



The consumer behavior of kindergarten children and its relationship to mothers' environmental awareness from their point of view

Munira A. Al-Mansour

King Saud University- Kingdom of Saudi Arabia

Dr.moni.ksu@gmail.com

Received: 1-12-2023

Revised: 16-12-2023

Accepted: 20-12-2023

Published: 30-1-2024

DOI:

Abstract

The study aimed to know the level of consumer behavior of kindergarten children and its relationship to environmental awareness among mothers from their point of view. The study used the descriptive, correlational approach. The study was applied to a stratified random sample of mothers. The size of the study sample was (190) mothers. To achieve the objectives of the study, two measures were used: The first aims to measure the child's level of consumer behavior and consists of (26) items. The second aims to measure the mother's level of environmental awareness, and its number of items was (18). The study reached a number of results, including: The study's mothers' estimates of the child's level of consumer behavior were high. Their responses to their level of environmental awareness were also high. The results also showed that there is a positive correlation between the child's consumption behavior and the mother's environmental awareness.

Keywords: consumer behavior, kindergarten child, environmental awareness, mothers.

السلوك الاستهلاكي لطفل الروضة وعلاقته بالوعي البيئي لدى الأمهات من وجهة نظرهن

أ.م.د/ منيرة بنت عبدالله المنصور
أستاذة الطفولة المبكرة المساعد
قسم الطفولة المبكرة-جامعة الملك سعود

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى السلوك الاستهلاكي لطفل الروضة وعلاقته بالوعي البيئي لدى الأمهات من وجهة نظرهن. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية طبقية من الأمهات، حيث بلغ حجم عينة الدراسة (190) أم، ولغايات تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام مقياسين؛ الأول بهدف قياس مستوى السلوك الاستهلاكي للطفل وتكون من (26) فقرة. والثاني بهدف قياس مستوى الوعي البيئي للأم، وبلغ عدد فقراته (18) فقرة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: كانت تقديرات أفراد الدراسة من الأمهات لمستوى السلوك الاستهلاكي للطفل عالية. كما جاءت استجاباتهن لمستوى الوعي البيئي لهن عالية أيضاً. كما بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين السلوك الاستهلاكي للطفل والوعي البيئي للأم.

الكلمات المفتاحية: السلوك الاستهلاكي، طفل الروضة، الوعي البيئي، الأمهات.

مقدمة:

الأطفال هم مصدر الثروة الحقيقية، ونواة المجتمع، والأمل في تحقيق مستقبل أفضل لأي مجتمع، لذا؛ يعد الاهتمام برعاية الطفل وتنشئته أمر حيوي يتحدد على ضوء معالم مستقبل هذا المجتمع؛ وإذا تم بنائهم بطريقة صحيحة وأساس سليم فإنهم يصبحون أعضاء صالحين في المجتمع.

وتعد العناية بالطفولة والاهتمام بها من أهم المؤشرات التي تشير إلى تقدم ورقي المجتمع، كما أن إعداد الأطفال وتربيتهم هو إعدادا لمواجهة التحديات الحضارية التي تفرضها طبيعة ذلك التطور، والمتطلع لحياة المجتمعات الإنسانية علي مر العصور يجد أنها تسعى إلى تحقيق التقدم، والثروة البشرية تعتبر من أهم مقومات التنمية الشاملة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية التي يسعى لتحقيقها أي مجتمع إنساني (البلتاجي، 2022).

كما أن الحديث عن الطفولة هو النظرة الى المستقبل بكل ما تعنيه الكلمة من معان ولذلك هي تعد من الفئات التي يعتني بها كثيراً فلا شك أن الأطفال هم نصف الحاضر وكل المستقبل كما أنهم هم طاقة النور والاستثمار ففي الطفولة استثمار للمستقبل كله لتحقيق أمن وحضارة وثقافة وطن بأكمله ففي هذه المرحلة يتم وضع الركائز فيها لشخصية الطفل التي تتبلور وتظهر في حياة الفرد (علوان، 2019).

وتعد مرحلة الطفولة المبكرة ذات أهمية بالغة في حياة الطفل، وذلك لكونها مرحلة أساسية في حياة الإنسان، حيث تتحدد معالم الشخصية ويكتسب فيها الفرد أنماط سلوكية، ويتعلم عاداته، واتجاهاته، فهي القاعدة الوطيدة التي تقوم عليها البنية السليمة في مراحل النمو المختلفة؛ كما أنها مرحلة قابلة للتشكيل حسب الصورة التي يقدمها المجتمع له، ولذلك تحظى هذه المرحلة في مختلف المجتمعات بعناية ومكانة متميزة لدي المفكرين والتربويين؛ بل أصبحت النظرة للأطفال والعناية بهم أحد المقاييس الهامة للتقدم الحضاري، ومعياراً من معايير تقييم الشعوب ومظهر من مظاهر وعي المجتمعات ورقي أبنائها (Salrana, 2015). وضمن هذا السياق فقد أكدت الفضلي (2017) أن مرحلة رياض الأطفال أصبحت مرحلة تربوية مهمة في السلم التعليمي المعاصر، فهي مرتبطة بمرحلة الطفولة المبكرة والتي تتشكل فيها الصفات الأولى لشخصية الطفل، وتتحدد اتجاهاته وميوله، وتتكون من خلالها الأسس الأولية للمفاهيم التي تتطور مع تطور حياته.

وتشير واصف ونجم (2014) أن فترة الطفولة المبكرة هي الفترة التكوينية الحاسمة من حياة الإنسان، وذلك لأنها الفترة التي تتشكل فيها ملامح الشخصية التي تتبلور وتظهر في المراحل التالية. كما أن إعداد الطفل في هذه المرحلة هو إعداد لمواجهة التحديات الحضارية التي تفرضها علينا حتمية التطور، ففي مرحلة الطفولة تنمو قدرات الطفل وتتضح مواهبه ويكون قابلاً للتأثير والتوجيه والتشكيل. وتتمثل أهمية هذه المرحلة العمرية في قدرتها على تنمية المعرفة والميول والمثل والقدرات والعادات في كل طفل حتى يصل إلى أقصى ما تسمح له إمكانياته، ويأتي ذلك مترافقاً بوجود غرس القيم عند الطفل وتميئتها؛ فالقصد الأول من التربية أن نربي لدى الطفل جملة من العادات الحسنة الأمر الذي يفرض ضرورة الاهتمام بغرس القيم الاقتصادية لدى الطفل منذ صغره؛ ذلك ان التعامل مع الموارد الحديثة يتطلب كل ادخار وترشيد استهلاك وتخطيط وتنمية وفي المحصلة احترام كل عامل وتقدير قيمة عمله (Cook, 2017).

ولما كانت العادات تتكون في مرحلة الطفولة فإن الاهتمام بمراقبة الطفل وتوجيهه التوجيه السليم من خلال تزويده بالمعلومات والبيانات التي تتناسب مع سنه وامكانياته وتوفير الفرص له للمشاركة في اتخاذ القرارات أصبحت ضرورة حتمية. فقد أصبح من الضروري البدء بتعليم أطفال الروضة القيم والعادات والسلوكيات التي تؤمن له حياة كريمة داخل المجتمع، فالقيم لا تنفصل عن التربية فالعلاقة المتبادلة بينهما تجعل التربية تؤثر على الفرد (رقبان وساروخ، 2011).

وقد شهدت المجتمعات في الفترة الأخيرة العديد من السلوكيات المستحدثة التي أثرت على كيان المجتمع، وعلى رأسها السلوكيات الاستهلاكية والتي جاءت نتيجة لعوامل داخلية وخارجية تضافرت لكي يكون المستهلك الهدف الأساس، وخاصة المستهلكين من الأطفال كونهم الأكثر تقبلاً للمستحدثات والأكثر تأثراً بالتغيرات التي تحدث في المجتمع (البلتاجي، 2022).

ويمثل الاستهلاك وزن كبير من إجمالي الانفاق لميزانية الأسرة، وله تأثير على كافة المتغيرات الاقتصادية، وكذلك يحتل مكانة متميزة في حفز التنمية التي تنتجها الدول النامية، لتأثيره على القرارات الاستهلاكية، حيث يؤدي دور هام في تشكيل اتجاه سلوك الفرد الاستهلاكي (الفضلي، 2017). ولأن السلوك الاستهلاكي شأنه شأن أي مظهر من مظاهر السلوك الإنساني يتحدد نتيجة التفاعل بين خصائص الفرد ومقوماته الأساسية وبين البيئة المحيطة به وكيفية إدراكه لها، من خلال خبراته التي تكونت في مراحل سابقة من طفولته المبكرة، فهو بذلك محصلة للتفاعل بين الفرد وبيئته (بدير، 2017). وأكدت ساراموفا (Sramova, 2022) أن العادات الخاصة بالسلوك الاستهلاكي لدى الفرد مثل كل العادات الأخرى، تكتسب عن طريق الممارسة والتكرار، وهذه العادات تتكون منذ الطفولة ومراقبة الطفل وتوجيهه عملية أساسية وهو دور يجب أن يقوم به المربين والأسرة، والمعلمة في الروضة، ويعملون على توعية الطفل نحو ترشيد نمط أسلوبه الاستهلاكي.

في حين أشارت بدير (2017) أن الأطفال يفضلون الحصول على مصروف بصفة مستمرة على ان توفر لهم الأسرة احتياجاتهم، وينفق معظم الأطفال مصروفهم في مجال الترفيه، وشراء الحلوى، والمشروبات التي يرونها في الاعلانات، نتيجة انخفاض في الوعي الاستهلاكي بصفة عامة عند المستويات الاقتصادية والاجتماعية.

وترى الباحثة أن تفاقم المشكلات المتصلة بسلوك الفرد الاستهلاكي وبخاصة فيما يتعلق بسلوك الاقتناء والتملك والشراء سواء فيما يتعلق بالملابس أم الألعاب والدمى أم فيما يتعلق بالطعام، وقصور الثقافة الاستهلاكية؛ عموماً ولدى الأطفال خصوصاً، وتعاظم المؤشرات السلبية لثقافة الاستهلاك علي النواحي الاجتماعية والاقتصادية، كل ذلك يتطلب تشجيع تنظيم وترشيد الإستهلاك الفردي والأسري؛ ولاسيما لدى الأطفال، وهذا يتطلب بدوره البدء منذ مرحلة الطفولة المبكرة؛ فالطفل إذا لم يتعود منذ يومه الأول ترشيد سلوكياته الاستهلاكية وتعديل الخطأ منها في طفولته، فإنه سيعجز في المستقبل عن ذلك؛ لذا وجب العمل علي حثه للنهوض بمجتمعه وتحويله من مجتمع استهلاكي إلي مجتمع منتج.

ويرجع تاريخ دراسة السلوك الاستهلاكي الرشيد للطفل إلى خمسينيات القرن العشرين مع ظهور العديد من الدراسات المحدودة حول بعض الموضوعات مثل صدق العلاقات التجارية والاستهلاك المدرك، وبعد ذلك ظهر المزيد من الاعتراف بالطفل كمستهلك فاعل خلال الستينيات، مع زيادة الباحثين لنطاق بحثهم ليشمل فهم الأطفال للتسويق ووظائف عمليات البيع والشراء، وتأثيرات الأطفال على قرارات الآباء الشرائية، والتأثيرات النسبية للآباء والأقران على أنماط الاستهلاك، وعلى الرغم من قلة عددها، كانت تلك الدراسات شديدة الأهمية في التمهيد لموضوع السلوك الاستهلاكي للأطفال (Hamilton, 2009).

وتمثل مرحلة الطفولة البكرة حجر الأساس في بناء السلوك الاستهلاكي للطفل؛ حيث تتقدم الرغبات والأمنيات البسيطة إلى خيارات وسلوكيات استهلاكية مميزة للمنتجات، وتكمن أهمية دراسة السلوك الاستهلاكي للطفل بسبب كونه من مصادر استهلاك بعض السلع ولقوته في التأثير على مبيعات الآباء، فالأطفال يؤثرون في النمط الاستهلاكي للأسرة ككل بدءاً من اختيار أماكن قضاء العطلات وحتى شراء السيارات والأطعمة أيضاً، وقد ساهمت الزيادة الكبيرة في عدد القنوات التلفزيونية إلى تخصيص مساحات إعلانية متنامية للأطفال ومنتجاتهم (Ewing, 2013).

