

سلوك المستهلك الجزائري اتجاه ألعاب الترفيه الرقمية بعد جائحة كوفيد 19  
**Algerian consumer behavior toward digital entertainment games after  
 The COVID-19 pandemic**

يعقوب أسماء<sup>1</sup> ، بن لخضر محمد العربي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة طاهري محمد - بشار (الجزائر)، yagoub.asma@univ-bechar.dz

<sup>2</sup> جامعة طاهري محمد - بشار (الجزائر)، benlakhdar.laarbi@univ-bechar.dz

تاريخ الارسال: 2024/04/18

تاريخ القبول: 2024/05/23

تاريخ النشر: 2024/06/30

**ملخص:**

هدفت هذه الدراسة الى التعرف و فهم سلوك المستهلك و مدى تغير هذا السلوك اتجاه منتجات الترفيه الرقمية و خاصة ألعاب الفيديو بعد جائحة كوفيد ، حيث شهد هذا السوق انتعاشا ضخما خلال الآونة الأخيرة وهذا يعود الى تفرغ المستهلك لاستخدام المنتجات الترفيهية الرقمية بشكل أكبر. و لقد حاولنا تسليط الضوء مدى ضخامة واهمية سوقألعاب الفيديو في العالم ومدى تأثير سلوك المستهلكين اتجاه هذه المنتجات في الآونة الاخيرة من خلال تحليل بعض المعطيات عليه ، ثم قمنا بتوزيع استبيان عبر الانترنت في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ثم قمنا بتحليل نتائج الاستبيان باستخدام برنامج SPSS ومن خلال تحليل هذه النتائج وجدنا تغير ملحوظ في سلوك المستهلك الجزائري بحيث زادت كثافة الاستهلاك للألعاب الفيديو بشكل واضح .

**كلمات مفتاحية:** سلوك المستهلك، منتجات الترفيه الرقمية ، جائحة كوفيد، ألعاب الفيديو، SPSS.

**تصنيفات JEL :** F16 ، F43 ، L63

**Abstract :**

This study aimed to identify and understand consumer behavior and the extent to which this behavior has changed towards digital entertainment products, especially video games, after the Covid pandemic, as this market has witnessed a huge recovery recently, and this is due to the consumer's dedication to using digital entertainment products more. We have tried to shed light on the magnitude and importance of the video game market in the world and the extent to which consumer behavior towards these products has been affected recently by analyzing some data on it. Then we distributed an online questionnaire on various social networking sites and then we analyzed the results of the questionnaire using SPSS program. By analyzing these results, we found a noticeable change in Algerian consumer behavior, such that the intensity of consumption of video games has clearly increased.

**Keywords** consumer's behavior; Digital entertainment products; Covid pandemic; video games, SPSS.

**JEL Classification Cods :** F16 ·F43 · L63

المؤلف المرسل: يعقوب أسماء، الإيميل: yagoub.asma@univ-bechar.dz

## المقدمة:

في وقت الأزمات دائما ما تظهر الفرص أمام المستثمرين في أسواق المال، فرغم التراجعات التي شهدتها كافة أسواق السلع والخدمات أثناء جائحة كورونا و انهيار أعمال العديد من الشركات العاملة في صناعات مثل الطيران والسفر والسياحة فقد استفادت بعض القطاعات الأخرى من هذا الوباء ومن أبرز الأمثلة على هذا قطاع التجارة الإلكترونية وألعاب الفيديو وخدمات البث الرقمي ومع العزلة التي فرضها فيروس كورونا على الأسواق، زاد الطلب على الخدمات التي توفرها بعض شركات التكنولوجيا، وهو ما ساهم في زيادة أسعار أسهم تلك الشركات. وباتت إجراءات الحجر الصحي ولا سيما في المدن الكبيرة والأسر الميسورة أمرا سهلا ومريحا مع إمكانية العمل من المنزل والحصول على التشخيص الطبي عن بعد، وممارسة الرياضة عبر التطبيقات أو الأجهزة الموصولة ووسائل الترفيه بالث الترفيهية والألعاب الإلكترونية. إذ لجأ الأفراد إلى الألعاب الإلكترونية خلال فترة الإغلاق والحظر الهادفة لتقليل حدة انتشار فيروس (كوفيد - 19) حيث تمثل صناعة الألعاب إحدى محاولات الاقتصاد التقني، وذلك بعد أن أكدت هذه الصناعة أنها لا تقل أهمية عن أي مجال تقني آخر من حيث جذب المستخدمين ومعدل الطلب والإنفاق عليها، وبسبب القيود التي فرضت على النشاطات الاجتماعية والاقتصادية في معظم الدول، وجد الكثيرون أنفسهم مضطرين إلى لزوم المنازل لفترات طويلة، ما أدى إلى إبطال الحياة الاجتماعية، بسبب تدابير التباعد الاجتماعي ساهم في النمو الكبير لوسائل الترفيه وخدمات الألعاب الرقمية و الموسيقى والأفلام سواء المجانية منها أم المدفوعة وامتد ذلك الى وقتنا الحالي. ومقارنة صناعة الألعاب الإلكترونية مع صناعة الأفلام التي تضررت بشدة خلال فترة الوباء فألعاب الفيديو حققت أرباحا أكثر من أي وقت مضى. ولا زالت تحقق ذلك

## إشكالية الدراسة:

شهد سلوك المستهلك الجزائري تغيرات عديدة نتيجة الغلق المفروض بسبب تفشي فيروس كوفيد-19 على غرار المجتمعات العالمية حيث لعدة شهور متتالية و هذا ما أدى الى انخفاض في مبيعات السلع المادية والخدمات كالسياحة وخدمات التعليم و انهيار عدة صناعات على جميع الأصعدة إلا ان الجائحة كانت فرص لقطاع الخدمات الإلكترونية و صناعة الترفيه منها صناعة الألعاب الإلكترونية، و لقد شهد العالم تغيراً سريعاً بعد جائحة كورونا، حيث سجل قطاع الألعاب الإلكترونية أرقاما قياسية، وحققت انتعاش كبير، ليصبح من أكبر المستفيدين بعد الجائحة. وخلال الفترة القليلة الماضية، ارتفعت معدلات الأوقات التي يمضونها الأشخاص في ممارسة ألعاب الفيديو وفي الأموال التي ينفقونها عليها.

ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى تغير سلوك المستهلك الجزائري اتجاه ألعاب الترفيه الرقمية بعد

## جائحة كوفيد 19؟

## فرضية الدراسة:

نتجت عن أزمة كوفيد 19 فائدة تجارية و اقتصادية في بعض القطاعات منها قطاع الخدمات الإلكترونية و قطاع الترفيه الإلكتروني الذي كان السبيل الوحيد للترفيه.

## 1- سلوك المستهلك:

تتعلق دراسة سلوك المستهلك بكل العمليات المرتبطة بقيام الأفراد أو المجموعات باختيار وشراء واستخدام المنتجات أو الخدمات أو الأفكار أو التجارب بهدف إشباع الحاجات والرغبات. وهذا ينطبق على طفلة ذات ثمانية أعوام تطالب والديها بشراء دمية من أميرات ديزني إلى مدير شركة كبيرة يتخذ قرار شراء نظام للشركة بملايين الدولارات وهذا ينطبق على إشباع الحاجات كالعطش والجوع والحاجة إلى الحب والتميز وغيرها.

وبالتالي يمكن تعريف المستهلك بأنه (عمار، 2020، ص2): "الشخص الذي يشتري، أو لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع، والذي يهدف من ذلك إلى إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية. وعليه فإن كل شخص يعتبر مستهلكا إذا كان دافعه الأساسي في ذلك إشباع حاجاته ورغباته حسب ما هو متاح ومتوفر من ناحية، وحسب إمكانياته وقدراته الشرائية من ناحية أخرى.

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي، يقوم بسلوك معين في إطار حلقة تسويقية، منطلقها دراسة سلوك المستهلك، ومضمونها تحديد أهداف وغايات العناصر المكونة لها، والتي تتميز بالحركية والتجدد حسب درجة تأثير مختلف العوامل، وطبيعة الغرض من الاقتناء أو الشراء

## 2- الألعاب الرقمية الترفيهية:

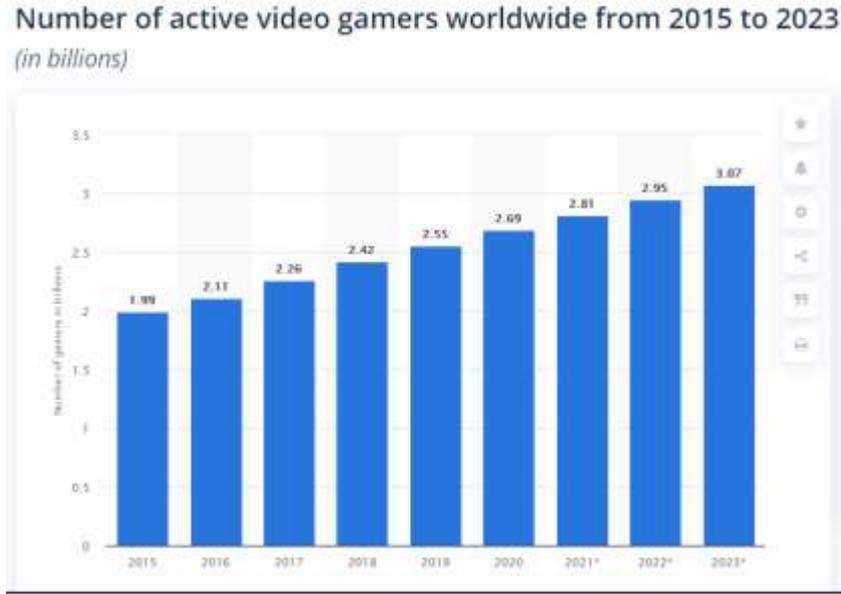
### 1-2 تعريف الألعاب الرقمية :

انتشرت الألعاب الالكترونية في الكثير من المجتمعات العربية والأجنبية انتشارا واسعا وكبيرا ونمت نموا ملحوظا وأغرقت الأسواق بأنواع مختلفة منها، حيث استحوذت على اهتمامات الناس وأصبحت شغلهم الشاغل. (الزاير، 2015، ص 34)

هذا وقد سادت الألعاب الرقمية بسرعة هائلة في المجتمعات العربية فلا يكاد يخلو بيت منها، ونظرا لما تعاصره المجتمعات من تقدم في مجال والحاسبات الالكترونية وانتشار الألعاب الرقمية أو الالكترونية، ومتطلبات العصر الحديث فلا بد أن يكون مستخدمها على وعي باستخدامات الكمبيوتر لأنها تساهم في زيادة مهارات التفكير العليا وهذا ما أبرز فاعلية برامج الألعاب الالكترونية أو الرقمية باعتبارها نموذجا حيا عن تطورات العالم الترفيهي الرقمي (النجار، 2014، ص243).

