

سيطرة طابع الحياة المادي الاستهلاكي لدى الأطفال (قراءة تحليلية)

Dominance of the Materialistic Consumer Lifestyle Among Children (An Analytical Study)

إعداد:

الباحثة/ دانه سعد صليهم العجمي، الباحثة/ فرح محمد صالح المويس، الباحثة/ نهى علي عبد الله الغامدي، الباحثة/ نجود

فارس حزام العتيبي

ماجستير الطفولة المبكرة، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم السلوك الاستهلاكي لدى الطفل وأنواعه المختلفة، وتحليل العوامل المؤثرة في تنشئة الطفل على السلوك الاستهلاكي، وبيان أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل وسبل تحقيقه، واستعراض دور الأسرة ومعلمة الروضة في تعزيز السلوك الاستهلاكي الواعي عند الطفل وتوعية الطفل بترشيد الاستهلاك، وأيضاً تسليط الضوء على الجهود التي تبذلها المملكة العربية السعودية في مجال التوعية الاستهلاكية للأطفال. وذلك من خلال المنهج الوصفي التحليلي.

تؤكد هذه الدراسة أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي للأطفال، من خلال التنشئة الاجتماعية التي تبدأ من مراحل النمو الأولي عن طريق محيطهم الذي يتألف من الآباء، والأقران، ليكونوا مستهلكين مسؤولين، يتميزون بالفهم للمنتجات، وأسعارها، وبدائلها، والبحث عن السلع الأوفر لهم، ومن ثم يأتي دور المعلمة في الروضة لإكساب الطفل القيم والمهارات المرتبطة بالترشيد الاستهلاكي والاعتزان نحو الوعي الاستهلاكي دون زيادة أو نقصان عن طريق الأنشطة المتنوعة التي تنمي لديهم التربية الاستهلاكية السليمة. وعلى ذلك نوصي بعمل دورات تدريبية لأولياء الأمور، والمعلمات في الروضة، لتنمية الوعي الاستهلاكي لديهم، ومن ثم لمساعدة أطفالهم في ذلك، كما نعول الدور المهم والكبير للمعلمة نحو التربية الاستهلاكية السليمة للأطفال عبر تصميم البرامج، والأنشطة، والألعاب التعليمية التي تحفز مفهوم الترشيد والاستهلاك عند الأطفال، وتحفيز المجتمع لعمل مبادرات تتعلق بترشيد الوعي الاستهلاكي في المجالات المختلفة، بحيث تستهدف هذه المبادرات فئة الأطفال.

الكلمات المفتاحية: سيطرة الطابع، الحياة المادية، الطابع الاستهلاكي، الأطفال.

Dominance of the Materialistic Consumer Lifestyle Among Children (An Analytical Study)

Abstract:

This study aims to understand the concept of consumer behavior in children and its various types, analyze the factors influencing child-rearing with consumer behavior, demonstrate the importance of developing consumer awareness in children and ways to achieve it, and review the role of the family and kindergarten teacher in promoting conscious consumer behavior in children and educating children about rational consumption. It also highlights the efforts made by the Kingdom of Saudi Arabia in the field of consumer awareness for children, using a descriptive and analytical approach.

This study emphasizes the importance of developing consumer awareness in children through socialization, which begins in the early stages of development through their environment, which consists of parents and peers. This helps them become responsible consumers, characterized by an understanding of products, their prices, and alternatives, and by searching for the most affordable goods. The role of the kindergarten teacher then comes to instill in children the values and skills associated with rational consumption and a balanced approach to consumer awareness, without excess or deficiency, through various activities that develop sound consumer education. Therefore, we recommend holding training courses for parents and kindergarten teachers to develop their consumer awareness and then help their children with this. We also recognize the important and significant role of teachers in promoting sound consumer education for children by designing programs, activities, and educational games that stimulate the concept of rationalization and consumption among children, and motivating society to undertake initiatives related to rationalizing consumer awareness in various fields, with these initiatives targeting children.