ويؤثر السلوك الاستهلاكي على التعبير الشخصي للأطفال، حيث يسمح لهم بنقل الثقافات الفرعية التي ينتمون إليها للعالم الخارجي وأنظمة القيم الشخصية الخاصة بهم، ويرجع ذلك إلى أن الأطفال خلال ممارسة السلوك الاستهلاكي، بما يتضمنه من اختيار للمنتجات يستخدمون مجموعة من المعايير التي تراعي ليس فقط خصائص المنتجات والخدمات وأسعارها وجودتها ولكن أيضاً دلالتها الرمزية والاجتماعية (Boland, Connell & Erickson, 2012).

فالسلوك الاستهلاكي يساعد الأطفال على تعلم المواقف نحو الأسعار واكتساب المعرفة حول خصائص المنتجات والدوافع الاجتماعية والاقتصادية للاستهلاك، وأدوار المستهلكين والخيارات بين العلامات التجارية والسلع المختلفة، ومن ثم أصبح من الضروري فهم الآليات المحددة للسلوك الاستهلاكي للطفل، لما تحمله من تأثيرات كبيرة على الأسرة والمجتمع ككل (White, 2013).

ويمثل السلوك الاستهلاكي الصحيح أهمية كبرى لصحة وسلامة الطفل، لا يمكن حصر السلوك الاستهلاكي للطفل في قرارات الشراء فحسب، فهناك العديد من الأبعاد التعليمية والاجتماعية وغيرها تدخل ضمن سلسلة طويلة من عملية تسمح للأطفال بالمشاركة في العالم الاستهلاكي (Mowen & Minor, 2014). ويعرف السلوك الاستهلاكي على أنه: تلك الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص للحصول على واستهلاك منتجات و سلع معينة، أما المستهلك فإنه ذلك الشخص الذي يتمتع بمزايا منتج أو خدمة (Blackwell, Miniard & Engel, 2010: 14).

وعرف السلوك الاستهلاكي بأنه "عملية اكتساب واستخدام واستهلاك المنتجات والخدمات والزمن والأفكار عن طريق وحدات صنع القرار (Kenway & Bullen, 2011: 3). كما عرف السلوك الاستهلاكي أنه "عملية اكتساب المواقف والعادات السلوكية الملائمة للتصرف كمستهلك (O'Neill, 2012: 16).

ويُعرف السلوك الاستهلاكي للطفل بأنه "العمليات والمعالجات التي يقوم بها الطفل عند اختيار أو شراء أو استعمال أو تقييم منتجات (Ewing, 2013: 2). كما عرف السلوك الاستهلاكي بأنه "مجموعة المهارات والمعارف التي تشكل مواقف الطفل نحو استهلاك السلع والخدمات" (Martens, Southerton & Scott, 2014: 155).

ويعرف السلوك الاستهلاكي للطفل أنه "عملية اكتساب وتطوير القيم والمواقف والمعايير والمعرفة والسلوكيات التي تسهم في تشكيل المفاهيم حول الاستهلاك (Danes, 2014: 128). ويعرف السلوك الاستهلاكي أنه "عملية تشكيل المهارات والمعارف والمواقف المرتبطة بالوظيفية كمستهلكين في أماكن الأسواق (Roberti, 2014: 69).

يتضح من التعريفات السابقة للسلوك الاستهلاكي أنه لا يتوقف على استهلاك السلع والخدمات فقط، وإنما يحتاج مراقبة الطفل وملاحظته للثقافة المجتمعية المحيطة به، يحتاج أيضاً السلوك الاستهلاكي وعي الطفل لهدف السلعة وحاجته منها ومدى استفادته منها، مع عمل خطة لميزانيته الخاصة أو ميزانية والديه حتى يحدد أي السلع المناسبة له، في ضوء حاجته وفكره الاقتصادي وخلفيته الاجتماعية. ووضعت بون (John, 2009) نموذج ثلاثة المراحل لنمو السلوك الاستهلاكي للطفل:

1. المرحلة الإدراكية: تنسم بالتقيد الإدراكي، حيث يركز الطفل على أبعاد أحادية للعناصر والأحداث، ومن ثم إعمال مهارات صنع القرار في عملية الاستهلاك.
2. المرحلة التحليلية: يكتسب الأطفال خلال هذه المرحلة القدرة على تحليل المنتجات وفقاً لأكثر من بُعد واحد، كما تصبح معرفتهم بالتقنيات الاستهلاكية أكثر تعقيداً.
3. المرحلة التقييمية: تتكون خلال هذه المرحلة لدى الطفل فهم أكثر نضوجاً للمنتجات، ويمكن أن يتأثر الأطفال خلال تلك المرحلة بقرارات استهلاكية معينة ترتبط بمدى انجذابهم للمنتجات كمستهلكين صغار.

وفي النموذج آخر طور كل من مفهوم نمائي حول كيفية البناء السلوكي للأطفال كمستهلكين من خلال المراحل التالية كما اشار (Moore-Shay & Lutz, 2014)

1. المرحلة الأولى (صفر - سنتين): يكون لدى الأطفال الصغار خلال تلك المرحلة رغبات وميول استهلاكية لكنهم لا يمكن وصفهم خلالها كمستهلكين حقيقيين لأنهم لا يكون لديهم توجه ذو أهداف معينة في اختيارهم للمنتجات.
2. المرحلة الثانية (2-5) سنوات: يلجأ الطفل خلال تلك المرحلة إلى الإلحاح والتفاوض طلباً لمنتجات معينة، خلال هذه المرحلة من نموهم، لا يستطيع الأطفال الصغار فهم الأهداف المقنعة للإعلانات التجارية، بل يكون تركيزهم على الخصائص الجذابة للمنتجات. إن هذه الخصائص النمائية تجعل الأطفال أكثر ميلاً لإعلانات معينة، ومع نهاية المرحلة يستبدل الأطفال سلوك الإلحاح والبكاء طلباً لمنتجات معينة بالتفاوض الأكثر فاعلية.

ولا يقتصر السلوك الاستهلاكي للطفل على عمليات الشراء فحسب، بل يمتد ليشمل البحث والتأثير في الآخرين، واستخدام المنتجات والتخلص منها ومتابعة إعلانات المنتجات وغيرها (Schor, 2008).

وتنطوي دراسة السلوك الاستهلاكي للطفل كل من التعرف على الأنشطة الاستهلاكية التي يقوم بها الطفل خلال العملية السلوكية وتضم كل من إدراك احتياجاته الاستهلاكية، والبحث عن بدائل المنتجات، وشراء المنتجات، وتقييم مدى الإشباع المتحقق من استخدام المنتج، مع التمييز بين الأنشطة الاستهلاكية المختلفة للطفل خلال استهلاك منتج أو خدمة معينة، والتعرف على عوامل الاستهلاك، وتحديد السمات المميزة للسلوك الاستهلاكي لطفل والتي تؤثر على عملية الشراء (Wilson & Wood, 2010).

وللسلوك الاستهلاكي للطفل عدة دوافع هي:

- دوافع عقلية: تتمثل في التفكير بالأمر المرتبطة بالسلع والخدمات قبل عملية الاستهلاك، وفحص مدى جودتها، والمنافع المتحقق منها، وقدرتها على إشباع حاجاته.
 - دوافع عاطفية: تتمثل في القرارات الاستهلاكية التي تخضع للعاطفة، وفي هذه الحالة يخضع قرار الاستهلاك إلى معتقدات المستهلك وشخصيته وقيمه، يخضع السلوك الاستهلاكي القائم على الدوافع العاطفية إلى شكل مطلق لا عقلاني تختلف نسبته بين طفل وآخر.
- تتكون عملية تشكيل السلوك الاستهلاكي للطفل من تعليمه حول المنتجات والإنفاق ومشاركة السلع والخدمات، وأيضاً تشمل هذه العملية أسس الحفاظ على السلع وترشيد الاستهلاك (Wonsun, 2011).
- ومن العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للطفل كما أشار (Moore-Shay & Lutz, 2014):
- أولاً: العوامل الداخلية: العوامل الداخلية السيكولوجية وهي تلك العوامل المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي للطفل في حد ذاته، تعمل على صياغة السلوك الاستهلاكي بشكل معين ومنفرد، كما تعمل هذه العوامل على دفعهم للقيام بمواقف وأنماط سلوكية مختلفة ومحددة، وتتكون من:

- أ. الدوافع: عبارة عن القوى المحركة للأطفال والتي تدفعهم للسلوك باتجاه معين وتولد نتيجة تلاقي المثبرات التي يتعرض لها الأطفال مع احتياجاتهم، مما يؤدي إلى اختلاف القرار الشرائي.
- ب. الحاجات: تدفع الحاجات الطفل إلى ممارسة السلوك الاستهلاكي في محاولة لإشباع هذه الحاجة أو النقص.
- ج. الإدراك: يستقبل الطفل المؤثرات التسويقية والبيئية عن طريق حواسه، كما يتم اختيار وتنظيم وتفسير المثبرات والمعلومات الاستهلاكية وفقاً لهذا الإدراك.
- د. الشخصية: تلعب الشخصية دوراً حيوياً في توجيه السلوك الإنساني والطفل على وجه الخصوص، ولذلك فإن تفهم السلوك الاستهلاكي للطفل يتطلب التعرف على شخصيته من أجل معرفة الأنماط المختلفة للسلوك.

ثانياً: العوامل الخارجية: حدد كوتلر وكيلي (Kotler & Keller, 2012) وجود ثلاثة عوامل رئيسية خارجية تؤثر على السلوك الاستهلاكي للطفل وهي الأسرة ومجموعة الأقران ووسائل الإعلام والبيئة وأنماط التعلم وغيرها، وكل منها يسهم في تنمية أحد صور السلوك الاستهلاكي لدى الطفل:

أ- الأسرة:

تلعب الأسرة دور محوري في تشكيل السلوك الاستهلاكي للطفل، حيث تمثل المؤسسة الأولى التي تنتقل للأطفال الصغار القيم وأنماط الاستهلاك، يمثل الآباء، خاصة خلال سنوات الطفولة المبكرة، المعلم الرئيسي لسلوكيات ومهارات الاستهلاك للطفل، عبر تحويل عادات الاستهلاك إليهم بطريقة عمدية أو غير عميدة (Keller & Ruus, 2014). وهناك العديد من الدراسات التي حددت أن أنماط تأثير الأسرة على سلوكيات الطفل يمكن أن يحدث من خلال العديد من الآليات:

- أولاً: يمثل الآباء القدوة والمثل الأعلى الضمني الذي يمكن أن يحتذى به أطفالهم.
- ثانياً: يمتلك الآباء قدرة التوضيح المباشر والواعي للأطفال، ومن ثم مشاركة قيمهم وعاداتهم الاستهلاكية معهم (Hayta, 2008).

وتبين البيانات المتاحة أن السلوك الاستهلاكي يعتمد على عمليات تعلم اجتماعي أكثر تجريباً بدلاً من التدريب النظامي الهادف من جانب الآباء بالتالي، فإن الأطفال يكتسبون سلوكهم الاستهلاكي عن طريق

التفاعل الاتصالي المستمر مع مجموعة من العوامل الشخصية والاجتماعية، ويحولون أساليبهم الاستهلاكية إلى أنشطة اجتماعية معقدة يتعلم من خلالها الأطفال الصغار أشياء أكثر من عملية الاستهلاك في حد ذاتها. كما تبين أن الآباء يساهمون ليس فقط في بناء السلوك الاستهلاكي لأطفالهم، ولكن أيضاً لديهم الفرصة لفترة وتحسين وتعديل التأثيرات الواردة من مصادر أخرى على تلك السلوكيات الاستهلاكية لأطفالهم، مع ذلك تبين العديد من البحوث وجود تأثير لنوع وولي الأمر على سلوكيات الأطفال في الاستهلاك، حيث أن الكثير من جوانب السلوك الاستهلاكي للطفل يتم اكتسابها من خلال التفاعلات بين الطفل والأم أكثر من تفاعلات الطفل والاب بصفة عامة، تقوم الأمهات بتحويل التقاليد والمعلومات للأطفال، مما يساعدهم على تطوير المهارات الصحيحة كمستهلكين جيدين فضلاً على ذلك يعتبر الأطفال أمهاتهم بمثابة متسوقات أكفاء، ويلعبون دور مهم في تعليمهم العادات الاستهلاكية المسؤولة (Mittal & Toyne, 2010). ويبين مورتارا (Mortara, 2013) أن أنماط تأثير الآباء على السلوك الاستهلاكي للطفل يرتبط بكل من مواقف الاستهلاك والمنتجات التي يتم استهلاكها، فالأطفال يلاحظون سلوك آبائهم في المنزل، طريقة تخطيطهم، وأرائهم حول المال وطريقة معالجة المشتريات وغيرها (وفي الأسواق) أثناء إصدار قرارات الشراء وغيرها، يؤثر الآباء في المواقف والسلوكيات الاستهلاكية للأطفال. وأشار دانيس (Danes, 2014) أن الآباء يمكنهم التأثير في نمو السلوك الاستهلاكي للأطفال سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ويتكون التأثير المباشر للآباء على السلوك الاستهلاكي للطفل التفاعلات الصريحة المباشرة حول أمور الاستهلاك وتوفير الفرصة أمام الأطفال لملاحظة سلوكياتهم الاستهلاكية الشخصية، أما بالنسبة للتأثير غير المباشر، فيمكن أن يحدث عندما تلعب الأسرة دور الوساطة في تأثيرات العناصر الأخرى مثل وسائل الإعلام والأقران.