الألعاب الرقمية هي ألعاب مبرمجة بواسطة تقنيات حاسوبية جد حديثة وتلعب عادة على أنظمة ألعاب الفيديو باستخدام يد التحكم وكما أنها تعمل على أجهزة خاصة تتوصل بالتلفاز أو أجهزة محمولة أو الحاسوب الكفي، وتختلف ألعاب الفيديو من ألعاب المنصات وألعاب تصوير المنظور الأول هذا بالإضافة إلى ألعاب الويب التي تلعب على الانترنت وهي ألعاب جماعية يتم لعبها من خلال عدد كبير من اللاعبين في نفس الوقت. ألعاب الواقع البديل قد نمت بشعبية منذ مطلع القرن الأخير، لان اللاعبين هم المشاركون في الكشف عن بعض الغموض عبر البحث عن مفاتيح في الملفات، مواقع الويب، التواصل مع لاعبين آخرين أو الوكلاء الآليين كالمصممين (crogan, 2011,p4)

الشكل (1): إحصائيات حول عدد اللاعبين النشطين في ألعاب الفيديو من 2015 الى 2023



المصدر: Number of gamers worldwide 2023 | Statista. (n.d.). Retrieved March 30, 2023, from <https://www.statista.com/statistics/748044/number-video-gamers-world/>

لقد شهد سوق الألعاب الالكترونية عالميا نموا كبيرا و زاد الاهتمام به ، وبحسب تقرير نشره موقع FinancesOnline فإن هناك أكثر من 2400 شركة لألعاب الفيديو في جميع أنحاء العالم ، توفر مئات الآلاف من فرص العمل. و تشهد السوق العربية كذلك تطورا ملحوظ في هذا المجال ، و على حسب الاحصائيات في الجدول التالي نلاحظ الأرباح الكبيرة التي حققتها الشركات العشر الأولى في هذا القطاع الجديد الذي يحسب عمره بسنوات فقط ، فمثلا شركة Tencent الصينية و المتخصصة في مجال الإنترنت والألعاب ، تأسست عام 1998 و حققت أرباح بأكثر من 7 مليارات دولار و تأتي بعدها مؤسسات كبيرة مثل Sony و Appel و Microsoft و التي تحقق لها فقط فروعها في هذا المجال أرباح طائلة ، و يليها مؤسسات حديثة مثل NetEase و Activation Blizzard بأكثر من 2 مليار دولار أرباح لسنة 2023 مع قيمة سوقية كبيرة في الأسواق المالية .

الشكل (2): إحصائيات حول أرباح الشركات العشر الأولى في الألعاب الإلكترونية لسنة 2023

	Company	Revenues
1.	 Tencent	\$7,338M
2.	 Sony	\$5,410M
3.	 Apple	\$4,234M
4.	 Microsoft	\$3,497M
5.	 NetEase	\$2,536M
6.	 Google	\$2,720M
7.	 Electronic Arts	\$1,881M
8.	 Activision Blizzard	\$2,079M
9.	 Nintendo	\$2,364M
10.	 Take-Two Interactive	\$1,231M

أكبر عشر شركات العالم في مجال الألعاب الإلكترونية من حيث الأرباح حتى مطلع 2023 (منصة ستاتيسا للإحصائيات)

المصدر: Statista Research Department, 13 déc. 2023

<https://fr.statista.com/themes/9063/le-marche-du-jeu-video/#topicOverview>

## 2-2 الألعاب الرائدة على المستوى العربي والعالم ي الخاصة بالهواتف الذكية:

تعد صناعة الألعاب الإلكترونية من المجالات الرائدة والمربحة في سوق العمل، وبحسب موقع الإحصاءات ستاتيسا Statista فإن إيرادات سوق الألعاب العالم ي قد يبلغ في نهاية 2024 ما يقارب 490 مليار دولار أمريكي بمعدل نمو سنوي بنسبة 8.84٪. ويتوقع أن يصل عدد مستخدمي الألعاب بحلول عام 2027 إلى 4.3 مليار شخص .

لهذا السبب يتزايد اهتمام استوديوهات الألعاب وشركات ألعاب الحاسوب والجوال وشركات وحدات التحكم بالألعاب بتطوير ألعاب مختلفة وطرحها في الأسواق والمتاجر المتخصصة، ويزداد بالمقابل الطلب على مصممي ومطوري الألعاب وتطور سنويًا آلاف الألعاب الإلكترونية التي تندرج تحت أنواع وتصنيفات مختلفة سنويًا، و نذكر منها :

### - لعبة ببجي PUBG

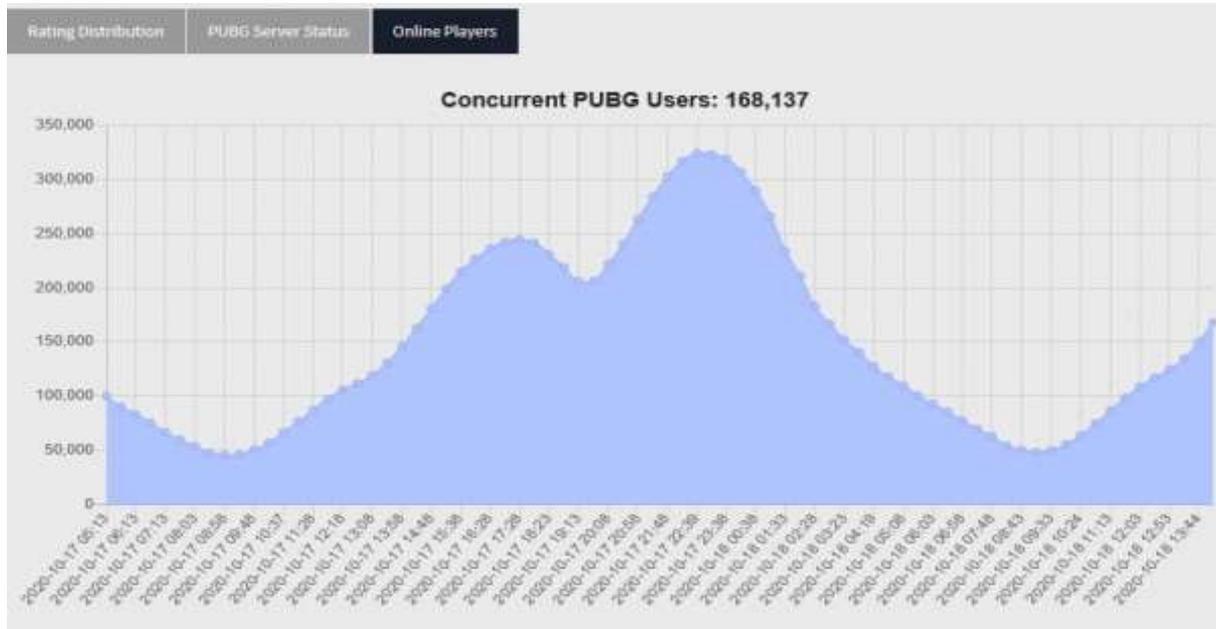
هي لعبة متوفرة على الموبايل والكمبيوتر، يوجد منها إصداران النسخة العادية والنسخة Lite ، وهي من أنماط ألعاب البقاء، حيث يدخل فيها 100 شخص مجتمعين في خريطة محددة من خرائط اللعبة، يمكن ان تلعب بشكل فردي او ان تلعب مع