Keywords: Dominance of character, Material life, Consumerist nature, Children

1. المقدمة:

تُمثل قضية الاستهلاك قضية مجتمعية تهدف إلى تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية على حدٍ سواء، وتعد مرحلة الطفولة من أهم المراحل الحساسة التي يتأثر فيها الأطفال ويصبحون مستهلكين لكل ما حولهم من منتجات.

فأصبح للتقدم التكنولوجي والصناعي تأثيرًا كبيرًا، مما جعل الطفل هو المستهلك الأكبر وليس المنتج، ونتيجة لذلك بدأ الأطفال يفقدون قدرتهم على الابتكار والتخطيط السليم لاستخدام الموارد المتاحة، مما يترتب على ذلك مجتمع استهلاكي له عدة آثار سلبية، كالغش في الأسعار والمواصفات، وما لذلك من آثار سلبية على السلامة والصحة العامة مما يؤدي إلى إهدار موارد المجتمع وإعاقة تحقيق أهدافه (البرقي، 2016).

وفي هذا الصدد يجب علينا كمربين زيادة الوعي الاستهلاكي لدى الأطفال، خاصة في السنوات الأولى من عمره، وألا نستجيب لجميع رغباته، بحيث يتم تدريبه على ثقافة الترشيد الاستهلاكي وتعديل السلوكيات الاستهلاكية الخاطئة منذ الطفولة (معوض وحامد، 2022).

فتعد تنمية الوعي الاستهلاكي للطفل هي أساس لبناء شخصية واعية بالمخاطر التي من الممكن أن يتعرض لها في المستقبل، وزيادة وعيه بالتصرف بالموارد المتاحة له باعتدال، وحكمة، والحد من استهلاكه، وذلك لما قد يلحقه بأضرار ومخاطر في كل مراحل حياته (جبر، 2019).

وبناء على ذلك سوف نستعرض في هذه القضية مفهوم السلوك الاستهلاكي، أنواع السلوك الاستهلاكي، العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية، تنمية الوعي الاستهلاكي وأهميته وأهدافه والأنشطة التي تساعد على الحد من السلوك الاستهلاكي، ودور كلاً من الأسرة والمعلمة، بالإضافة لجهود المملكة العربية السعودية في تنمية الوعي الاستهلاكي.

1.1. مشكلة الدراسة:

يشهد العالم تغيرات متسارعة نتيجة التقدم التكنولوجي والتطور الصناعي، ونتج مع هذا التقدم والتطور زيادة الممارسات الاستهلاكية، خصوصاً لدى الأطفال، حيث برزت مشكلة استهلاكية تغذيها خطط التسويق الحديثة وطرق الجذب الاستهلاكي، مما يؤثر على الطفل سلباً وعلى سلوكياته ونمط حياته اليومية، مما يستدعي إلى الحاجة إلى تنمية الوعي الاستهلاكي الرشيد في مرحلة الطفولة المبكرة للطفل، حيث تؤدي الممارسات الاستهلاكية الخاطئة إلى استنزاف الموارد وغياب التخطيط الاقتصادي السليم لدى الأجيال القادمة مما ينعكس سلباً على المجتمع بأسره.

2.1. أهداف الدراسة:

انطلاقاً من أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذه القضية من خلال مجموعة من الأهداف الرئيسية، وهي:

- التعرف على مفهوم السلوك الاستهلاكي لدى الطفل وأنواعه المختلفة.
- تحليل العوامل المؤثرة في تنشئة الطفل على السلوك الاستهلاكي.
- بيان أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل وسبل تحقيقه.
- استعراض دور الأسرة في تعزيز السلوك الاستهلاكي الواعي عند الطفل.
- توضيح دور معلمة الروضة في توعية الطفل بترشيد الاستهلاك في مختلف المجالات.

- تسليط الضوء على الجهود التي تبذلها المملكة العربية السعودية في مجال التوعية الاستهلاكية للأطفال.