ب- مجموعة الأقران:

في الوقت الذي يلعب فيه الآباء دور محوري في المراحل الأولية لبناء السلوك الاستهلاكي للطفل يصبح دور مجموعة الأقران أكثر أهمية في المراحل اللاحقة، تبدو مجموعة الأقران عامل محوري في تشكيل السلوكيات الاستهلاكية للأطفال خارج بيئة المنزل، بل ويمكن أن يكون دورهم أكثر أهمية من الأسرة (White, 2013).

ويشير (Jin & Lutz, 2013) أن الطفل الصغار يكتسبون بالتدريج الوعي الكامل بدلالة الرمزية والاجتماعية للاستهلاك، ويمارسون سلوكيات استهلاكية تجمع بين الاستقلالية عن الآباء والتأثر بالأصول الاجتماعية والثقافية. بينما يشير (Duveen, 2010) أن الأطفال الصغار يتعلمون العناصر التعبيرية للاستهلاك (القيم المادية والدوافع الاجتماعية) أو الاستهلاك التائيري أساليب وأنماط الاستهلاك من أقرانهم. وفسر جون (John, 2009) التفاوت في السلوكيات والتوجهات الاستهلاكية للأطفال في ضوء عوامل الأسعار وسهولة تذكر شعار المنتجات ومواصفات المنتج والمواقف نحو إعلانات المنتجات، توصلت الدراسة إلى اكتساب الأطفال الأكبر سناً لمهارات استهلاكية معقدة ومواقف سلبية نحو الإعلانات بدرجة أكبر من أقرانهم الأصغر في العمر، وأشارت النتائج أن الأقران والإخوة شكلوا أعلى مصادر التأثير على السلوكيات الاستهلاكية الشرائية للأطفال، في حين جاء التأثير الإعلامي في المرتبة الأقل.

ج- وسائل الإعلام:

تؤثر وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة على الجوانب التعبيرية مثل تطوير دوافع اجتماعية ومادية للاستهلاك لمنتجات وخيارات معينة، وتؤثر أيضاً وسائل الإعلام على نماذج وأساليب حياة المستهلكين الصغار، وإن كانت بطريقة دقيقة وغير متعمدة، وفي نفس الإطار أصبحت وسائل الإعلام الحديثة هامة في سلوكيات وقرارات المستهلكين الصغار، إلى حد بناء مجتمعات إلكترونية خاصة بالأطفال لمشاركة المعلومات الاستهلاكية (Yang, Mia & Ben-Ur, 2012).

ويرتبط تأثير التلفاز على السلوك الاستهلاكي للطفل بنظرية الغرس؛ حيث تفترض نظرية الغرس أن الذين يشاهدون مزيد من الوقت في مشاهدة التلفاز يدركون وينظرون إلى العالم على النحو الذي يعكس الرسائل العامة المنقولة عبر التلفاز، وقد امتدت البحوث حول فكرة الغرس لتشمل تأثير التلفاز على العنف والأدوار والتوعية والسن والأسرة وكذلك السلوك الاستهلاكي (Lee, Salmon & Paek, 2009).

وأشار هاملتون (Hamilton, 2009) إلى أن الأطفال الصغار عندما يحصلون على مستويات تعرض كافية يستطيعون التمييز بين المحتوى الإعلاني والبرامج المعتادة بالتلفاز، ويمكنهم فهم الهدف الإقناعي للإعلانات الاستهلاكية. كما أشار أن الأطفال الصغار في سن ما قبل المدرسة يظهرون مؤشرات على نمو السلوك الاستهلاكي عن طريق القدرة على التعرف على المعلومات التجارية وتفسيرها كرموز اجتماعية.

د- بيئة الطفل:

يتعرض الأطفال منذ سن مبكر إلى الأسواق عند مصاحبة آبائهم في رحلات السوق، وبعد هذا التعرض تأثير مثالي يسهم في تشكيل السلوك الاستهلاكي للأطفال، يتعلم الأطفال الصغار ضمناً محاكاة السلوك الاستهلاكي لأبائهم، بعد تكرار ملاحظة الأطفال للسلوك الاستهلاكي لأبائهم أثناء التسوق يقوم الأطفال باتباع استراتيجيات مشابهة يقوم الأطفال المستهلكون بربط أنماط الاستهلاك بالمشورات الاجتماعية (من يصاحبه أثناء التسوق) والمادية (صور المنتجات التي يلاحظونها عند التسوق) والبيئة بالنسبة للأطفال الصغار، تمثل الخصائص الاجتماعية والمادية لبيئة التسوق عوامل هامة في تشكيل سلوكهم الاستهلاكي (White, 2013).

هـ- التعليم:

تركز المواقف التعليمية على تنمية السلوكيات الاستهلاكية للأطفال الصغار في مجالين رئيسيين؛ المستهلك الذكي وربط سلوكياتهم الاستهلاكية بالبيئة التي يعيشون فيها، يتم تصميم المناهج لهؤلاء الأطفال الصغار لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للتصرف بحكمة كمستهلكين، ومع ذلك يشوب عملية تعليم السلوك الاستهلاكي في المواقف التعليمية للأطفال قلة عدد الساعات المستغرقة لهذا الأمر، بالإضافة إلى غياب خطة استراتيجية تعليمية متكاملة لتعليم السلوك الاستهلاكي للطفل (Sprtt, 2014).

ويلعب التعليم دور محوري في اكتساب الأطفال للمعرفة المالية والاقتصادية، وهو الأمر الذي يدعو إلى الاهتمام بتلك الجوانب ورفع مستويات كفاءتها، وتمثل مرحلة الطفولة المبكرة اللبنة الأساسية في مجال التعليم وتحويل المعرفة أمية كبيرة؛ حيث ينمو الأطفال ويكتسبون المهارات والكفايات اللازمة لبناء أنماط ناجحة من السلوك الاستهلاكي (Selwyn, 2017).

و- عوامل أخرى:

من بين العوامل الأخرى المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للطفل كل من سعر المنتجات، وافكار ومشاعر الأطفال حول المنتجات أو الخدمات التي يستهلكونها، وتمثل مواقف الأطفال حول المال وطريقة استخدامهم له جزء تكميلي من سلوكهم الاستهلاكي، ولا يجب معاملة الأطفال الصغار كمجموعة واحدة يكتسبون المهارات والكفايات الاستهلاكية بآلية وتوقيت محددين؛ بل ينقسمون فيما يتعلق باكتساب السلوك الاستهلاكي إلى عدد من المجموعات المختلفة وفقاً لمتغيرات السن والنوع والأنشطة غير المنهجية التي تؤثر عليهم كمستهلكين وتميزهم بمرور الوقت (Hamilton, 2009). ومن أهم نظريات السلوك الاستهلاكي الآتي:

- نظرية التنشئة الاستهلاكية للطفل موشيس وآخرون:

قدمت نظرية التنشئة الاستهلاكية للطفل تعريف أكثر دقة لنمو السلوك الاستهلاكي يركز على المحاور النظرية الثلاثة التالية: المقدمات البنائية، وعملية التنشئة نفسها، والنتائج السلوكية، ويرتكز المحور الأول على نظرية بياجيه، والتعديلات التي أجراها كل من (Berti & Bombi, 2007)، والتي اقترحت أن الأطفال يلعبون دور هام ونشط في المجال الاستهلاكي، أما المحوري الثاني فإنه يعتمد على نظرية نموذج الدور الاجتماعي التي تبين أن الأطفال من المفترض أن يلعبوا أدوار مختلفة في المجتمع مثل المتعلم والابن والحفيد والمستهلك.

وتشير النظرية إلى الأطفال بينون سلوكهم الاستهلاكي من خلال أربعة مصادر هي: العادات الوالدية الأسرية، الأقران، الإعلانات، والمنتجات نفسها وبالنسبة للمحور الثالث للنظرية فإنه يعتمد على نظرية باندورا (1977) للتعلم الاجتماعي والتي تبين وجود عمليتين أساسيتين –الملاحظة ومحاكاة المستهلكين الآخرين كالآباء والأقران والإخوة الأكبر سناً- تفسران السلوك الاستهلاكي (مثل مقارنة الأسعار والمنتجات) والمفاهيم الأكثر تعقيداً وتجريداً، وايضاً يتم تفسير دور البيئة الاجتماعية من خلال متغيرين

مستقلين هما: طبيعة البيئة الاجتماعية التي تحدث فيها عملية الاستهلاك ونوعية التعزيز أو التغذية الراجعة التي تقدمها البيئة للطفل.

- نظرية الثقافة الاستهلاكية:

تشير النظرية إلى أن الرؤى النظرية الاستهلاكية للأسرة هي التي تحدد العلاقة الديناميكية بين سلوكيات المستهلك والسوق والمعاني الثقافية، تبرهن النظرية على أن السلوك الاستهلاكي يتشكل كنتيجة للتفاعلات المستمرة داخل موقف اجتماعي ثقافي ديناميكي، ويتأثر بالعوامل التي تشكل خبرات وهويات المستهلك في تيار الحياة اليومية، تُعنى نظرية الثقافة الاستهلاكية بعمليات ثقافة المستهلك "التي تعبر عن نسق اجتماعي يؤثر في العلاقات بين الثقافة المعاصرة والموارد الاجتماعية، وبين أساليب الحياة والموارد الرمزية والمادية التي تعتمد عليها.

ساهمت النظرية في دعم أربعة مجالات بحثية رئيسية هي كما أشار لها أرنولد و ثومبسون (Arnould and Thompson, 2010):

- فهم ديناميكيات السلوكيات الاستهلاكية للطفل.
- الثقافات الاستهلاكية في الأسواق.
- الأنماط الاجتماعية التاريخية للسلوك الاستهلاكي.
- الأيدولوجيات والاستراتيجيات التفسيرية للمستهلك.

وترتبط عملية السلوك الاستهلاكي بالبيئة؛ إذ تمثل البيئة أهمية كبيرة للإنسان، فهي المحيط الذي يعيش فيه ويحصل منه على مقومات حياته من طعام وشراب ودواء وكساء وهي المحيط الذي يتفاعل معه ويمارس فيه علاقاته المختلفة مع غيره من الكائنات والمكونات. ومنذ أن خلق الله تعالى الإنسان وهو دائم في تعامله مع البيئة سعياً وراء مختلف متطلباته واحتياجاته لتحقيق عملية تكيفه مع بيئته، مستخدماً في ذلك كل ما توافر له من المعارف والمهارات والخبرات التي وهبها الخالق سبحانه وتعالى أو من خلال خبرته التي اكتسبها خلال تعامله معها (الجلي، 2015).

ولقد تزايد الاهتمام بالبيئة كظاهرة عالمية خلال العقد الماضي، كنتيجة لتزايد الضغوط التي تمارسها الحكومات وجماعات حماية البيئة والمنظمات غير الحكومية. الأمر الذي يوجب أن يحول هذا الاهتمام إلى المستهلك بحيث يصبحوا أكثر حساسية للبيئة واهتماماً بقضاياها، ويقبلوا على المنتجات الصديقة للبيئة، فهناك المزيد من التهديدات التي تضر البيئة والتي سوف تظهر في المستقبل (الأمير، 2012).

ولأن المستهلك هو حجر الأساس لأي نشاط إنتاجي وتسويقي فبفقد ما يكوف لديه من وعي تأتي الاستجابة البيئية من طرف المنظمات الانتاجية والتي تتوقف على ثلاثة عوامل هي درجة التزام المستهلك بالقضايا البيئية وتوقعات المستهلك لمدى حساسية المنظمات للأعمال البيئية ورغبة المستهلك في ممارسة قوته لجعل أنشطة المنظمة مطابقة لتوقعاته، وكلما تزايد الوعي البيئي للمستهلك سيؤدي ذلك إلى إقناع المنظمات للاستجابة الايجابية لمتطلباته وبالتالي التأثير إيجاباً على البيئة (بدير، 2017).