فريق مخصص، عند الانطلاق يبدأ جميع اللاعبين من الصفر لا أسلحة، لا ذخيرة وأحيانا لا ملابس أيضا، ثم توجب عليك الهبوط في منطقة محددة تجمع الذخيرة والأسلحة والملابس وكل ما تراه قابلا للاستخدام من أجل تهيئة نفسك. يعده Brendan Greene ، مؤسس ومطور لعبة ببجي، وهو يبلغ من العمر 43 سنة، وهو إيرلندي الجنسية، وقد قام بصناعة العديد من الألعاب تحت ملكيته الفكرية الخاصة إلا انها فشلت في الغالب، إلا أن لعبة ببجي حققت نجاحا قويا لتكون سبيله للشهرة والغنى الشديدين.

لا يعرف الكثيرون أن لعبة ببجي PUBG لم يتم تطويرها بسهولة، حيث لا يدخل في صناعتها فقط لغات البرمجة، بل التمثيل أيضا، إذ يتم محاكاة حركات الشخصيات من الجري والقيادة والركوب والقفز وغيرها من طرف ممثلين حقيقيين ويتم أخذ النقاط الحركية وتثبيتها للاعبين وأشكالهم.

كذلك الأسلحة لا تختلف كثيرا، إذ يتم أخذ معيار كل سلاح على حدة إذ يوجد فريق متكامل يشتغل على هيئة سلاح واحد من مكوناته وجزيئاته الصغيرة، الأصوات الصادرة منه البعد الخاص به الرصاصات وقدراتها، حيث يقضي مطورو لعبة ببجي أشهرها وأشهر فقط لصناعة خريطة واحدة وأحيانا ما يفوق العام (حواس، 2020)

الشكل (3): عدد لاعبي ببجي موبايل عدد مستخدمي لعبة ببجي أو عدد لاعبين ببجي في العالم يصل إلى أكثر من 4 ملايين لاعب في اليوم



المصدر: Concurrent PUBG Users - PUBG Stats | DAK.GG. (n.d.). Retrieved April 25, 2021, from <https://dak.gg/pubg/statistics/playing>

نلاحظ في الشكل السابق عن عدد المستخدمين زاد بشكل ملحوظ في منتصف عام 2020 و هو الوقت الذي كانت فيه أزمة كوفيد 19 في أوجها في مختلف أنحاء العالم و ان دل ذلك على شيء فانه يدل على ان الأزمة كان لها تأثير واضح على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين أثناء وبعد الجائحة.

### - لعبة غارينا فري فاير Free Fire

هي واحدة من أشهر ألعاب الفيديو في العالم ، وتحدث عن غارينا فري فاير ، التي يستخدمها حاليا يوميا 80 مليون مستخدم في العالم .و الرقم القياسي السابق للعبة Free Fire كان 60 مليون مستخدم نشط يوميا في الربع الرابع من عام 2019، وقد ازداد الإقبال عليها بعد الجائحة وجلس الأطفال والشباب في المنازل. تعد هذه اللعبة واحدة من أفضل منافسي لعبة ببجي وأيضا فورت نايت وعناوين أخرى يستخدمها الملايين من الناس حول العالم .و كانت غارينا فري فاير هي لعبة الجوال الأعلى ربحًا في أمريكا اللاتينية وجنوب شرق آسيا في الربع الأول من عام 2020، وفقًا لـ App Annie .

وقالت الشركة التي تمتلك Garena أيضًا أن Battle Royale كانت ثالث لعبة محمولة يتم تنزيلها على جوجل بلاي في نفس الفترة. الرقم القياسي الآخر الذي تم تحقيقه هو عدد المستخدمين الذين يدفعون شهريًا في أبريل 2020، والذي تضاعف على أساس سنوي. وتعتبر الهند، واحدة من أكبر أسواق استهلاك الألعاب الرقمية ، فإن المستخدمين الذين يدفعون شهريًا يمثلون بالفعل 10 بالمائة من جميع المستخدمين النشطين.

هذه الزيادة في رقم المستخدم اليومي للعبة Free Fire هي بالتأكيد نتيجة لجهود الشركة خلال وبعد جائحة فيروس كورونا.

### 3- دراسة سلوك مستهلك اتجاه الألعاب الرقمية .

#### 3-1 عينة الدراسة:

عينة البحث متكونة من 340 مجيب وقد تم الغاء 145 مجيب لعدم اجابتهم على جميع أسئلة الاستبيان. عينة الدراسة مشكلة من أعضاء المجموعات الخاصة بلاعبين محترفين وأصدقاءهم ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. مقسمين على عدة ولايات جزائرية منها: بشار، تيبازة، بومرداس، الجزائر العاصمة، البلدية، عنابة، قالمة، سطيف .

#### 3-2 عرض ومناقشة النتائج:

استنادا إلى مخرجات الاستبيان سوف يتم عرض ومناقشة كل نتائج الاسئلة واستنتاج نتيجة نهائية.

