

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

العنوان

أثر الألعاب الإلكترونية على سلوك المستهلك في السوق
السعودي

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

جدول المحتويات

٤.....	المقدمة:	١.
٥.....	مشكلة الدراسة:	٢.
٥.....	أهمية الدراسة:	٣.
٦.....	المراجع:	٤.
٧.....	السؤال الرئيسي للدراسة:	٥.
٧.....	الأسئلة الفرعية:	٥, ١.
٧.....	هدف الدراسة الرئيسي:	٦.
٧.....	الأهداف الفرعية:	٦, ١.
٨.....	الفرضيات:	٧.
٨.....	الفرضيات الفرعية:	٧, ١.
٨.....	نموذج الدراسة:	٨.
٨.....	المصدر:	٩.
٨.....	مكان التطبيق المقترح:	١٠.
٩.....	تصميم الدراسة:	١١.

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.

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 ايضا 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.

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.

٤. المراجع:

- 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.

٥. السؤال الرئيسي للدراسة:

كيف تؤثر الألعاب الالكترونية على اداء سلوك المستهلك؟

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؟

٦. هدف الدراسة الرئيسي:

التحقق من علاقة تأثير الألعاب الالكترونية على اداء سلوك المستهلك.

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

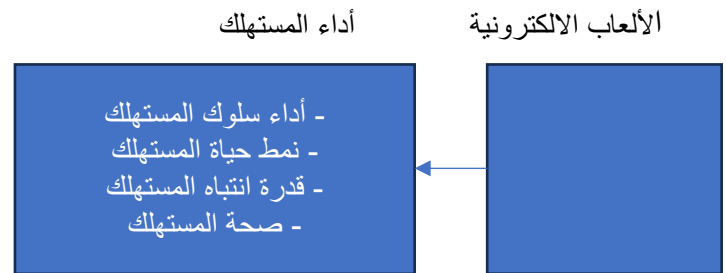
٧. الفرضيات: الفرضية الرئيسية:

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

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. نموذج الدراسة:



٩. المصدر: الباحث

١٠. مكان التطبيق المقترح:

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

١١. تصميم الدراسة:

١. فلسفة الدراسة: الوضعية
٢. منهج الدراسة: استنتاجي
٣. استراتيجية الدراسة: مسحي
٤. اختيار الدراسة: كمي
٥. تقنيات جمع وتحليل البيانات: التحليل الإحصائي لنتائج المسح