وأكد الأدب التربوي على أهمية دور المرأة في حماية البيئة من التلوث وأكدت على وجود علاقة ارتباطية بين وعي ربة الأسرة البيئي وممارستها الإدارية لحماية البيئة المنزلية من التلوث لأنها صاحبة العلاقة الأقوى مع البيئة وموارها، كما أن التركيز على المرأة وحثها على المشاركة في أنشطة وبرامج التوعية البيئية يسهم في حل العديد من المشاكل البيئية فهي قادرة على تقبل الوعي البيئي وتنميته وتقوم بنشره لكافة أفراد الأسرة (أبو صبري وطه، 2014).

وتعتبر المرأة المسؤولة عن إدارة المنزل فهي التي تقوم بعمليات الشراء والاعداد والانتفاع والصيانة لكل ما يتعلق بالاستهلاك العائلي، لذلك فلها دور بارز في عمليات الاستهلاك. فربة الأسرة تعتبر مستهلك جيد عندما يكون لديها مواقف وتصرفات صديقة للبيئة تتجلى في سلوكها الشرائي والاستهلاكي لها ولاسرتها واطفالها من خلال جمع المعمومات حول الخصائص البيئية للمنتج فهي مستهلك واع بيئياً وتأخذ بعين الاعتبار نتائج سلوكها الشرائي والاستهلاكي على البيئة (كمونة، 2009).

لقد أصبح من الضروري تنمية الوعي البيئي فهو تنمية للسلوك الحضارى نحو البيئة وصيانتها والمحافظة عليها فوعى الفرد لمكانته بالنسبة للبيئة ومدى تأثر كل منها بالأخر ووعيه بمشكلات البيئة وأسباب هذه المشكلات يؤدي إلى عمله على صون البيئة والمحافظة عليها و يتحكم هذا الوعي فى سلوك الإنسان نحو بيئته.

فالوعي مسألة وجدانية ترتبط بدوافع السلوك إذ أن سلوك الإنسان لا ينبع من فراغ ولا يصدر فى الفراغ ولكنه ينبع من أصول وقواعد ومنابع ، ويظهر فى فروع و روافد و جوهر الوعي هو المعرفة و الفهم وإذا كان الوعي مهماً بالنسبة لقضايا و مسائل البيئة فهو على درجة كبيرة من الأهمية أيضاً بالنسبة لجهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فإن فهم الإنسان ووعيه إلى جانب اتجاهاته ومهاراته تمثل فى مجموعها الركن الأساسى فى مقومات عملية التنمية لكافة جوانبها ولا يستطيع الإنسان أن يكون له دوره فى عملية التنمية دون فهم واعي بالبيئة ومكوناتها وما يحكمها من علاقات وتفاعل (ابو النصر ومحفوظ، 2014).

ويعرف رقبان وساروخ (2011، 10) الوعي البيئي بأنه " الإدراك القائم على الشعور بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها و آثارها ووسائل حلها". ويرى الحلبي (2015، 25) أن الوعي البيئي " هو إدراك الفرد لبيئته و إحساسه و وعيه بها معرفته بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها و آثارها و وسائل حلها". وعرفه بيرجر (Berger, 2017, 3) بأنه "وجود مدركات و مهارات لدى الفرد يستخدمها للعمل فرديا وجماعيا للمحافظة على الاتزان الديناميكي بين الحياة و نوعية البيئة التي يعيش فيها الفرد". ويرى كاري (Cary, 2013, 10) أن الوعي البيئي " قائم على ضرورة حسن استغلال الموارد الطبيعية دون إهدار" وعرفه سكوت (Scott, 2014, 47) " الإدراك القائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها و آثارها ووسائلها".

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الوعي البيئي بأنه " : معرفة وإدراك مكونات البيئة وأسباب المشكلات البيئية و آثارها ذلك لتكوين قيم واتجاهات وأدوار إيجابية وسلوكا سويا نحو البيئة وحل مشكلاتها وصونها".

ومن أهم سمات الوعي البيئي كما أجملها دويس (Deweese, 2013) الآتي:

- 1- يتكون الوعي البيئي من الجانب المعرفي والجانب الوجداني والجانب المهارى.
 - 2- الوعي البيئي يجعل الفرد يدرك أهمية العلاقة والتفاعل الإيجابي بينه وبين البيئة من حوله.
 - 3- الوعي البيئي ضرورى للحفاظ على البيئة عن طريق الوعي بالمشكلات والأسباب والآثار.
 - 4- يستلزم الوعي البيئي أن يتم توجيه السلوك توجيهاً إيجابياً نحو البيئة وحل مشكلاتها.
 - 5- يمكن تكوين الوعي البيئي عن طريق التربية النظامية أو غير النظامية.
 - 6- يتضمن الوعي البيئي المعرفة و الإدراك و العلاقات القائمة و المشاركة فى إيجاد حلول .
- ومع تعدد تعريفات الوعي البيئي إلا أن أهداف التوعية البيئية تكاد تشترك جميعها فى نقاط محددة لوحدة الهدف العام وهو الارتقاء بالبيئة وتنميتها وحماية وصيانة المكونات والموارد ومنها كما اشارت بدير (2017).

- الهدف الرئيسى من بناء الوعي البيئي هو تنمية المعارف والمواقف والمهارات الضرورية ولا سيما لدى الشباب وكذلك لدى غيرهم لتمكينهم من فهم و تقدير و تدبير العلاقات المتبادلة بين البشر وبيئتهم المادية و البيولوجية والاجتماعية والثقافية.
- هدف الوعي البيئي أن يصبح المواطن العادى ملماً بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير الإنسان عليها.
- تهدف تنمية الوعي البيئي إلى التعريف بالمشاكل البيئية وخلق وعى بيئى بين الفئات المختلفة يساعدهم على فهم المشكلات البيئية المحيطة و إثارة الحماس تجاه إيجاد الحلول المناسبة والتعريف بالأسس العلمية و العملية للمشاكل و حلها و الحث على المشاركة فى الحد من المشاكل والوقاية منها ثم الانضمام إلى مشروعات ميدانية لحل هذه المشكلات والعمل على توفير الإمكانيات اللازمة لتنفيذ هذه المشروعات وخلق كوادر وقيادات تتحمل مسؤولية نشر الرسائل إلى مجموعات أخرى.

أما فيما يتعلق بمستويات الوعي البيئي فقد أشار كل من كمونة (2009)، والامير (2012) والحلي (2015) إلى ان مستويات الوعي البيئي هي:

1- الانتباه : وفيه يكون المتعلم مشدودا إلى الموقف التعليمي أو الحياتي بدرجة تكاد تجعله جزءاً من هذا الموقف ، كأن يكون حريصاً على معايشة دقائق الموقف أو لاً بأول ، إلى أن مدى الانتباه يختلف من متعلم إلى آخر وذلك يرجع إلى ما يمكن أن يؤثر في كل متعلم ، سواء في الموقف أو خارج نطاق الموقف.

2- التحمس : وفيه يكون المتعلم متحمساً لموضوع معين آثار الانتباه ولديه الاستعداد للقيام بسلوك معين تجاه هذا الموقف.

3- الدفاع : و هنا يكون المتعلم متحمساً للموضوع ، ويدافع عنه عن اقتناع ، فيقدم المبررات و الأسباب التي تؤيد تلك الفكرة أو هذا الموضوع أو وجهة النظر أو الرأي الذي يؤمن به ومن ثم يدافع عنه

4- التبنى : و يعنى الاقتناع الكامل بالفكرة أو الموضوع أو الرأي ، و في إطار ذلك يتخذ المتعلم من هذه الفكرة مسلمة أساسية تفرزها و تساندها الأفكار التي يعبر عنها ، ومن ثم يتبناها عن وعي كامل.

5- المشاركة : المتعلم حين يمر بالمستويات السابقة فإنه يصل إلى مرحلة المشاركة و تتضمن عمليتين هما: المشاركة بالقول :مجموعة من المتغيرات اللفظية التي تنقل الفرد من مستوى الانتباه و الإدراك إلى مستوى التعامل مع المواقف دون التأثير فيه.

6- المشاركة بفعل "الممارسة " و هي تعكس إيجابية الفرد في تعامله مع المواقف المختلفة والتأثير فيها ، وهكذا ينتقل الوعي من مرحلة إلى أخرى.

وتأتى أهمية الوعي البيئي بحسب الباحثة أنه وسيلة تعديل سلوك البشر تجاه البيئة نحو الأفضل، ويعمل على ارتباط الإنسان مع بيئته الطبيعية بعلاقات يستمد من خلالها مقومات حياته ومستلزمات تقدمه ورفاهيته لأن الإنسان عنصر رئيسي في النظام البيئي كما أن الوعي البيئي هو تلبية للنداءات البشرية للحفاظ على البيئة وتجنب العديد من المخاطر من خلال الندوات و المؤتمرات والتخوف الناتج من سوء حاله البيئة ، وتحول الانتباه عن المشكلات البيئية الواقعة إلى محدثها وهو الإنسان بتنمية وترسيخ الوعي البيئي لديه ونشر الفكر البيئي حتى يتمكن الفرد من إحداث تغييرات ملموسة في سلوكه تحقق التوازن بين متطلباته واحتياجاته ، وتعريف المواطن ليتمكن من اتخاذ القرارات التي تمكنه من استخدام وسائله لإدارة البيئة والحرص على حماية البيئة والالتزام بالتشريعات البيئية لصالحه وصالح المجتمع.

ويتضح من استعراض الإطار النظري للسلوك الاستهلاكي للطفل والوعي البيئي للأُم وجود علاقة كبيرة بينهما، فالسلوك التعاملي للوالدين بصفة عامة وللأم بصفة خاصة، يعتبر الوسيلة التي يشبع بها الطفل حاجاته، وفي ذلك الاهتمام بالنمو الخلفي لدى الطفل واكسابه معايير اجتماعية ايجابية وتعديل السلوكات السلبية فيما يتعلق بسلوكه الاستهلاكي، كما تؤكد الأدبيات التربوية وجود علاقة ايجابية بين السلوك الاستهلاكي للطفل والسلوك الاستهلاكي للام؛ فالأم عامل رئيس في غرس القيم والاتجاهات الاستهلاكية المتعلقة بعمليات الشراء والاقتناء. وكلما زاد وعي الأم البيئي ومعرفتها الواعية بعمليات الاستهلاك والشراء كلما زادت المهارات المعرفية الاستهلاكية للطفل التي من شأنها لفت نظر الطفل لضرورة فحص المنتج الشرائي.

واستناداً لما سبق؛ ولما حظي هذا الموضوع من اهتمام فقد أجريت العديد من الدراسات السابقة التي تناولت سلوك الطفل الاستهلاكي أو الوعي البيئي للأم، وفيما يلي استعراض لأهمها مرتبة تنازلياً من الأحدث للأقدم.

هدفت دراسة مشعل (2022) قياس مدى وعي ربات الأسر بالمسؤولية البيئية بجوانبه الثلاث (المعرفي الوجداني السلوكي) وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي الاخضر. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام عدة ادوات منها: استبانة الوعي بالمسؤولية البيئية للام، واستبانة السلوك الاستهلاكي الاخضر للام. واشتملت العينة (290) ربة أسرة من محافظة المنوفية بمصر. وظهرت النتائج ان مستوى الوعي بالمسؤولية البيئية لدى الام كانت متوسطة، كما جاء مستوى السلوك الاستهلاكي الاخضر بدرجة متوسطة.

وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين وعي ربات الأسر بالمسؤولية البيئية والسلوك الاستهلاكي الأخضر.

وهدفت دراسة زبير (2022) تعرف مستوى الوعي البيئي لدى الأمهات بالجزائر. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، ولغايات تحقيق أهداف الدراسة تم إعداد استبانة للوعي البيئي مكونة من (25) فقرة، وجرى توزيعها على عينة بلغت (141) أم. وأظهرت النتائج ان مستوى الوعي البيئي لدى الأمهات بالجزائر جاء بدرجة كبيرة. كما أظهرت توفرهن على مستوى كبير من القيم البيئية الايجابية.