#### - تحليل البيانات الشخصية:

■ الجنس:

الجدول (1): التوزيع التكراري لمتغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
74.36	145	ذكر
25.64	50	انثى
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول اظهرت الدراسة في العينة المدروسة ان نسبة الذكور أكبر من نسبة الاناث ويرجع ذلك إلى ان الاستبيان الالكتروني تم توزيعه الى الفئة المستهدفة و أيضا مجال ألعاب الفيديو لا يجذب كثيرا من الاناث وهذه حقيقة يعبر عنها الواقع الجزائري والعربي أو حتى في المجتمعات الغربية.

■ السن:

الجدول (2): التوزيع التكراري لمتغير السن

النسبة %	التكرار	السن
25.60	50	اقل من 18
65.10	127	من 19 إلى 29
8.70	17	من 30 إلى 40
0.005	1	فوق 41
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من الملاحظ ان الفئة الكبرى الشباب اعمارهم ما بين 19-29 سنة و التي مثلت نسبة 65.13% و الشباب اقل من 18 سنة مثلوا 25.64% اما الفئة التي كانت اقل مشاركة التي تتراوح اعمارهم ما بين 30-40 و فئة اكبر من 41 سنة و هذا راجع لاختلاف الاهتمامات و انشغالات فقد يتشارك الكبار مشاهدة الافلام في كثير من الأحيان.

■ المستوى التعليمي:

الجدول (3): التوزيع التكراري لمتغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
0.005	1	ابتدائي
6.20	12	متوسط
30.30	59	ثانوي
63.10	123	جامعي

100	195	الإجمالي
-----	-----	----------

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يمثل 63.08 % نسبة الجامعيين و 30.26% نسبة طلبة الثانوي وهذا ما يثبت نسبة الاعمار المبينة في الجدول اعلاه راجع للاهتمامات المستخدمين الوجهة للألعاب .

اما انخفاض فئتي الابتدائي والمتوسط راجع لكون هذه الدراسة موجهة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمجموعات التي لا تقبل صغار السن ، وأيضا لسبب عدم افصاحهم عن اعمارهم الحقيقية.

- تحليل ومناقشة البيانات الخاصة بمنصات الألعاب

▪ السؤال الأول: هل لديك جهاز للعب ألعاب الفيديو

الجدول (4): التوزيع التكراري للسؤال الأول

النسبة %	التكرار	الإجابة
80.0	156	نعم
20.0	39	لا
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول اعلاه عينة البحث متكونة من مستخدمي أجهزة الألعاب ولاعبين محترفين بنسبة 80.0%، ونسبة 20% ليس لديهم أجهزة أي يمكن لهم مشاركة العائلة او كراء اجهزة او ليس لديهم القدرة الشرائية للحصول على جهاز وقد تكون فئة منهم غير مهتمين باللعب.

▪ السؤال الثاني: ماهي المنصة التي تستخدمها للعب بكثرة

الجدول (5): التوزيع التكراري للسؤال الثاني

النسبة %	التكرار	الجهاز
38.97	76	جهاز الحاسوب (PC)
10.77	21	جهاز Console ألعاب منزلي
47.69	93	الهاتف الذكي Smart Phone
2.56	5	اخرى
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول أظهرت الدراسة ان:

- 47.69% من اللاعبين لديهم هاتف ذكي وهذا لأسعاره المناسبة حسب القدرة الشرائية في الجزائر.
- 38.97% من اللاعبين لديهم أجهزة حاسوب خاصة بألعاب الفيديو ذات قدرات عالية او متوسطة.

- 10.77% من اللاعبين لديهم أجهزة لعب منزلية Consoles و المتمثلة في Xbox او PlayStation  
 - 2.56% من اللاعبين لديهم أجهزة لعب محمولة و المتمثلة في Nintendo او Sony psp  
 يمكن تفسير نقص أجهزة الألعاب المنزلية والمحمولة راجع الى عدم وجود ممثل رسمي لهاته الشركات ( Sony, Microsoft, Nintendo) وبالتالي فأسعارها تكون مبالغ فيها والتي يفرضها سمسرة سوق السوداء في مجال هذه الاجهزة كون استيرادها غير رسمي.

■ السؤال الثالث: هل فكرت في شراء جهاز لتشغيل الألعاب جديد

الجدول (6): التوزيع التكراري للسؤال الثالث

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم فكرت بجدية	71	36.41
خطرت في بالي	54	27.69
لا لم اهتم	70	35.90
الإجمالي	195	100

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول أظهرت الإجابة عن السؤال أن :

36.41% من المجيبين فكروا بجدية لاقتناء جهاز جديد حيث أن نسبة 35.90% لم يفكروا بشراء جهاز جديد لتوفره عندهم او لغلاء قطع الهاردوير و أجهزة الألعاب المنزلية.

27.69% من المعجبين فكروا لاقتناء جهاز جديد اما لتجديد الجهاز او قطع الهاردوير اجهزة الحاسوب ولم يسعفهم الحظ لغلائها خاصة في فترة جائحة كورونا حيث لوحظ ارتفاع الأسعار قطع الهاردوير والأجهزة المنزلية للألعاب على حد سواء.

- تحليل ومناقشة البيانات الخاصة باستخدام الألعاب

■ السؤال الرابع: هل كنت لاعب في الحجر الصحي أثناء الجائحة

الجدول (7): التوزيع التكراري للسؤال الرابع

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	111	56.92
لا	25	12.82
من حين الى حين	59	30.36
الإجمالي	195	100

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

56.92% من المجيبين كانوا لاعبين ألعاب فيديو بصفة مستمرة و يومية و 30.26% من المجيبين كانوا لاعبين ألعاب

فيديو بصفة متقطعة عبر ايام الاسبوع. أما 12.82% من المجيبين لم يكونوا لاعبين في الحجر الصحي .