3.1. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول فئة الطفولة، وهي مرحلة حاسمة في تكوين الاتجاهات والقيم والسلوكيات. فتنمية الوعي الاستهلاكي منذ الصغر تُعد استثمارًا مستقبليًا يهدف إلى تكوين جيل قادر على التعامل مع الموارد بوعي ومسؤولية. كما أن هذه الدراسة تقدم نظرة شاملة على مختلف المؤثرات التي تشكل السلوك الاستهلاكي للطفل، بدءًا من الأسرة، ومرورًا بالمؤسسة التعليمية، وانتهاءً بالدور الحكومي. وهذا يعزز من التكامل في فهم المشكلة وتقديم حلول واقعية ومتكاملة. وتتمثل الإضافة العلمية للدراسة في تسليط الضوء على الدور التربوي لمعلمة الروضة في تنمية الوعي الاستهلاكي، وهو جانب لم يحظَ بكثير من التركيز في الدراسات السابقة. كما تسهم الدراسة في تقديم أنشطة عملية يمكن توظيفها في البيئة التعليمية لتدريب الأطفال على سلوكيات استهلاكية رشيدة.

بالإضافة إلى ذلك، توثق الدراسة الجهود الوطنية في المملكة العربية السعودية في مجال التوعية الاستهلاكية، مما يجعلها مرجعًا مفيدًا لصناع القرار والباحثين والمعلمين في مجال الطفولة والتنمية الاجتماعية.

4.1. منهج الدراسة:

سوف تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لطبيعة الموضوع القائم على تحليل الظواهر التربوية والاجتماعية المرتبطة بسلوك الأطفال الاستهلاكي.

2. الإطار النظري:

أولاً: تعريف السلوك الاستهلاكي:

تعددت مفاهيم السلوك الاستهلاكي وتنوعت في البحوث العربية والأجنبية، ولكنها اشتركت جميعاً في الاحتياجات، والسلع والخدمات، التي تقدم للفرد، فعرّفها هيبه (2021) بأنها "سلوكيات الفرد كمستهلك للسلع والمنتجات المختلفة، وكمنتج أحياناً لبعض هذه السلع كمحدد أساسي في الأحوال السائدة في البلاد من معدلات النمو والتضخم في الأسعار كل يوم، بما يحدد المستوى المعيشي للفرد وفق إمكانياته والتي يسعى إلى تحسينه من أجل توفير سبل الحياة" (ص12).

في حين عرّفها Gbadamosi (2018) السلوك الاستهلاكي بأنه اختيارات المستهلك بشكل فردي، أو جماعي للمشتريات، والمنتجات، والخدمات، والرغبات التي تلبي احتياجاتهم واستخدامها والتخلص منها. وهذا يتفق إلى حد ما مع Schiffman et al., (2010) حيث عرفوا السلوك الاستهلاكي بأنه الذي يظهره المستهلك أثناء البحث عن المنتجات، والخدمات، التي يتوقعون أن تلبي احتياجاتهم وشرائها واستخدامها وتقييمها والتخلص منها.

كما عرّف Schmitt et al., (2022) أن السلوك الاستهلاكي يتعلق بالنزعة السلوكية للطفل، والتي تغذيها الأفكار الاجتماعية، والبيئية، ويعبرون عنها من خلال مجموعة من الأفكار، والرغبات، والحاجات أثناء التسوق، بعلم أو من غير علم نتيجة للمعتقدات، والاتجاهات العامة التي يعيشونها في مجتمع مستهلك.

وفي الإطار نفسه، وضحت Šramová (2017) دور التنشئة الاجتماعية الاستهلاكية والاقتصادية للأطفال في فترة ما قبل المدرسة من منظور الأطفال وأولياء أمورهم، واستخدام منهج البحث النوعي لجمع البيانات، وتألفت عينة البحث من 45 طفلاً ووالديهم يعيشون في سلوفاكيا، وأظهرت نتائج البحث بأن التأثير الأكبر على التنشئة الاجتماعية للمستهلكين في حياة الأطفال كان الآباء، والأقارب المقربين، ووسائل الإعلام، كما كشفت عن دور المتاجر كعامل اجتماعي مهم في السلوك الاستهلاكي.