وهدفت دراسة ساراموفا (Sramova, 2022) إلى معرفة عوامل التنشئة الاجتماعية الرئيسية للتنشئة الاجتماعية الاستهلاكية للأطفال في فترة التطور (من ٢ إلى ٧ سنوات) وكذلك كيف تنعكس هذه العوامل في سلوك المستهلك، واكتشاف كيف يفهم الأطفال في هذا العمر الإعلان؛ وما الذي يؤثر عليهم في اختيار المنتجات؛ ومستوى التنشئة الاجتماعية الاقتصادية الخاصة بهم؛ والاستراتيجيات المؤثرة التي يستخدمونها على الآباء من أجل الحصول على منتجات علامات تجارية معينة؛ والأنشطة العائلية والطقوس اليومية وطقوس التسوق وما إلى ذلك. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وتكونت عينة الدراسة من ٤٥ طفلاً (٢٦ فتاة و ١٩ أولاد) وأولياء أمورهم (45) يعيشون في سلوفاكيا، وتم جمع البيانات من خلال استخدام تصميم البحث النوعي، وتم استخدام المقابلة شبه المنظمة مع كل مشارك كأسلوب دراسة، أجريت مقابلة شبه منظمة مع طفل ومقابلة شبه منظمة مع أحد الوالدين. وتوصلت الدراسة إلى أهمية معرفة عوامل التنشئة الاجتماعية الرئيسية التي تلعب دوراً مهماً في التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية والاقتصادية، وكانت هذه العوامل - الموضوعات الرئيسية - (الوالدين والأشقاء، وسائل الإعلام، المحلات التجارية)، بصرف النظر عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية هذه. وكشفت النتائج أيضاً عن المتاجر كعامل مهم آخر للتنشئة الاجتماعية، إنها أماكن توفر المتعة والاسترخاء على طول التسوق.

وأجرت البلتاجي (2022) دراسة هدفت تعرف متطلبات تفعيل دور الروضة في تنمية ثقافة ترشيد السلوك الاستهلاكي للطفل. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، تكونت عينة الدراسة من (111) معلمة من معلمات الروضة في مصر. استخدمت الدراسة استبانة مكونة من (28) فقرة. وأظهرت النتائج ان درجة تقديرات معلمات الروضة لدورهن في متطلبات تفعيل دور الروضة في تنمية ثقافة ترشيد السلوك الاستهلاكي للطفل مرتفعة. وتمثلت اهم المتطلبات في الآتي: ترشيد استهلاك صرف النقود، ترشيد استهلاك الورق، ترشيد استهلاك الطاقة، ترشيد استهلاك الوقت.

وهدفت دراسة علي (Ali, 2020) التعرف على العوامل المؤثرة على الاطفال عند طلب المنتجات وما هي الاستراتيجيات التي يستخدمونها لجعل والديهم يستجيبون لطلباتهم. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (164) من الآباء والأمهات المستجيبين من جميع انحاء العالم، إذ تم استخدام استبيان الكتروني. وتوصلت الدراسة إلى أن السلوك الشرائي للأسرة يؤثر على سلوك الاطفال الشرائي. كما أظهرت النتائج أن استراتيجيات العدوانية والاقناع والعقلانية والمعرفية تؤثر بشكل ايجابي على سلوك شراء الوالدين، وأن الأطفال الأكبر سناً لها تأثير أكبر على سلوك الوالدين الاستهلاكي الشرائي.

وأجرت علوان (2019) دراسة هدفت إلى تعرف مدى فعالية العروض المسرحية الالكترونية في تحسين السلوك الاستهلاكي للطفل من خلال توظيفها لتحسين ترشيد سلوك الطعام والماء والكهرباء ولكي يتم تحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج التجريبي على عينة قوامها (20) مفردة من الأطفال وطبقت الباحثة مجموعة من الأدوات منها مقياس السلوك الاستهلاكي والبرنامج المعد من قبل الباحثة للتطبيق على عينه الدراسة وأسفرت عن مجموعة من النتائج أهمها: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على التطبيق القبلي لمقياس السلوك الاستهلاكي وأبعاده المختلفة ومتوسطات درجاتهم على التطبيق البعدي لصالح التطبيق البعدي، بالإضافة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على التطبيق البعدي لمقياس السلوك الاستهلاكي وأبعاده المختلفة وفقاً للنوع (ذكور- إناث) لصالح الذكور.

وأجرت الفضلي (2017) دراسة هدفت إلى قياس فاعلية برنامج قائم على الأنشطة التعاونية في تنمية بعض انماط السلوك الاستهلاكي لاطفال الروضة بدولة الكويت. اتبعت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وبلغ

عدد العينة (30) طفلاً وطفلة جرى توزيعهم لمجموعتين ضابطة وتجريبية. وتم اعداد بطاقة ملاحظة لسلوك الاطفال الاستهلاكي. وأظهرت النتائج وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات المجموعتين على بطاقة ملاحظة السلوك الاستهلاكي نتيجة البرنامج القائم على الانشطة التعاونية لصالح اطفال المجموعة التجريبية.

وهدفت دراسة **رودر وجون** (Roedder & John, 2017) تعرف دور التنشئة الاجتماعية في نمو الاطفال كمستهلكين. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، تكونت عينة الدراسة من (118) أم من امهات الأطفال ذوي الاعمار (4-6) سنوات في الولايات المتحدة الامريكية. واستخدمت الدراسة استبانة مكونة من (31) فقرة. وأظهرت النتائج ان تقديرات الامهات لدور التنشئة الاجتماعية في نمو الاطفال كمستهلكين جاءت بدرجة كبيرة. وأن الاطفال يتاثرون بالاقران في انماطهم السلوكية الاستهلاكية والقرارات الشرائية.

وهدفت دراسة **واصف ونجم** (2014) بيان أثر برنامج مقترح في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة وأثره على سلوكه الاستهلاكي. اتبعت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وتمثلت عينة الدراسة من (20) طفل وطفلة جرى توزيعهم لمجموعتين ضابطة وتجريبية. ولغايات الدراسة تم إعداد قائمة بقيم ترشيد الاستهلاك، وبرنامج لتنمية قيم ترشيد الاستهلاك، وبطاقة ملاحظة السلوك الاستهلاكي لطفل الروضة. وأظهرت النتائج تأثر أطفال المجموعة التجريبية بالبرنامج الذي ساهم في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لديهم. وأجرت **طمليه** (2012) دراسة هدفت التعرف إلى العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل الاردني. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، تكونت العينة من (500) طفل من عمر (10-16) سنة في مجموعة من المدارس الاردنية. ولغايات تحقيق هدف الدراسة تم استخدام استبانة مكونة من (33) فقرة. وأظهرت النتائج أن عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل الاردني تتأثر بمجموعة من وكلاء التنشئة منهم: الاسرة والاقران والاعلان التجاري على القنوات التلفزيونية، في حين لا يؤثر نجوم الرياضة والفن على عملية التنشئة الاستهلاكية.

وأجرت **سعيد وابراهيم** (2012) دراسة هدفت إلى تعرف دور الأم والسلوك الاستهلاكي للعب والالعاب واثره على النضج الاجتماعي للاطفال. اشتملت العينة على (120) أم تم اختيارهن بصورة قصدية من مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية من ذوي الاطفال في المرحلة العمري (9-12). واشتملت ادوات البحث على استبانة تناولت وعي الام وسلوكها الاستهلاكي ومشاركتها لعب والالعاب اطفالها، وقائمة السلوك الاجتماعي للطفل. وأظهرت النتائج وجود فروق دالة احصائياً بين دور الام ممثلاً في اجمالي وعي الام باهمية اللعب للطفل وسلوكها الاستهلاكي لاختيار وشراء وتوفير العاب الطفل وتنشئته الاستهلاكية للعبة والعابه، ومشاركتها اللعب معه باختلاف بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية. ووجود علاقة ارتباطية بين دور الام من حيث وعيها الاستهلاكي ومشاركتها اللعب معه وسلوكها الاجتماعي الدال على نضجها الاجتماعي.

وأجرت **سريف** (Srief, 2012) دراسة هدفت الى معرفة درجة الوعي والاهتمامات البيئية لدى عينة من أطفال الروضة في الولايات المتحدة الأمريكية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وبلغت عينة الدراسة (200) طفل من سن (10-12) سنة. واستخدمت الدراسة بطاقة ملاحظة. واطهرت النتائج أن أغلبية الأطفال على اختلاف ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية اعربوا عن مشاعر الخوف والحزن واقع المشاكل البيئية المحلية والعالمية فضلاً عن وعيهم بالتنبؤات والرؤى المستقبلية حول مستقبل كوكب الارض.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

أتاحت ثورة الاتصالات الحالية وتعدد وسائل الاتصال المتطورة والمتاحة للطفل فرصة الانفتاح والاطلاع بسهولة وبسرعة على كل ما يدور في العالم من مختلف النواحي الاقتصادية والتسويقية والترفيهية وغيرها، بشكل يؤثر على عمليات تنشئته الاستهلاكية. وبالنظر إلى أن المعايير الاخلاقية التي تأتي في مقدمتها القيم الاقتصادية البسيطة تتشكل وتكتسب في المراحل الأولى من حياة الطفل، فينشأ وقد تولدت لديه اتجاهات نحو ترشيد الاستهلاك والادخار وحب العمل؛ فقد لاحظت الباحثة من خلال عملها في الميدان التربوي ومن خبرتها كربة أسرة أن هناك تراجعاً في التركيز على قيم السلوك الاستهلاكي لدى الأطفال.

وهذا ما تؤكدته نتائج دراسة هايتا (Hayta, 2019) التي تؤكد على تطبيق الاطفال لسلوك الاستهلاك المتمثل في البيع والشراء بطرق متعددة في سن مبكرة. ودراسة فالكينبيرج (Valkenburg, 2020) التي توصلت نتائجها الى أن الأطفال الصغار في سن الروضة يظهرون سلوكيات استهلاكية تشبه الكبار، كما أن السلوك الاستهلاكي للاطفال يلعب دوراً هاماً في تشكيل أنماط الاستهلاك للأسرة. ونظراً لارتباط السلوك الاستهلاكي للاطفال بوعي الامهات البيئي وقدرتهن على غرس قيم السلوك الاستهلاكي الواع لاطفالهن من خلال قراراتهن الشرائية الواعية، وجمعها المعلومات حول الخصائص البيئية للمنتجات والالعاب والملابس والمقتنيات لافراد اسرتها. من هنا جاءت هذه الدراسة لتعرف السلوك الاستهلاكي لطفل الروضة وعلاقته بالوعي البيئي لدى الأمهات من وجهة نظرهن. وحاولت الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- 1- ما مستوى السلوك الاستهلاكي للأطفال من وجهة نظر أمهاتهم؟
- 2- ما مستوى الوعي البيئي للأمهات من وجهة نظرهن؟
- 3- هل هناك علاقة ارتباطية بين مستوى السلوك الاستهلاكي للاطفال ومستوى الوعي البيئي للامهات؟

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى السلوك الاستهلاكي للاطفال، ومستوى الوعي البيئي للأمهات، وإيجاد العلاقة الارتباطية بين مستوى السلوك الاستهلاكي للاطفال ومستوى الوعي البيئي للامهات. أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية الدراسة في جانبين هما:
- الأهمية النظرية: وتتمثل في الآتي:
- 1- ترتبط هذه الدراسة بمرحلة تربوية هامة (مرحلة رياض الأطفال) ففيها تنمو قابلية الفرد وتتشكل صفاته الأولى، وتحدد الاسس الاولى وقيمه وخاصة السلوك الاستهلاكي.
- 2- أهمية الدور الذي تقوم به الامهات في إعداد الأطفال وتعزيز سلوكيات الاستهلاك الواعي.
- 3- تحديد السلوكيات الاستهلاكية التي تتناسب والأطفال في هذه المرحلة العمرية.
- 4- تحديد مستويات الوعي البيئي لدى الامهات لما له من أهمية في غرس انماط السلوكيات الاستهلاكية لدى الاطفال.

الأهمية العملية: وتتمثل في الآتي:

- 1- العمل على زيادة وعي الأطفال بأنماط سلوكهم الاستهلاكي.
- 2- تقييد المتخصصين بتطوير مناهج رياض الأطفال في التركيز على أساليب وطرائق تنمية السلوك الاستهلاكي لدى الطفل.
- 3- قد يفتح البحث الحالي المجال لدراسات وبحوث لاحقة مرتبطة به من حيث الموضوع والمتغيرات المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي.
- 4- يعتبر هذا البحث اضافة جديدة لنوعية هذه البحوث في مجتمع المملكة العربية السعودية والتي تعد دراسات قليلة حسب علم الباحثة.