■ السؤال الخامس: خلال الحجر الصحي هل زادت ساعات لعبك

الجدول (8): التوزيع التكراري للسؤال الخامس

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	149	76.41
لا	46	23.59
الإجمالي	195	100

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

76.41% زادت فترات استخدامهم للألعاب خلال الحجر الصحي . أما نسبة 23.59 % لم تزد فترات استخدامهم للألعاب ويمكن لهذا ان يكون بسبب الفئة التي تستخدم الألعاب بصفة يومية حيث احتمالية ان هذه الفئة تقضي ساعات كثيرة في اللعب ، نظرا لتواجد الأشخاص في المنازل لساعات أكثر بسبب المنع و الحجر .

■ السؤال السادس: هل زادت مصروفاتك على الألعاب

الجدول (9): التوزيع التكراري للسؤال السادس

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	61	31.28
لا	134	68.72
الإجمالي	195	100

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

31.28% زادت مصروفاتهم على الألعاب ونسبة 68.72 % لم تزد مصروفاتهم على الألعاب و هذا راجع لعدة احتمالات:

اما كانت مصروفاتهم ثابتة و اما لتعذر ايجاد وسيلة دفع إلكتروني ملائمة و هذا ما نلاحظه في السوق الجزائري أي عدم وجود بني تحتية لوسائل الدفع الإلكتروني كمثل visa card او PayPal ، استخدامهم لألعاب مجانية واستخدامهم لألعاب مهكرة.

- تحليل ومناقشة البيانات الخاصة باهتمامات اللاعبين

■ السؤال السابع: ما نوع الألعاب التي تقضي فيها وقت أكبر

الجدول (10): التوزيع التكراري للسؤال السابع

صنف اللعبة	التكرار	النسبة %
الألعاب الجماعية	132	67.69
الألعاب الفردية القصصية	41	21.03
الألعاب الرياضية	22	11.28

## سلوك المستهلك الجزائري اتجاه ألعاب الترفيه الرقمية بعد جائحة كوفيد 19

100	195	الإجمالي
-----	-----	----------

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

67.69% من العينة المحيية تستخدم الألعاب الجماعية اونلاين و التي تكون عادة مجانية و تتضمن مشتريات داخل اللعبة بأسعار مناسبة و من الأمثلة (pubg- freefire) التي تكون على منصة الهواتف الذكية الاكثر انتشارا في أواسط الشباب و الأطفال خاصة و (call of duty- pubg steam) على منصة الحاسوب و أجهزة الألعاب المنزلية و 21.02% من العينة المحيية تستخدم الألعاب القصصية و التي تكون في الغالب مدفوعة على مختلف المنصات و 11.28% من العينة المحيية تستخدم الألعاب الرياضية و التي تكون في الغالب مدفوعة و بما مشتريات داخل اللعبة و تعتمد على محيط اللاعب اذا ما كان له اصدقاء او اقارب يشاركونهم اللعب .  
وأيضا يمكن القول إن اختيار صنف الألعاب حسب الأذواق الشخصية و ميولات اللاعب الشخصية و المحيط الأسري و الاجتماعي و مدى تأثيره بهم.

■ السؤال الثامن: عندك افراد من العائلة او من الاصدقاء الغير مهتمين بالألعاب هل لاحظت عليهم بوادر الاهتمام بالألعاب الرقمية؟

الجدول (11): التوزيع التكراري للسؤال الثامن

النسبة %	التكرار	الاجابة
71.79	140	نعم
28.21	55	لا
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

71.79% من العينة المحيية لاحظت اهتمام غير مسبوق لأفراد العائلة و الأصدقاء خلال الفترات الأخيرة و هذا راجع لعدة احتمالات منها.  
- الفراغ الذي خلفته أزمة كوفيد 19 لجميع شرائح المجتمع بعيدا عن الدراسة و أوقات العمل.  
- اهتمام وقضاء فترات كبيرة بألعاب الفيديو للترفيه عن النفس والابتعاد عن ضغوطات الحياة  
- 28.21% من العينة المحيية لم تلاحظ تغير في توجهات و اراء المحيطين باللاعب لاحتمال انشغالهم بوسائل ترفيه اخرى كالأفلام مثلا.

- تحليل ومناقشة البيانات الخاصة بالعوامل الخارجية المؤثرة

■ السؤال التاسع: هل لاحظت زيادة في الاعلانات المتعلقة بالألعاب عبر الانترنت في الآونة الأخيرة؟

الجدول (12): التوزيع التكراري للسؤال التاسع

النسبة %	التكرار	الاجابة
83.6	163	نعم

16.4	32	لا
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

83.59% من المجيبين لاحظوا زيادة في الاعلانات المتعلقة بالألعاب عبر الانترنت خلال الأونة الاخيرة و هذا راجع لتغير في سلوك المستخدمين اتجاه الألعاب ، ما دفع شركات النشر و انتاج الألعاب بالقيام بحملات إعلانية على مختلف الوسائط الرقمية ففي السابق كان استخدام الألعاب يعتبر موسميا في فترات العطل.

- وايضا خروج إصدارات الجديدة من ألعاب الفيديو في الفترة الممتدة من شهر مارس الى شهر جوان

- صدور اجهزة الألعاب المنزلية الجديدة من شركة Sony و Microsoft

■ السؤال العاشر: في وسطك الاجتماعي من كان له التأثير الذي جعلك تلعب أكثر ؟

الجدول (13): التوزيع التكراري للسؤال العاشر

النسبة %	التكرار	المؤثر
13.85	27	العائلة
53.85	105	الاصدقاء
32.30	63	صناع المحتوى في منصات الانترنت
100	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

53.85% من المجيبين تأثروا بمحيط الاصدقاء وهذا راجع لعدة أسباب منها:

- تأثير الكلمة المنطوقة على المستخدمين في هذا المجال إثر تجارب الأصدقاء.

- الانتشار الكبير للألعاب الجماعية ما يدفع اللاعب مشاركة اصدقائه اللعب عبر الانترنت.