ومن خلال ما سبق يمكن القول: بأن سلوك الأطفال الاستهلاكي هو محط أنظار واهتمام من قبل السوق العالمي، فالطفل جزء مهم له تأثير كبير على دفع الوالدين للاستهلاك الدائم، فهو مُحاط في يومنا هذا أكثر من أي وقت مضى بالكثير من المغريات، من خلال الوسائل الإعلامية، والرسائل الوسيطة والمواقع الإلكترونية، واللوحات الإعلانية في كل مكان، كذلك علينا أن نعي بأن شعارات الشركات، ومنتجاتها تصل إلى الطفل في المدرسة على هيئة حقائب، ودفاتر، ومواقع البحث الإلكتروني، فبالنهاية هم جيل زد الذي يستخدم هذه التقنيات الحديثة لنموهم الشخصي وتعليمهم.

ثانيًا: أنواع السلوك الاستهلاكي:

أشار أبو هينة (2021) إلى ثلاثة أنواع من السلوك الاستهلاكي للخدمات، المواد، والمنتجات المختلفة، وهي كما يلي:

1. **الاستهلاك الترفي:** يوجد هذا النوع من الاستهلاك لدى الأطفال من الأسر ذوي الدخل المرتفع، الذين لديهم رصيد مادي وثقافي، ومعرفة وخبرة كبيرة بالخدمات والمنتجات من حيث قيمتها الاستخدامية، مما يميلون الأطفال هنا إلى التفاخر والمبالغة في استهلاك الخدمات والمنتجات المادية والمعنوية.
2. **الاستهلاك المعتدل:** يوجد هذا النوع من الاستهلاك لدى الأطفال من الأسر ذوي الدخل المتوسط، الذين يتميزون ببعض الخصائص كالتعليم، الدخل الثابت، والوعي الاجتماعي بقيم الاستخدام للمنتجات، مما يجعل أطفال هذه الفئة أكثر حرصًا على استهلاك كل ما هو ضروري ومفيد ومناسب.
3. **الاستهلاك التعويضي:** يوجد هذا النوع من الاستهلاك لدى الأطفال من الأسر ذوي الدخل المنخفض، الذين تتخفف مستويات أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما يعد دخلهم غير منتظم، مما يجعل الأطفال مقبلين على الاستهلاك بطريقة مبالغ فيها كلما أصبح لديهم وفرة مادية، وذلك لتعويض وإشباع النقص.

ثالثًا: العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية عند الطفل:

يتعرض الطفل إلى العديد من العوامل والمؤثرات التي تحدد وتتحكم في سلوكه وطريقته في اختيار المواد، والمنتجات، وعمليات الشراء، والاستهلاك، فأشار عزوز (2013) في دراسته أنه من أهم العوامل التي تساهم في تنشئة الطفل المستهلك هي (التقليد والمحاكاة، الدخل المادي، ووسائل الإعلام والتواصل)، فالتلفاز وما يعرضه من برامج وإعلانات شيقية، ومثيرة لانتباه واهتمام الأطفال مما يؤثر بشكل سلبي على ثقافتهم الشرائية، وتكون لديهم الرغبة الملحة في امتلاك تلك المواد بغض النظر عن تكلفتها المادية، كما ذكرت خليل (2017) في دراستها ستة عوامل مختلفة تشتمل على الصفات السائدة، والغريزية لدى الأطفال التي يتأثرون بها أثناء ممارستهم الاجتماعية، وهي ما يلي:

1. **الشخصية:** وتشتمل على الصفات، والعادات، والخصائص التي تميز الطفل عن أقرانه ومن حوله، فقد نجد أن شخصيات الأطفال الأولاد تختلف تمامًا عن البنات، وذلك يتضح من خلال ميل الأولاد إلى شراء الألعاب التي تعكس الشخصية الذكورية كالسيارات، المسدسات، الدراجات، والكرات، في حين يميلون البنات بشكل كبير إلى شراء الألعاب التي تعبر عن الإناث كالدمى والعرائس، فتساعد هذه الألعاب بكل أنواعها على تطوير وتنمية السلوك الاستهلاكي عند الطفل، وتنقسم إلى أربع فئات مختلفة:
- **ألعاب التسوق والشراء:** وهي الألعاب التي يتعلم الطفل من خلالها كيفية التسوق والشراء، وتتضمن البطاقات البنكية، عربات التسوق، المتاجر والمحلات مصغرة كمتاجر المواد الغذائية، ومحلات الحلالة.
- **ألعاب الوعي بالشركات والعلامات التجارية:** وهي الألعاب التي يتعلم الطفل ويتعرف من خلالها على الشركات، والمحلات، والعلامات التجارية المختلفة، وذلك عن طريق رؤية الألعاب التي تحمل أسماء الشركات التجارية المعروفة في السيارات والدراجات وغيرها من الألعاب.

- ألعاب المنتجات التكميلية: وهي الألعاب التي يتعلم الطفل عن طريقها استهلاك المنتجات والمواد التكميلية التي تحمل العلامات التجارية المعروفة وتستخدم غالبًا في الطهي وغيرها، والتي تُعلم كيفية تقديم الشاي والمأكولات المختلفة.
- ألعاب العمليات التجارية: وهي الألعاب التي يتعلم الطفل من خلالها العمليات التجارية والعناصر التشغيلية التي تحدث في البنوك، المتاجر، المطاعم، المصانع، ومحطات الوقود.

2. الحاجة: هي الشعور بالحرمان من شيء ضروري في الحياة، وتظهر الاحتياجات الفردية اعتمادًا على البيئة الخارجية، فعندما تعرض الإعلانات الأطعمة والمأكولات والألعاب للأطفال بطريقة جذابة تلفت انتباههم من خلال الصور والألوان، واستخدام عبارات وجمل تسهل على الأطفال تذكرها، تجعلهم يشتهون تلك المنتجات المعروضة، مما يولد الحاجة عند الأطفال، ويجعلهم يلحون ويصرخون على والديهم لامتلاكها.

3. الوسط التعليمي: تساهم البيئة التعليمية بشكل عام، والمدارس بشكل خاص إيجابًا في تنمية السلوك الاستهلاكي للطفل، فقد يبدأ الطفل في أولى مراحل التعليم باكتشاف أشياء لم يكن يعرفها من قبل، وذلك لعدم حاجته إليها خارج البيئة التعليمية، كما تشمل البيئة التعليمية على مواد، ومنتجات شرائية متوفرة بالأسواق كالأوراق، الأقلام، الألوان، الغراء، الكتب، الحقائب، والملابس.

4. الأقران: يؤثر الأقران في سلوكيات الأطفال الاستهلاكية بشكل كبير ومباشر، بل قد تكون من شروط تقبل الطفل بين أقرانه أن يستخدم نفس المنتجات التي يستخدمونها، فيعطي الأطفال أهمية كبرى لأصدقائهم، وتقليدهم في امتلاك المنتجات والأدوات.

5. الأسرة: تعد الأسرة من أهم عوامل التنشئة الاجتماعية للطفل المستهلك، فيقع العبء الأكبر، والدور الأساسي في تنمية مهارات الأطفال الأساسية على الوالدين، حيث يلعب الوالدين دورًا حيويًا في تعليم الأطفال بأنواع ووظائف المنتجات، وكيفية اختيار أفضل المنتجات وشراءها، وكل ذلك يتم من خلال اصطحابهم إلى أماكن التسوق والمتاجر المختلفة، فيلاحظ الأطفال والديهم أثناء قراءتهم للمحتويات المكتوبة على غلاف المنتج قبل الشراء، وأيضًا المناقشات والتوجيهات التي تدور بينهم أثناء عملية الشراء، فتمثل جميعها سلوكيات تشجع الأطفال، وتعلمهم على فعل ذلك عندما يستقلون في اتخاذ قراراتهم الشرائية، وخاصة إذا تكررت هذه السلوكيات على أنظار الأطفال.