حدود الدراسة ومحدداتها:

تمثلت حدود الدراسة ومحدداتها بالآتي:

- الحدود البشرية: اقتصر تطبيق هذه الدراسة على الأمهات السعوديات في مدينة الرياض.
- الحدود المكانيّة: تم تطبيق الدراسة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانيّة: تم تطبيق الدراسة في الفصل الدراسي الأول 2023/2022.
- الحدود الموضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية للدراسة بأداتي الدراسة والتي تم تنفيذهما إلكترونياً، وما تتمتع به الأداتين من خصائص سيكومترية.

المصطلحات والتعريفات الإجرائية:

تناولت الدراسة الحالية المصطلحات والتعريفات التالية:

- **السلوك الاستهلاكي:** مجموعة الافعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد بهدف حصوله على مختلف السلع والخدمات او عند استخدامه الموارد المتاحة له (واصف ونجم، 2014). وتعرفه الباحثة إجرائياً: انماط السلوك الاستهلاكي لدى طفل الروضة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة بالسلوكيات الاستهلاكية بشراء الملابس والالعاب والطعام والتي تم قياسها من خلال استجابة الأمهات على المقياس المعد لاغراض هذه الدراسة.
- **طفل الروضة:** هم الأطفال الملتحقون برياض الأطفال والذين تتراوح أعمارهم بين (4-6) سنوات، وتعد هذه المدة هي مدة المرونة والقابلية للتعلم واكتساب المهارات وتطويرها. وتعرف الباحثة أطفال الروضة إجرائياً بأنهم الصغار الذين تتراوح أعمارهم بين (4-6) سنوات والذين كانوا ملتحقين برياض الأطفال في فترة تطبيق الدراسة.
- **الوعي البيئي:** اكتساب معلومات لفهم العلاقة المتبادلة بين الانسان وبيئته الكلية، وهو عملية عقلية يمارسها الانسان في حياته اليومية تتفاعل فيها الجوانب الشخصية والاجتماعية للانسان (زبير، 2022). وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه: الإدراك الواعي للأمهات في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية للتعامل بايجابية في جميع جوانب التلوث البيئي ويشمل الوعي الغذائي، والوعي البيئي في مجال الملابس، والوعي البيئي في السكن. والتي تم قياسها من خلال استجابة الأمهات على المقياس المعد لاغراض هذه الدراسة.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي بخطواته العلمية لتماشيه وتناسبه مع طبيعة هذا البحث وملاءمته لأهدافه حيث أنه الأسلوب المناسب لطبيعة هذه الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع الأمهات في مدينة الرياض والبالغ عددهن (14253) أم. وفقاً للتعداد السكاني للعام 1444/1445هـ.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على طريقة العينة العشوائية الطبقية، حيث تم اختيار عينة مكونة من (190) أم، وهذا يتفق مع النسب المعتمدة للعينة العشوائية الطبقية.

أداتا الدراسة :

نظراً لطبيعة الدراسة من حيث أهدافها ومنهجها ومجتمعها، فقد استخدمت الباحثة مقياسين لتحقيق أهداف الدراسة بعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة والمراجع ذات العلاقة بالموضوع ومنها دراسة مشعل (2022) والفضلي (2017)، وفيما وصف لبناء المقياسين والتحقق من صدقها وثباتها.

مقياس السلوك الاستهلاكي للطفل:

هدف مقياس السلوك الاستهلاكي للطفل إلى قياس مستوى السلوك الاستهلاكي للطفل من وجهة نظر الأم؛ وتكون مقياس السلوك الاستهلاكي من (26) فقرة، تناولت السلوك الاستهلاكي للطفل في مجال اقتناء الالعاب والدمى، والملابس، والطعام.

مقياس الوعي البيئي للأم:

هدف مقياس الوعي البيئي إلى قياس مستوى الوعي البيئي للأم من وجهة نظرها؛ وتكون مقياس الوعي البيئي من (18) فقرة، تناولت الوعي البيئي الغذائي، والوعي البيئي في مجال الملابس، والوعي البيئي في السكن.

ولتسهيل تفسير النتائج استخدمت الباحثة الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود المقياسين. حيث تم إعطاء وزن للبدائل: (موافق بشدة =5، موافق =4، محايد =3، غير موافق =2، غير موافق بشدة =1) وجرى تقسيم استجابات أفراد عينة الدراسة من الامهات إلى ثلاثة مستويات: مرتفع، متوسط، منخفض.

وذلك بتقسيم مدى الأعداد من 1-5 في ثلاث فئات للحصول على مدى كل مستوى أي $1.33 = 5-1$ و عليه تكون المستويات كالآتي: درجة منخفضة من الاستجابة من (1-2.33)، ودرجة متوسطة من الاستجابة من (2.34-3.67)، ودرجة مرتفعة من الاستجابة من (3.68-5).

صدق المقياسين :

للتأكد من الصدق الظاهري للمقياسين قامت الباحثة بعرضهما بصورتها الأولية على (9) محكمين من ذوي الاختصاص والخبراء في مجال الطفولة المبكرة، وذلك للحكم على درجة ملاءمة الفقرات من حيث صلاحية الفقرات وانتمائها للموضوع المراد قياسه، واقترح أي تعديلات يرونها، وقد أجريت التعديلات بناءً على آراء المحكمين. وبعد استرجاع الاستجابات ومراجعة آراء المحكمين، تم اختيار الفقرات التي أجمع المحكمون على مناسبتها، وتم تعديل صياغة بعض الفقرات التي أجمع المحكمون على إجراء تعديلات عليها وبنسبة 80%. وخلصت هذه المرحلة إلى تعديل ما يلي: تم تعديل مجموعة من الفقرات من حيث الإضافة والحذف، بعد أن أشار المحكمين إلى ضرورة إضافتها أو حذف بعضها أو التعديل. تم التصويب اللغوي لبعض الفقرات. وأصبح مقياس السلوك الاستهلاكي مكوناً من (26) فقرة. ومقياس الوعي البيئي مكوناً من (18) فقرة.

ثبات المقياسين:

قامت الباحثة باستخدام طريقة الاتساق الداخلي والتي تصنف أحياناً ضمن الطرائق المتبعة في دراسة الصدق، حيث طبقت الباحثة المقياسين على عينة مؤلفة من (20) أم من خارج عينة الدراسة ومن ثم تم إعادة تطبيق المقياسين على ذات العينة بعد مرور أسبوعين واستخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون في حساب معامل الثبات حيث بلغ لمقياس السلوك الاستهلاكي (0.90). في حين بلغ لمقياس الوعي البيئي (0.89).

خطوات تطبيق الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باتباع الخطوات الآتية:

- الاطلاع على الأدبيات السابقة في موضوع مشكلة الدراسة.
- إعداد المقياسين من خلال الاطلاع على الأدب السابق والدراسات ذات الصلة.
- التحقق من صدق وثبات المقياسين.
- قامت الباحثة بتوزيع المقياسين على أفراد العينة من الامهات إلكترونياً.
- تفرغ البيانات بعد جمعها وإجراء التحليلات الإحصائية المناسبة.
- مناقشة النتائج والتوصل إلى الاستنتاجات والتوصيات المناسبة.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها تم استخدام المقاييس الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية: لحساب متوسط درجات استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المقياسين. والانحرافات المعيارية: للتعرف على مدى تشتت درجات استجابات أفراد عينة الدراسة عن متوسطات استجاباتهم. ومعامل ارتباط بيرسون للعلاقة الارتباطية بين مستوى السلوك الاستهلاكي للطفل ومستوى الوعي البيئي للأم.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

نتائج السؤال الأول ومناقشته ونص على: ما مستوى السلوك الاستهلاكي للأطفال من وجهة نظر أمهاتهم؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة من الامهات على كل فقرة من فقرات المقياس. كما يظهر في الجدول (1).

جدول (1) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لاستجابات أفراد الدراسة حول مستوى السلوك الاستهلاكي للأطفال من وجهة نظر أمهاتهم مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	9	أراعي ان تكون المبالغ المعطاه لطفلي مناسبة لعمره	3.99	0.59	عالية
2	4	احاول مناقشة ميزانية الاسرة امام طفلي	3.96	0.79	عالية
3	11	يحفظ طفلي بجزء من مصروفه للادخار	3.95	0.70	عالية
4	14	يختار طفلي الانسب له من حيث السعر عندما يشتري ألعابه	3.94	0.67	عالية
5	8	احاول تدريب طفلي على الاستهلاك المتزن	3.93	0.65	عالية
6	6	يتاثر طفلي في استهلاكه بالاقتران	3.91	0.63	عالية
7	7	يتاثر طفلي في استهلاكه لاقتناء الالعاب والملابس بالاعلانات والدعايات	3.90	0.67	عالية
8	1	يهتم طفلي بالشراء حسب النقود التي معه	3.89	0.81	عالية
9	10	يتابع طفلي الدعايات والاعلانات للتعرف على السلع الجديدة في السوق	3.88	0.73	عالية
10	12	يحاول طفلي اختيار المنتج الجيد	3.85	0.75	عالية
11	2	اشجع طفلي على الذهاب للمتجر للشراء بنفسه لتنمية قوة الشخصية لديه	3.84	0.81	عالية
12	13	يحاول طفلي الموازنة بين السلعة والسعر	3.83	0.76	عالية
13	3	اشجع طفلي على اختيار هدايا الاعياد والمناسبات	3.81	0.93	عالية
14	25	يحب طفلي الوجبات السريعة ذات العلامة التجارية	3.79	0.65	عالية
15	24	يحاول طفلي شراء الملابس الارخص ثمنا	3.78	0.63	عالية
16	20	يفضل طفلي منتجات الالعاب والدمى	3.77	0.67	عالية
17	21	يتاثر طفلي بالشخصيات في الدعايات والاعلانات	3.76	0.81	عالية
18	22	يحاول طفلي مشاورتي قبل الشراء	3.74	0.73	عالية
19	23	يحاول طفلي شراء الالعاب الاكبر حجما	3.73	0.85	عالية
20	15	يعرف طفلي اختيار الملابس الجيدة	3.72	0.75	عالية
21	16	يتعلق طفلي بشراء المنتجات ذات العلامة التجارية	3.71	0.81	عالية
22	18	يهتم طفلي بالدعايات للمقارنة بين السلع المعلن عنها	3.69	0.93	عالية
23	19	يهتم طفلي كثيرا بأماكن الحصول على المنتجات	3.68	0.67	عالية
24	5	ادفع مبالغ كبيرة لمشتريات طفلي من الالعاب والملابس	3.65	0.87	متوسطة
25	26	يكثر طفلي من شراء المشروبات والعصائر ذات العلامة التجارية	3.62	0.74	متوسطة

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
26	17	يبحث طفلي عن المنتجات التي تظهر في الاعلانات دون الاهتمام بالسعر والجودة	3.60	0.91	متوسطة
					الدرجة الكلية
			3.78	0.73	عالية

ويبين الجدول (1) أن المتوسطات الحسابية لفقرات مقياس السلوك الاستهلاكي للطفل من وجهة نظر الأمهات قد تراوحت ما بين (3.60-3.99)، حيث جاءت تقديرات أفراد الدراسة عالية في جميع الفقرات، لاستثناء ثلاث فقرات جاءت تقديراتها متوسطة. وجاءت الفقرة رقم (9) ونصها " اراعي ان تكون المبالغ المعطاه لطفلي مناسبة لعمره" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.99)، بينما جاءت الفقرة رقم (4) ونصها " احاول مناقشة ميزانية الاسرة امام طفلي " بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (3.96)، بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة (17) ونصها " يبحث طفلي عن المنتجات التي تظهر في الاعلانات دون الاهتمام بالسعر والجودة" وبمتوسط حسابي بلغ (3.60).

وقد يعزى السبب في ذلك من وجهة نظر الباحثة لعدة عوامل منها: دور وسائل الاعلام والدعايات، حيث أن الإعلان عن السلع الاستهلاكية أصبح يغزو كل بيت بعدة طرق سواء عبر التلفاز أو الراديو أو مواقع التواصل الاجتماعي أو حتى من خلال الهواتف الجواله والمجلات والجراند وإعلانات الشوارع والطرق، لأن الإعلانات هي الوسيلة التي تستخدمها الشركات لتسويق منتجاتها، لذا فهي تستخدم كافة الوسائل المبهرة لتصل للطفل المستهدف بسرعة وبالتالي تحقق أرباحاً كبيرة دون النظر لتأثير هذه الإعلانات على سلوك المستهلك وخاصة من الأطفال.