32.31% من المجيبين تأثروا بصناع المحتوى الرقمي على مختلف المنصات وهذا راجع الى:

- طريقة تقديمهم وشرحهم لألعاب الفيديو.

- استغلال الشركات الكبرى لألعاب الفيديو لهذه الفئة لتحقيق استراتيجيات التسويق بالمحتوى.

- ويكون ايضا بتقسيم السوق وفق صنف اللعبة ونوع محتوى مقدم اللعبة.

- انتشار الوسائط الرقمية على مختلف المنصات وهذا ما يجعلها وسيلة جيدة لزيادة الانتشار لسلاستها وسهولة الوصول إلى الجمهور المستهدف.

13.85% من المجيبين تأثروا بالعائلة لعدة احتمالات منها:

- اختيار الأباء للعبة الجيدة التي تناسب اعمار أبنائهم وفق رقابة يفرضونها لكي لا تأثر الألعاب على سلوكهم الاجتماعي و

النفسي على حد سواء. (مریم، 2012)

- تأثير يكون حسب الاخوة في المنزل او الأقارب ومشاركتهم تجاربهم وتوجهاتهم حسب صنف اللعبة.

■ السؤال الحادي عشر: هل انت من متابعين صناعات المحتوى الخاص بالألعاب في منصات مثل

### Facebook Gaming و Twitch و YouTube Gaming ؟

الجدول (14): التوزيع التكراري للسؤال الحادي عشر

النسبة %	التكرار	الاجابة
64.62	126	نعم
35.38	69	لا
100.0	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

64.62% من المجيبين متابعين لصناعات المحتوى الخاص بالألعاب في منصات مثل Twitch و YouTube Gaming و

Facebook Gaming وهذا راجع لعدة أسباب منها:

- الانتشار الواسع للهواتف الذكية في مجتمعاتنا والعالم على حد سواء.
- سهولة الوصول إلى الوسائط الرقمية عبر الانترنت ومجانية الولوج لها.
- احتواءها على كم هائل من صناعات المحتوى واختلاف الأصناف الألعاب الموجودة بها.
- سهولة الولوج الى الانترنت أصبح سهلا حتى لدى العائلات الميسورة أكثر من أي وقت سابق.
- حدة المنافسة بين الشركات المالكة لهاته المنصات فرضت عليها التطوير المستمر في هذا المجال وهذا في مجمله في صالح المستخدمين بدرجة اولى لسلاسة وسهولة العمل بالمنصة و في صالح الشركات المطورة و الناشرة للألعاب أيضا (Florian، 2019).

■ السؤال الثاني عشر: هل تعرفت على اصدقاء جدد من خلال لعبك

الجدول (15): التوزيع التكراري للسؤال الثاني عشر

النسبة %	التكرار	الاجابة
61.54	120	نعم
38.46	75	لا
100.0	195	الإجمالي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

61.54% من اللاعبين تعرفوا على اصدقاء جدد من خلال اللعب ويمكن ايعاز ذلك لعدة أسباب :

- انتشار الألعاب الجماعية عبر الانترنت وهذا ما يسهل التعرف على افراد داخل اللعبة من مختلف الدول عبر العالم .
- انتشار الوسائط الرقمية والمجتمعات الافتراضية ومجموعات المحادثة.
- مجموعات وسائل التواصل الاجتماعي التي تضم لاعبين من نفس التوجه.
- أما نسبة 38.46% من اللاعبين لم يعرفوا اصدقاء جدد من خلال اللعب وهذا راجع لعدة احتمالات منها:
- توصيات الاباء لأنهم لعدم التعرف والدردشة مع الغرباء، أسباب نفسية
- انتشار الألعاب القصصية وبعض الألعاب الرياضية التي لا تتطلب مشاركة اخرين في اللعبة.

## الخاتمة:

سوق الترفيه الرقمي وخاصة سوق ألعاب الفيديو سوق ضخم ومتنوع ويعتمد بشكل شبه كلي على تطبيق اساليب تسويقية حديثة ونظم معلومات متطورة للنجاح في هذا السوق وضمان حصة منه. لكن هذا السوق و العديد من الاسواق الأخرى تأثرت بشكل كبير بعد جائحة كورونا في مختلف دول العالم ، فقامت الشركات الرائدة في مجال الترفيه الرقمي باستغلال هذا الوضع لصالحها بتكثيف حملات تسويقية ضخمة و انشاء خدمات جديدة تناسب وضع الحجر الصحي أثناء جائحة كورونا و خاصة الشركات المطورة لألعاب الفيديو التي استفادت بشكل كبير من ذلك الوضع بسبب زيادة هائلة في استهلاك الألعاب في جميع انحاء العالم ، فكان هناك زيادة في ساعات اللعب و زيادة ضخمة في الانفاق على ألعاب الفيديو اضافة الى ذلك تم جذب الملايين من الزبائن الجدد لهذه المنتجات .

تزايد انتشار الألعاب الإلكترونية، حيث تجاوز عدد مستخدميها نحو 3,09 مليار فرد حول العالم ، بقيمة سوقية تُقدَّر بنحو 197,11 مليار دولار، وذلك باعتبارها واحدة من أبرز أشكال الترفيه التي تحظى بشعبية واسعة على الصعيد العالمي؛ نظراً لتقدم التكنولوجيا المستخدمة في إنتاجها، وقدرتها على محاكاة الواقع؛ مما أدى إلى تحولها من مجرد هواية إلى واحدة من أكبر أسواق صناعة الترفيه، ومن المرجح أن يبلغ عدد مستخدمي الألعاب الإلكترونية نحو 3,32 مليار شخص بحلول عام 2024، كما تشير التقديرات إلى احتمالية تجاوز القيمة السوقية لها 268 مليار دولار بحلول عام 2025.

