكن للألعاب الإلكترونية أن تؤثر على الاتجاهات الثقافية والاجتماعية للمستهلكين، وذلك من خلال تشكيل وجهات نظرهم وقيمهم ومفاهيمهم حول العالم والمجتمع.

تأثير الألعاب على الصحة النفسية والعاطفية للمستهلكين: يمكن للألعاب الإلكترونية أن تؤثر على حالة العقل والعواطف للمستهلكين، وذلك من خلال تقديم تجارب تفاعلية تحفز الفرح والتحدى والتوتر على حد سواء.

تأثير الألعاب على السلوك الاجتماعي والتفاعلي: قد تساهم الألعاب الإلكترونية في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين اللاعبين من خلال اللعب الجماعي عبر الإنترنت، وتوفير بيئات افتراضية للتواصل والتعاون.

بشكل عام، تعكس العلاقة بين الألعاب الإلكترونية وسلوك المستهلك التأثيرات الشاملة للألعاب على تصرفات واتجاهات المستهلكين في مجالات الشراء والاستهلاك والتفاعل الاجتماعي.

٢,٥. الخاتمة

في الختام، يمكن أن تؤثر الألعاب الإلكترونية بشكل كبير على سلوك المستهلك واتجاهاته في عمليات الشراء والاستهلاك. تشكل الألعاب الإلكترونية جزءاً مهماً من ثقافة الاستهلاك الحديثة، حيث تشكل مصدراً للترفيه والتسلية والتواصل الاجتماعي للعديد من الأفراد.

تتسبب الألعاب الإلكترونية في تشكيل اهتمامات المستهلكين ورغباتهم في الشراء، وتؤثر على عادات استهلاكهم وقراراتهم الشرائية، كما تساهم في تشكيل الاتجاهات الثقافية والاجتماعية والصحية للمستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر الألعاب الإلكترونية أداة قوية للتفاعل الاجتماعي والتواصل بين الأفراد.

مع تزايد انتشار الألعاب الإلكترونية وتطورها، يصبح فهم تأثيرها على سلوك المستهلك أمراً حيوياً للشركات والمنظمات التجارية لضمان تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة وتلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل أفضل.

على الرغم من فوائد الألعاب الإلكترونية، يجب أيضاً مراعاة التحديات والمخاطر المحتملة مثل الإدمان وتأثيرات الصحة النفسية، وضمان توفير بيئة آمنة وصحية للاستمتاع بالألعاب.

بشكل عام، تظل الألعاب الإلكترونية عنصراً مهماً في حياة الأفراد اليومية وتشكل جزءاً لا يتجزأ من سلوكهم واختياراتهم، ومن المهم دراسة تأثيرها بشكل مستمر وتطوير استراتيجيات ملائمة للتفاعل معها بشكل إيجابي.

٢,٦. استكمال قائمة المراجع

"Consumer Behavior: Building Marketing Strategy" by Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh, " and Roger J. Best - كتاب يغطي مجموعة واسعة من المفاهيم والنظريات المتعلقة بسلوك المستهلك وكيفية بناء استراتيجيات التسويق بناءً عليها.

"Understanding Video Games: The Essential Introduction" by Simon Egenfeldt-Nielsen, Jonas " Heide Smith, and Susana Pajares Tosca - كتاب يقدم نظرة شاملة حول الألعاب الإلكترونية وتأثيرها على المستهلكين، بما في ذلك التأثيرات الاجتماعية والثقافية والسلوكية.

"The Routledge Companion to Digital Consumption" edited by Russell W. Belk, Rosa Llamas, " and John M.T. Balmer - كتاب يقدم مجموعة من المقالات والدراسات حول استهلاك الوسائط الرقمية، بما في ذلك الألعاب الإلكترونية، وتأثيرها على سلوك المستهلك وتجاربهم.

"The Video Game Debate: Unravelling the Physical, Social, and Psychological Effects of Video " Games" edited by Rachel Kowert and Thorsten Quandt - كتاب يقدم مجموعة من المقالات والدراسات التي تستكشف تأثير الألعاب الإلكترونية على المستهلكين من منظور متعدد، بما في ذلك التأثيرات الاجتماعية والنفسية.

Gentile, D. A., & Anderson, C. A. (2003). Violent video games: The newest media violence hazard. In D. A. Gentile (Ed.), Media violence and children: A complete guide for parents and professionals (pp. 131-152). Westport, CT: Praeger

Ferguson, C. J., & Olson, C. K. (2013). Friends, fun, frustration and fantasy: Child motivations for video game play. *Motivation and Emotion*, 37(1), 154-164

Klimmt, C., Hefner, D., & Vorderer, P. (2009). The video game experience as "true" identification: A theory of enjoyable alterations of players' self-perception. *Communication Theory*, 19(4), 351-373

Przybylski, A. K., Weinstein, N., Ryan, R. M., & Rigby, C. S. (2009). Having to versus wanting to play: Background and consequences of harmonious versus obsessive engagement in video games. *CyberPsychology & Behavior*, 12(5), 485-492

Yee, N. (2006). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15(3), 309-329

Bowman, N. D., Schultheiss, D., & Schumann, C. (2012). "I'm attached, and I'm a good guy/gal!": How character attachment influences pro-and anti-social motivations to play massively multiplayer online role-playing games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(3), 169-174

Johnson, D., Gardner, J., & McCarthy, P. (2016). An analysis of serious video game evaluations by social science scholars: What are they actually studying?. *Simulation & Gaming*, 47(5), 605-633

Karlsen, F. (2010). Gaming on the edge: Using videogames to understand the subjective experience of time. *Culture Machine*, 11, 1-19

Klimmt, C., Hefner, D., & Vorderer, P. (2018). The psychology of media entertainment: Blurring the lines between entertainment and persuasion. *Routledge*

Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30(4), 344-360

Sherry, J. L. (2018). The causes of adolescent and young adult video game playing: A general model. *Journal of Media Psychology*, 30(2), 63-74

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 12(5), 353-359

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78

Kim, J., & Ross, S. D. (2006). An exploration of trustworthiness and usability in virtual communities. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 189-197

Yee, N. (2007). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775

.Griffiths, M. D. (2008). Videogame addiction: Fact or fiction? *Psychiatry Today*, 3(5), 19-25