وقد يرجع السبب في ذلك كذلك للاستراتيجيات التي تتبعها وسائل الاعلام والدعايات في التأثير على السلوك الاستهلاكي للطفل، فهي تستخدم للترويج عن السلع والالعاب والدمى والملابس وغيرها من خلال ألوان وموسيقى وإضاءة بشكل مبهر مليء بالحركة والتشويق. كما تتضمن الترويج لماركات وسلع استهلاكية بهدف تحقيق الربح.

كما قد يعود لقناعة الأم بأهمية تدريب الطفل على ترشيد الاستهلاك بطريقة رشيدة وواعية وصحيحة كالمحافظة على الممتلكات العامة والخاصة، ومساعدة الآخرين وإكسابه خبرات عملية البيع والشراء والتعامل في الشؤون الاقتصادية وحب العمل والانتاج؛ يساعده على تحمل المسؤولية، ورفع مستوى الوعي بالسلوك الاستهلاكي.

وترى الباحثة أن تركز في توجيه سلوك طفلها الاستهلاكي على أهمية تعلم المفاهيم الاقتصادية كونها من بين المعرفة التي يحتاجها الطفل في العصر الحديث والتي تتناسب مع المتطلبات الحياتية فهي تساعد الطفل علي صناعة إتخاذ القرار وحل المشكلات المختلفة؛ بالإضافة إلى إكسابه القدرة علي الحكم السليم. الأمر الذي يؤدي بالأم إلى محاولة رفع مستوى سلوك ووعي طفلها الاستهلاكي وتوجيهه نحو الاستهلاك الايجابي دوماً.

وكذلك تعتقد الباحثة أن الأمهات لديهن اعتقاد بأن السلوك الاستهلاكي له آثار جانبية على الطفل وبخاصة في الحالة النفسية؛ إذ إن عدم تحقيق التوازن النفسي للطفل الأمر الذي يؤدي به إلي إدمان التسوق والاقتناء، فمن خلال الدعاية للسلع ولدت لدى الطفل الرغبة في اقتناء السلع التي يحتاجونها والتي لا يحتاجونها، من خلال الترويج إ علاميا للتسوق الاستهلاكي وكذلك التسوق الإلكتروني الذي شكل أزمة نفسية عند الطفل تمثلت في إهدار الأوقات والأموال في التسوق وأيضا التشوق إلي رؤية كل جديد.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج رودر وجون (Roedder & John, 2017) التي ظهرت ان تقديرات الامهات لدور التنشئة الاجتماعية في نمو الاطفال كمستهلكين جاءت بدرجة كبيرة. وأن الاطفال يثأثرون بالاقران في انماطهم السلوكية الاستهلاكية والقرارات الشرائية.

وتتفق كذلك مع نتائج دراسة سعيد و ابراهيم (2012) التي أظهرت وجود فروق دالة احصائياً بين دور الام ممثلاً في اجمالي ووعي الام باهمية اللعب للطفل وسلوكها الاستهلاكي لاختيار وشراء وتوفير

العاب الطفل وتنشئته الاستهلاكية للعبة والعبه، ومشاركتها اللعب معه باختلاف بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية. ووجود علاقة ارتباطية بين دور الام من حيث وعيها الاستهلاكي ومشاركتها اللعب معه وسلوكه الاجتماعي الدال على نضجه الاجتماعي. كما تتفق مع ما ورد في الأدب النظري إذ أكد (Moore-Shay & Lutz, 2014) على العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للطفل ومنها العوامل الداخلية السيكولوجية المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي للطفل في حد ذاته، فهي تعمل على صياغة السلوك الاستهلاكي بشكل معين ومنفرد، كما تعمل هذه العوامل على دفعهم للقيام بمواقف وأنماط سلوكية مختلفة ومحددة

نتائج السؤال الثاني ومناقشته ونص على: ما مستوى الوعي البيئي للأمهات من وجهة نظرهن؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة من الامهات على كل فقرة من فقرات المقياس. كما يظهر في الجدول (2).

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة من الامهات حول مستوى الوعي البيئي للأمهات من وجهة نظرهن مرتبة تنازلياً

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
1	15	احرص على اختيار الستائر من خامات طبيعية	3.91	0.93	عالية
2	18	اختر المفروشات على اساس الجودة البيئية	3.90	1.06	عالية
3	14	اهتم بنظافة المفروشات المنزلية	3.88	1.00	عالية
4	16	احرص على اختيار المنظفات الطبيعية في تنظيف المنزل	3.85	1.00	عالية
5	17	اختر اقمشة التنجيد من خامات طبيعية ثابتة اللون	3.84	1.00	عالية
6	10	اهتم بقراءة التعليمات المعلقة بالملابس	3.83	1.01	عالية
7	11	احرص على طرق اختيار الاحذية من خامات طبيعية الصنع	3.82	0.97	عالية
8	12	احرص على اختيار ماركة منتجات التجميل	3.80	1.03	عالية
9	13	اهتم بقراءة تاريخ الصلاحية لمنتجات التجميل	3.79	1.03	عالية
10	1	أحرص على التوازن في تناول الوجبات الجاهزة	3.77	1.03	عالية
11	2	احرص على قراءة المكونات الرئيسية للعصائر والمأكولات	3.76	1.03	عالية
12	5	اعتمد احياناً على المعلبات والاطعمة النصف المطهية	3.75	1.03	عالية
13	3	احرص على معرفة المواد الحافظة المضافة	3.74	1.03	عالية
14	4	اهتم بطريقة تحضير الطعام وإعداده	3.73	1.03	عالية
15	6	اهتم بكيفية حفظ الاطعمة	3.71	1.03	عالية
16	7	اهتم بالنظافة وشكل عبوات الطعام	3.70	0.97	عالية
17	8	اهتم بخامة الملابس سواء طبيعية او صناعية	3.69	1.03	عالية
18	9	احاول اختيار الخامة الطبيعية للملابس قدر الامكان	3.68	1.00	عالية
الدرجة الكلية					عالية
			3.81	1.02	

وبين الجدول (2) ما يلي: أن المتوسطات الحسابية لفقرات مقياس الوعي البيئي للام قد تراوحت ما بين (3.68-3.91). حيث جاءت تقديرات أفراد الدراسة عالية في جميع الفقرات. وجاءت الفقرة رقم (15) ونصها " احرص على اختيار الستائر من خامات طبيعية" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.91)،

بينما جاءت الفقرة رقم (18) ونصها " اختار المفروشات على اساس الجودة البيئية" بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (3.90). بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة (9) ونصها " احاول اختيار الخامة الطبيعية للملابس قدر الامكان" وبمتوسط حسابي بلغ (3.68).

وقد يعزى السبب في ذلك لقناعة الأمهات بأهمية الوعي البيئي لديهن وانعكاسه ايجابياً على الأنماط الاستهلاكية في المنزل، فالوعي البيئي من وجهة نظرهن يعمل على تحسين نوعية حياة الإنسان. وتطوير أخلاقيات بيئية بحيث تصبح هي الرقيب على تعامله مع البيئية. وتقل دور مختلف شرائح المجتمع باتخاذ القرار للصيانة البيئية وحمايتها. ومساعدة الأفراد في اكتشاف المشاكل البيئية وايجاد الحلول المناسبة لها. وتعزيز السلوك الأيجابي لدى الافراد في التعامل مع البيئية.

كما تعتقد الباحثة أن السبب في ذلك قد يعود لوجود تصورات ايجابية لدى الامهات بضرورة العناية بتوفير المعلومات البيئية الصحيحة ، والعمل على نشرها وإيصالها بمختلف الطرق والوسائل التربوية ، والتعليمية ، والإعلامية ، والإرشادية لجميع أفراد وفئات المجتمع بشكل عام وأطفالها خصوصاً ، حتى تكون في متناول الجميع بشكل مبسط ، وصورة سهلة وميسرة، مما ينعكس على رفع مستوى السلوك الاستهلاكي لهم.

ولأهمية دور الأم في التنشئة الاجتماعية، لهذا يقع على عاتقها دور أساسي في التربية البيئية السليمة وحماية افراد الاسرة من تأثير الاضرار المحتملة من سلبيات العوامل البيئية مما يقلل من معدلات الاصابة بالامراض الصحية وحتى النفسية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة زبير (2022) التي اظهرت ان مستوى الوعي البيئي لدى الامهات بالجزائر جاء بدرجة كبيرة. كما اظهرت توفرهن على مستوى كبير من القيم البيئية الايجابية. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة مشعل (2022) التي اظهرت ان مستوى الوعي بالمسؤولية البيئية لدى الام كانت متوسطة.

نتائج السؤال الثالث ومناقشته ونص على: هل هناك علاقة ارتباطية بين مستوى السلوك الاستهلاكي للاطفال ومستوى الوعي البيئي للامهات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغير المستقل (السلوك الاستهلاكي) والمتغير التابع (الوعي البيئي) وكانت النتائج كما في الجدول رقم (3).

جدول (3) معامل ارتباط بيرسون بين السلوك الاستهلاكي للطفل والوعي البيئي للأم

المتغير	الوعي البيئي للأم
السلوك الاستهلاكي للطفل	معامل ارتباط بيرسون
	مستوى الدلالة
	عدد الاستجابات
	0.069
	0.378
	190

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.069) وبلغت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة (0.378) وبالتالي نستنتج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً، بحيث إن مستوى السلوك الاستهلاكي الايجابي للطفل يكون نتيجة لانعكاس مستوى الوعي البيئي لدى الأم.

وقد يعزى السبب في ذلك لقناعة الأمهات وتصوراتهن الايجابية بوجود انعكاسات للسلوك الاستهلاكي للطفل ومستوى وعي الامهات البيئي. فهن يعتقدن أن سلوك الاسرة الاستهلاكي، والاقران ووسائل الاعلام والدعايات كلها ترتبط بشكل مباشر في السلوك الاستهلاكي للطفل إما بشكل ايجابي أو سلبي. فكلما كانت سلوكيات الاسرة الاستهلاكية غير واعية كلما زاد مستوى السلوك الاستهلاكي غير الواعي للطفل والعكس صحيح.

وترى الباحثة أن نمط استهلاك الفرد يتوقف على مدى وعيه بأهداف وسياسة الدولة الاقتصادية، ونوعية المعلومات والعادات والاتجاهات المتأصلة لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية والحياتية، لذا فكلما كانت الأسرة السعودية تتمثل السلوكيات الاستهلاكية الرشيدة والواعية في مختلف جوانب صرفها وإنفاقها؛ فإن ذلك ينعكس

إيجابياً في التنشئة الاستهلاكية للأطفال، فيتعلم الطفل من خلال توجيه والديه وبصفة خاصة الأم المعارف والمهارات والاتجاهات لتكوين السلوك الاستهلاكي المتعلق بالشراء والاقتناء والألعاب وغيرها. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة علي (2020) (Ali, 2020) التي توصلت إلى أن السلوك الشرائي للأسرة يؤثر على سلوك الأطفال الشرائي. وتتفق نتائج هذه الدراسة أيضاً مع نتائج دراسة مشعل (2022) التي أظهرت وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين وعي ربات الأسر بالمسؤولية البيئية والسلوك الاستهلاكي الأخضر.