6. الإعلان: تعتبر الإعلانات بمختلف أشكالها ووظائفها من المحتويات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام بشكل واضح، حيث تركز الإعلانات على السلوك الشرائي للجمهور بشكل عام، وعلى الأطفال بشكل خاص، فالأطفال سريعين الاستجابة للمثيرات التي تستخدمها وسائل الإعلام في تصميم وإعداد الإعلانات، وذلك يعود لاستخدام التقنيات الحديثة، والأساليب الفعالة لجذب انتباه الأطفال، كاختيار الجمل الموسيقية، والكلمات الإعلانية سهلة التذكر، والألوان، والحركة، التي تشبع رغبة الطفل في الترفيه والتسلية، وعلى الرغم من ذلك إلا أن هناك آثار سلبية على الطفل من الإعلانات التي تبثها بعض القنوات التلفزيونية، والتي تعمل على تشجيع القيم المادية لدى الطفل على حساب القيم الدينية، وغرس ثقافة الاستهلاك والإسراف في نفسه، كما إن الدور الذي يؤديه الطفل كعنصر من عناصر التسويق للمنتج ونوعية التأثير الذي يمارسه الطفل المتلقي، بجانب تكريس الاستهلاك كقيمة عليا، ذلك بحد ذاته يشكل خللاً في عملية تنظيم قيم الأطفال مع قيم المجتمع. بالإضافة إلى أنها تعمل على زيادة سلوك الطفل الاستهلاكي، ورغبته مما يجعله يرفض واقعه، ومن ثم يشكل صراعًا بينه وبين أسرته، ويشعره بالإحباط والحرمان، كما قد يلجأ إلى التصرف بشكل غير سوي للحصول على المال اللازم لتحقيق احتياجاته ورغبته، بالإضافة إلى تأثيرها على معارفه ومهاراته الثقافية ولغته، وتحديد أولوياته واحتياجاته.

فتؤثر الإعلانات سلبيًا على نفسية، وشخصية الأطفال، بالأخص إذا استطاعت الإعلانات من رفع سقف الطموحات لأطفال الأسر محدودي الدخل، أو في مبالغة الأسر المقتدرة على تلبية رغبات أطفالها بناء على ما شاهدوه في تلك الإعلانات، ففي كلا الحالتين هي تخلق الشعور بالإحباط والحرمان، وذلك لما تعكس هذه الإعلانات بايهام الأطفال أن السعادة لا تكون إلا بامتلاك واستهلاك منتجات الإعلان، وعلى الوالدين اللذين يحبان أطفالهما ويهتمان به يندفعان لشراء ما تعرضه الإعلانات من المنتجات المختلفة، وهذا ما يعكس كيفية ارتباط الإعلانات بالمشاعر الطفولية لدى الطفل.

وتفسيرًا لذلك جاءت دراسة رجم والعلمي (2022) التي تهدف إلى معرفة كيف يتأثر السلوك الاستهلاكي للطفل نتيجة لمشاهدة الإعلانات التلفزيونية التي تبثها قناة الأطفال سببسون تون، واستخدمت المنهج الوصفي المسحي، والاستمارة بالمقابلة، على عينة بلغ عددها (30) طفلًا وطفلة بعمر السادسة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير كبير للإعلانات على الأطفال من حيث تذكرهم للمنتجات المعلن عنها، ورغبتهم في امتلاكها وطلب الحصول عليها وشراؤها، وتلبية أغلب أولياء الأمور لطلب الشراء. وفي الإطار نفسه هدفت دراسة جباري (2020) إلى التعرف على تأثير الإعلان التلفزيوني الموجه للطفل على القرار الشرائي للأسرة، واستخدمت المنهج الوصفي، والاستبانة، على عينة بلغت (300) من أولياء أطفال مدينة المسيلة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من نتائج أهمها إن الإعلانات التلفزيونية تجذب الأطفال للرسالة وخاصة الجديد منها، مما يزيد الطلب على الشراء بالتالي يؤدي إلى زيادة الاستهلاك.