وأشار التقرير إلى مفهوم الألعاب الإلكترونية، وهي عبارة عن برمجيات تحاكي واقعاً افتراضياً أو حقيقياً بالاعتماد على إمكانات الحاسب الآلي من عرض الصور، وتحريكها، وإصدار الصوت، ووفقاً للمفهوم الاجتماعي فهي تشير إلى تفاعل بين الإنسان والآلة للاستفادة من إمكاناتها في التعلم والتسلية والترفيه، وقد تطورت صناعة الألعاب الإلكترونية على مر التاريخ، فخلال عام 1950 بدأت صناعة أجهزة الألعاب الإلكترونية وذلك من خلال قيام مصنع روجرز ماجستيك الكندي بإنتاج أول جهاز حاسب آلي مدمج، ووصولاً لعام 1971 كانت بداية صناعة أجهزة "ألعاب أركيد" وحينذاك بدأ انتشار الألعاب الإلكترونية بين الأفراد وتطورت بشكل متسارع إلى يومنا هذا.

إن عائدات السوق العالمي للألعاب الإلكترونية لعام 2021 قد بلغت 178.2 مليار دولار، وقدر لهذه العائدات أن تصل بنهاية عام 2022 إلى 196 مليار دولار بعد جائحة كورونا، كما بلغ إنفاق المستهلكين في قطاع الألعاب الإلكترونية بالولايات المتحدة في عام 2021 حوالي 60.4 مليار دولار، بالإضافة لذلك فقد بلغت عمليات تحميل للألعاب الإلكترونية في الربع الأول من عام 2021 ما إجماله 14.1 مليار عملية تحميل، تبلغ أرباح قطاع ألعاب الكمبيوتر وحده التي من المرجح أن تتحقق بحلول عام 2025 حوالي 46.7 مليار دولار

و أكدت التقارير في عدة دول على الأهمية الاقتصادية للألعاب الإلكترونية، والتي أصبحت أحد المصادر الحديثة للدخل القومي للدول، الأمر الذي أدى إلى تصاعد الاهتمام بشأن المساهمة والعائد الاقتصادي لهذه الصناعة، ودورها المباشر وغير المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية.

فعلى صعيد تأثيراتها الاقتصادية المباشرة، تسهم زيادة حجم الاستثمارات في صناعة الألعاب الإلكترونية في تعزيز حجم الإيرادات، وتوفير المزيد من فرص العمل ذات الدخل المرتفع، مما يؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وفيما يتعلق بتأثيراتها

الاقتصادية غير المباشرة، تسهم صناعة الألعاب الإلكترونية في دعم الابتكار والإبداع، وتطوير التقنيات الجديدة، وتحسين البنية التحتية التكنولوجية، بالإضافة إلى تحفيز بعض القطاعات الأخرى المكمل لها، مثل صناعة السينما والتلفزيون والإعلام. وفي هذا الصدد يحتل قطاع صناعة الألعاب الإلكترونية مرتبة متقدمة بين الصناعات الأكثر ربحية على مستوى العالم ، إذ تجاوزت أرباحها 180 مليار دولار حول العالم في عام 2021، وقد تفوقت على بعض القطاعات الرئيسية الأخرى ، وتجدر الإشارة إلى أن منطقة الشرق الوسط وشمال أفريقيا تُعد أحد الأسواق الواعدة في قطاع صناعة الألعاب الإلكترونية، حيث بلغت قيمة سوق الألعاب الإلكترونية في المنطقة خلال عام 2021 نحو 6.3 مليار دولار لكن وجدنا خصوصيات في المستهلك الجزائري مختلفة عن باقي دول العالم فيما يتعلق بقرارات الشراء حيث وجدنا ان نسبة الانفاق على الألعاب لم تزد بشكل ملحوظ مثلما هو الحال في باقي دول العالم لاحظنا ايضا ان المستهلك الجزائري يميل أكثر الى الألعاب المجانية الجماعية بشكل اكبر من الألعاب المدفوعة، و استنتجنا ان هذه الخصوصيات في سلوك المستهلك الجزائري تعود الى اضطراره الى التصرف بهذا الشكل و نستطيع القول ان هذا راجع الى ضعف البنية التحتية الإلكترونية في الجزائر و عدم توفر طرق للدفع الإلكتروني و الى ضعف سوق الألعاب و اجهزة الألعاب و عدم توفرها بشكل كبير و غلاء مبالغ في اسعارها بالمقارنة بأسعارها الحقيقية.

#### المراجع:

- حواس مؤنس ، "حول كل ما تود معرفته عن لعبة Pubg ومطورها"، 2020.
- حاجي جمال الدين، مجاهد سيد أحمد، اسهام تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات البريدية الاللكترونية لبريد الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 11، العدد 06.
- رانية المجني، نزيهان عمار، الإجازة في علوم الإدارة، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سورية، 2020.
- عاطف محمود عبد العال، محمد السيد النجار، فاعلية برامج ألعاب تعليمية إلكترونية في تنمية مهارات استخدام الكمبيوتر لأطفال مرحلة الرياض، العلوم التربوية، 2014.
- قويدر مريم، أثر الألعاب الاللكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، دراسة تحليلية على عينة من الأطفال المتدربين بالجزائر العاصمة، 2012.
- محمد الزاير، دليلك المختصر لبيع المنتجات الرقمية . منصة اسناد الرقمية ، الرياض المملكة العربية السعودية، 2015.
- Cheron Florian , le comportement des consommateurs en matière de jeux vidéo à l'heure de la dématérialisation du secteur, Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2019.
- Patrik Crogan. gameplay mode .war. Simulation. and techno culture. university of Minnesota; press Minneapolis. London 2011.
- <https://www.statista.com/statistics/748044/number-video-gamers-world/>
- Concurrent PUBG Users - PUBG Stats | DAK.GG. (n.d.). Retrieved April 25, 2021, from <https://dak.gg/pubg/statistics/playing>