التوصيات والمقترحات:

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الباحثة بالآتي:

- 1- تعزيز دور الأم باستمرار في غرس السلوك الاستهلاكي لدعم ورفع مستوى السلوك الاستهلاكي للطفل.
- 2- تقديم القدوة الصالحة في مجال الأنماط الاستهلاكية الرشيدة، وضرورة مشاركة الوالدين الطفل في عمليات الشراء.
- 3- دور وسائل الإعلام والإعلان في توعية الأطفال بأهمية السلوك الاستهلاكي المتزن، وتوجيه برامج إعلامية لتوعية الأطفال بأهمية وكيفية ترشيد استهلاكهم.
- 4- تضافر الجهود المبذولة لكل المعنيين بالطفولة ومؤسساتها المجتمعية في رفع مستوى وعي الام بالاهتمام بالعاب أطفالها.
- 5- القيام بحملات إعلامية لنشر ثقافة الاستهلاك والوعي بالمسؤولية البيئية.
- 6- إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية تتناول متغيرات غير تلك الواردة في الدراسة الحالية.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- أبو النصر، رشيدة ومحفوظ، شيرين. (2014). الممارسات الإدارية لربة الاسرة ودورها في الحد من التلوث البيئي. *مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي بجامعة المنوفية*، 14(1)، 88-112.
- أبو صبري، حنان وطه، سلوى. (2014). إدراك ربة الاسرة للتلوث الداخلي وعلاقته بالتخطيط للاستهلاك في البيئة المنزلية. *مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي بجامعة المنوفية*، 15(4)، 39-67.
- الأمير، اقبال. (2012). *الوعي البيئي للمرأة في الريف والحضر*. الاسكندرية: المعهد العالي للصحة العامة.
- بدير، ايناس. (2017). اتجاهات الأمهات نحو تنمية السلوك الاستهلاكي للأبناء وأثرها على الوعي البيئي لديها. *مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي بجامعة المنوفية*، 17(4)، 121-169.
- البلتاجي، آية. (2022). متطلبات تفعيل دور الروضة في تنمية ثقافة ترشيد السلوك الاستهلاكي للطفل. *مجلة كلية التربية بجامعة المنصورة*، 120(4)، 229-258.
- الحملي، نجلاء. (2015). فاعلية برنامج ارشادي لتنمية الوعي البيئي للفتاة الجامعية. *مجلة بحوث التربية النوعية بجامعة المنصورة*، 15(2)، 426-469.
- رقبان، نعمة وساروخ، صفية. (2011). مدى وعي الامهات نحو ترشيد استهلاك ملابس الاطفال. *مجلة الاسكندرية للعلوم الزراعية*، 43(2)، 98-136.
- زبير، لفقير. (2022). مستوى الوعي البيئي لدى الامهات بالجزائر. *مجلة العلوم الزراعية*، 4(1)، 101-144.
- سعيد، سلوى و ابراهيم، عيبر. (2012). دور الأم والسلوك الاستهلاكي للعب والالعاب واثره على النضج الاجتماعي للاطفال. *مجلة بحوث التربية النوعية*، 17(2)، 436-477.
- طمليه، إلهام. (2012). العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل الاردني. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات*. 31(2)، 246-277.
- علوان، رانيا. (2019). مدى فعالية العروض المسرحية الالكترونية في تحسين السلوك الاستهلاكي للطفل من خلال توظيفها لتحسين ترشيد سلوك الطعام والماء والكهرباء. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، 13(4)، 57-91.

- الفضلي، شريفة. (2017). فاعلية برنامج قائم على الأنشطة التعاونية في تنمية بعض أنماط السلوك الاستهلاكي لاطفال الروضة بدولة الكويت. *مجلة كلية التربية بجامعة طنطا*، 66(2)، 164-201.
- كمونة، حيدر. (2009). *أهمية التربية البيئية في تحسين نوعية حياتنا في مجتمعنا المعاصر*. بغداد: مركز التخطيط الحضري والاقليمي.
- مشعل، رباب. (2022). مدى وعي ربات الأسر بالمسئولية البيئية بجوانبه الثلاث (المعرفي الوجداني السلوكي) وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي الاخضر. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*. 33(7)، 305-347.
- واصف، سوزان ونجم، امانى. (2014). أثر برنامج مقترح في تنمية قيم ترشيد الاستهلاك لطفل الروضة وأثره على سلوكه الاستهلاكي. *مجلة بحوث التربية النوعية*، 34(1)، 80-102. **المراجع العربية المترجمة إلى أجنبية:**
- Abu Al-Nasr, R. and Mahfouz, SH.. (2014). Administrative practices of the head of the household and their role in reducing environmental pollution. *Journal of Home Economics Research* at Menoufia University, 14(1), 88-112.
- Abu Sabry, H. and Taha, S. (2014). Housewife's perception of indoor pollution and its relationship to planning consumption in the home environment. *Journal of Home Economics Research* at Menoufia University, 15(4), 39-67.
- Al-Beltagy, A.. (2022). Requirements for activating the role of kindergarten in developing a culture of rationalizing child consumer behavior. *Journal of the Faculty of Education* at Mansoura University, 120(4), 229-258.
- Al-Fadhli, Sharifa. (2017). The effectiveness of a program based on cooperative activities in developing some patterns of consumer behavior for kindergarten children in the State of Kuwait. *Journal of the Faculty of Education*. Tanta University, 66(2), 164-201.
- Al-Halabi, N.. (2015). The effectiveness of a counseling program to develop environmental awareness for university girls. *Journal of Specific Education Research* at Mansoura University, 15(2), 426-469.
- Alwan, R.. (2019). The effectiveness of electronic theatrical performances in improving the child's consumption behavior by using them to improve the rationalization of food, water, and electricity behavior. *Scientific Journal of the College of Specific Education*, 13(4), 57-91.
- Badir, E.. (2017). Mothers' attitudes towards developing their children's consumer behavior and its impact on their environmental awareness. *Journal of Home Economics Research* at Menoufia University, 17(4), 121-169.
- Kammouna, H.. (2009). The importance of environmental education in improving our quality of life in our contemporary society. Baghdad: Urban and Regional Planning Center.
- Mishal, R.. (2022). The extent of household heads' awareness of environmental responsibility in its three aspects (cognitive, emotional, and behavioral)

- and its relationship to green consumer behavior. *Journal of Research in the Fields of Specific Education*, 33(7), 305-347.
- Prince, I. (2012). Environmental awareness of women in rural and urban areas. Alexandria: Higher Institute of Public Health.
- Raqban, N. and Sarukh, S.. (2011). The extent of mothers' awareness towards rationalizing the consumption of children's clothes. *Alexandria Journal of Agricultural Sciences*, 43(2), 98-136.
- Saeed, S. and Ibrahim, A. (2012). The role of the mother and the consumption behavior of toys and games and its impact on the social maturity of children. *Journal of Specific Education Research*, 17(2), 436-477.
- Tamlyah, I.. (2012). Factors affecting the consumer upbringing of the Jordanian child. *Al-Quds Open University Journal for Research and Studies*, 31(2), 246-277.
- Wassef, S. and Najm, A.. (2014). The impact of a proposed program on developing the values of rationalization of consumption for kindergarten children and its impact on his consumption behavior. *Journal of Specific Education*, 34(1), 80-102.
- Zubair, P.. (2022). The level of environmental awareness among mothers in Algeria. *Journal of Agricultural Sciences*, 4(1), 101-144.
- المراجع الاجنبية:
- Ali, D. (2020). Factors affecting children when requesting products and what strategies they use to make their parents respond to their requests. *Journal of Consumer Research*, 11(2), 898-913.
- Arnould, E. and Thompson, C. (2010). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research, *Journal of Consumer Research*, 31 (March), 868-882.
- Berger, I. (2017). The Demographics of Recycling and the structure of Environmental Behavior, *Behavior Environment and Behavior*. *The Journal of Environmental Education*, 29(4), 112-147.
- Berti, a. and Bombi, a. (2007). *The Child's construction of Economics*. Cambridge: Cambridge Press.
- Blackwell, R. Miniard, P. and Engel, J. (2010). *Consumer Behaviour*, 9th edition. Mason, OH: Southwestern, P. 14.
- Boland, W. Connell, M., & Erickson, L. (2012). Children's Response To Sales Promotions and Their Impact on Purchase Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 272-279.
- Cary, J. (2013). The Nature of Symbolic Beliefs and Environmental Behavior in Rural setting Environment and Behavior. *The Journal of Environment Education*, 25(5), 36-66.
- Cook, S. (2017). Improving student's behavior through social skills instruction. *Development review*, 4(2), 466-491.
- Danes, S. (2014). Parental Perceptions of Children's Financial Socialization. *Financial Counseling and Planning*, 5, 127-146.

- Deweese, G. (2013). Female. Headed household Impact of family structure on quarterly expenditure for clothing. *home Economics Research Journal*, 22(2), 58-77.
- Duveen, G. (2010). Review of Sonuga-Burke E.J. & Webley P. Children's savings: a study of development of economic behavior. Hove, UK: Lawrence Erlbaum Associates, *Journal of Economic Psychology*, 15(2): 375-378.
- Ewing, M. (2013). The Good News About Television: Attitudes are not Getting Worse; Tracking Public Attitudes Toward TV Advertising. *Journal of Advertising Research*, 53(1), 83-829. Doi: 10.2501/JAR-53-1-083-089
- Hamilton, K. (2009). Consumer decision making in low-income families: the case of conflict avoidance. *Journal of Consumer Behavior*, 8(5), 252-267.
- Hayta, A. (2019). Socialization of the Child as a Consumer. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 37(2), 167-184.
- Hubm G, & Lutz, R. (2013). The Typicality and Accessibility of Consumer Attitudes toward Television Advertising: Implications for the Measurement of Attitudes toward Advertising in General. *Journal of Advertising*, 42(4), 343-357.
- John, D. (2009). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research, *Journal of Consumer Research* 26, (3), 183-213.
- Keller, M., & Ruus, R. (2014). Pre-Schoolers, ,Parents and supermarkets: Co-Shopping As A Social Practice, *International Journal of consumer studies*, 38(2), 119-126.
- Kenway, J. & Bullen, E. (2011). *Consuming Children: Education, Entertainment, Advertising*, Buckingham: Open University Press, P. 3.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *A Framework for Marketing Management*. Harlow: Person Education Limited.
- Lee, B., Salmon, C. Paek. H. (2009). The effects of information sources on consumer reactions to direct-to-consumer (DTC) prescription drug advertising: A consumer socialization approach. *Journal of Advertising*, 36(1), 107-119.
- Martens, L., Sourtherton, d., and Scott, S. (2014). Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption: Towards a Theoretical and Empirical Agenda, *Journal of Consumer Culture*, 4(2): 155.
- Mittal, B., Royne, M. (2010). Consuming as a family: Modes of intergenerational influence of young adults. *Journal of Consumer Behavior*, 9(3), 239-257.
- Moore-Shay, E., & Lutz, R. J. (2014). Intergenerational Influences in the Formation of Consumer Attitudes and Beliefs about the Marketplace: Mothers and Daughters. *Advances in Consumer Research*, 15 (2), 641-467.
- Mortara, A. (2013). Techno mums' motivations toward vegetarian and vegan lifestyles. *Italian Sociological Review*, 3(3), 201-233.

- Mowen, J, & Minor, M. (2014). *Consumer behavior* (5th ed.). London: Prentice-Hall.
- O'Neill, B. (2012). Youth, money, and financial planning. *Journal of Home Economics*, Fall, 12-16.
- Roberti, G. (2014). The influence of family socialization of consumer choices of young people, A case study of female university students. *Italian Journal of Sociology of Education*, 6(3), 41-69.
- Roedder, H. & John, S. (2017). The role of socialization in children's development as consumers. *Academy of marketing science review*, 5(4), 105-153.
- Salrana, R. (2015). *The girl's education initiative in Egypt*. Amman. UNICENORO.
- Schor, J. (2008). *Born to buy: the commercialized child and the new consumer culture*. New York: Pocket Books.
- Scott, D. (2014). Environmental Attitudes and Behavior, Pennsylvania survey, Environment and Behavior. *The Journal of Environmental Education*, 25(1), 215-247.
- Selwyn, N. (2017). Doing IT for the Kids: Re-examining Children, Computers and Information Technology, *Media, Culture and Society*, 25(3), 351-378.
- Sprott, D. (2014). The Importance of a General Measure of Brand Engagement on Market Behavior. Development and Validation of a Scale. *Journal of Marketing Research*. 46(1), 92-104.
- Sramova, F. (2022). The main socialization factors of consumer socialization of children in the developmental period (from 2 to 7 years). *Journal of Consumer Marketing*. 25(1), 7-15.
- Srief, D. (2012). The degree of environmental awareness and concerns among a sample of kindergarten children in the United States of America. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1- 14.
- Valkenburg, P. (2020). *The Development of a Child into a Consumer, in Children in the Digital Age: Influences of Electronic Media on Development*, edited by S. L. Calvert, A. B. Jordan, and R. R. Cocking: 14-201.
- White, B. M. (2013). *Television Advertising and Children*, New York: Oxford University Press.
- Wilson, G., & Wood, K. (2010). The influence of children on parental purchases during supermarket shopping. *International Journal consumer Studies*, 24(4), 329-336.
- Wonsun, S. (2011). Consumer Socialization Online: Antecedents and consequences of Children's Skepticism Toward Online Advertising. *American Academy of Advertising Conference Proceedings*, 4(1), 115- 130.
- Yang, J. Mai, E., & Ben-Ur, J. (2012). Did you tell me the truth? The influence of onling community of eWOM. *International Journal of Market Research*, 54(3), 369-389.