ومن الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية عند الأطفال دراسة طمليه (2013) التي تهدف إلى التعرف على العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني، واستخدمت الاستبانة أداة للدراسة، على عينة من الأطفال من عمر (10-12) سنة بلغ عددها (500) طفل، وأظهرت نتائج الدراسة أن التنشئة الاستهلاكية للطفل الأردني تتأثر بالأسرة، والأقران، والإعلان التجاري بالقنوات التلفزيونية، بينما لا يؤثر نجوم الفن والرياضة عليهم، وأوصت الدراسة بضرورة تبني المسوقين لاستراتيجية جديدة في التأثير على التنشئة الاستهلاكية على الطفل الأردني.

رابعاً: تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

يُنشئ الوعي الاستهلاكي أطفالاً قادرين على التحكم في حاجاتهم ورغباتهم، وفي تنظيم أمور حياتهم الصحية والاقتصادية، بعيداً عن جميع مظاهر التقليد، من خلال تقديم كافة المعلومات والبيانات الخاصة بمجالات المسؤولية الاجتماعية، التي تتأثر بعدد من القيم التي تحكم سلوك الأطفال في ذلك المجتمع (ميهوبي وصديقي، 2020).

وتعرّف اللحياني (2015) الوعي الاستهلاكي بأنه "إدراك الفرد لجميع حقوقه، وواجباته كمستهلك، الأمر الذي يكفل حصوله على الانتفاع بجميع السلع والخدمات الاستهلاكية إلى أقصى درجة ممكنة، ابتداءً من اختيارها، ثم شرائها واستخدامها" (ص8). فأشارت جبر (2019) أن الوعي الاستهلاكي هو توعية المستهلك بكيفية الاستهلاك السليم من خلال تزويده بالمعلومات التي تساعد على عملية الشراء بحكمة، وتعيده على التفكير السليم، والتخطيط، وتقييم أنواع السلع، ومساعدته على تحديد احتياجاته الأساسية، وتنمية اتجاهاته السليمة نحو الاستهلاك.

- أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

يعد مفهوم الوعي الاستهلاكي من المفاهيم الهامة التي لها دور فعال في الاقتصاد العالمي، لذا يجب تنمية ذلك المفهوم بمجالاته المختلفة لدى طفل الروضة، حيث إنه يُعد مستقبل الأمة، وأن غرس مفهوم الوعي الاستهلاكي في نفوس الأطفال منذ الصغر

سوف ينعكس على المجتمع بطريقة إيجابية، لما لتلك المفاهيم من فوائد عديدة في تبصير الطفل بالعديد من المشكلات، وإعطائه مقترحات تساهم في حلها، مما يخلق طفل واعياً، ومثقفاً، ومدرّك لأهمية الوعي الاستهلاكي والسلوك الاستهلاكي الصحي (العدوي، 2022).

- أهداف تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

هناك أهداف لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى طفل الروضة ذكرتها زين وصارلي (2020) على النحو التالي:

1. خلق الوعي الاستهلاكي السليم لدى الطفل المستهلك، وتحسين المهارات الضرورية لديه، والتي تتضمن مهارات قراءة، وتفسير، وفهم التقارير والمؤشرات، والإعلانات، والقوائم المالية، التي تهتم كمستهلك.
2. تبصير الطفل المستهلك بطرق غش السلع، وأساليبه، وكيفية الكشف عنها، وتكوين العادات، والاتجاهات الاستهلاكية السليمة لدى الأطفال.
3. حماية الطفل المستهلك من الإعلانات المضللة، وتزويده بالمعلومات الأساسية عن السلع المتوافرة بالأسواق، وذلك لسهولة المفاضلة، والاختيار والشراء.
4. مساعدة الطفل على فهم التكلفة الحقيقية للقرارات التي يتخذها كمستهلك، وأن يستخدم هذا المبدأ في تحليل مشاكله.

وتفسيراً لما سبق هدفت دراسة صفوت (2017) لإعداد قائمة بمفاهيم ترشيد الاستهلاك اللازم تنميتها لدى أطفال الروضة ذوي صعوبات التعلم، واستخدمت المنهج التجريبي، وتم تصميم برنامج باستخدام اللعب التمثيلي لتنمية مفاهيم ترشيد الاستهلاك، وطبقت على عينة تكونت من 10 أطفال، وأوضحت نتائج الدراسة إلى أن اللعب التمثيلي ينمي مفاهيم ترشيد الاستهلاك لدى أطفال الروضة وصعوبات تعلم.

- أنشطة تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

يمثل الاستهلاك وزن كبير من إجمالي ميزانية الأسرة، لما له التأثير المباشر على المتغيرات الاقتصادية، ولهذا يعد تنمية الوعي الاستهلاكي من موضوعات الساعة الضرورية، التي يُؤخذ بها من أجل اكساب الطفل قيم الترشيد، بتقديم الأنشطة المختلفة التي تسعى لتعزيز، ومحاربة الإسراف، والحث على التوفير في الاستهلاك.

ومن أحد الأنشطة التي تساعد على الحد من استهلاك الطفل للألعاب هو نشاط إعادة تدوير الخامات المستهلكة في البيئة، وذلك من خلال استخدام الخامات، والألعاب التالفة، والقديمة المتوفرة من حوله. فتعرف عبد الغفار (2014) مفهوم إعادة التدوير بأنه ما تبقى من الخامات نتيجة استهلاكها من قبل الأفراد، ولم تعد لها فائدة من وجهة نظر مستهلكها، ومن الممكن استغلالها ومعالجتها بطريقة جديدة، ومبتكرة، وتوظيفها في أعمال أخرى.

ومن زاوية أخرى فإن أهمية إعادة استخدام الخامات المستهلكة في البيئة تكمن في تغيير نظرة الأطفال إلى الأشياء، وصقل شخصياتهم تربوياً، وفنياً واجتماعياً. فذكر عبد النعيم (2017) أهميتها متمثلة فيما يلي:

1. الحد من الهدر للموارد، والأشياء التي بالإمكان إعادة استخدامها.
2. تنمية التفكير الابتكاري للأطفال، باستغلال القدرات الابتكارية في الخامات الملموسة بطريقة مباشرة.
3. الشعور باحترام الذات، والإنتاجية، والقدرة على الإنجاز.
4. التوعية البيئية في المراحل المبكرة من الطفولة، وتنمية اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

5. تنمية السلوك الجمالي للطفل، وإثراء خبراتهم، وتزويدهم ببعض المفاهيم، والمعلومات بطريقة غير مباشرة.
6. تحويل الطفل من فرد مستهلك إلى فرد منتج، بممارسة السلوك الاستهلاكي الرشيد من خلال إنتاج أعمال فنية بسيطة.
7. التعلم الذاتي حيث يتعلم الأطفال من خلال ممارستهم الفعلية وتجاربهم.

وفي هذا الإطار جاءت دراسة كامل وآخرون (2022) التي تهدف إلى تنمية بعض مهارات التفكير الإبداعي لدى طفل الروضة باستخدام أنشطة إعادة التدوير، واستخدمت المنهج التجريبي على عينة بلغ عددها (72)، وتوصلت النتائج إلى وجود فاعلية للبرنامج القائم على أنشطة إعادة التدوير في تنمية بعض مهارات التفكير الإبداعي لدى طفل الروضة، وأوصت الدراسة على إدراج دروس عن إعادة تدوير الأشياء المستهلكة في منهج رياض الأطفال.

خامساً: دور الأسرة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

تلعب الأسرة دوراً أساسياً، وهاماً في تكوين شخصية الطفل، وإكسابه المفاهيم، والمهارات المرتبطة بالتطورات السريعة في العصر الحالي، ومن أهم هذه المهارات هي تنمية الوعي الاستهلاكي، والتنشئة الاقتصادية الصحيحة، وذلك لما لهذه المرحلة من أهمية في تنمية جوانب شخصيته المختلفة كالاقتصادية، والسلوكية، والاقتصادية، والنفسية (جبر، 2019).

كما أشارت كلاً من آل رشود وآخرون (2018) ودراسة محمود (2021) عددًا من أدوار الأسرة لتنمية ثقافة الوعي الاستهلاكي لدى الطفل ومن أبرزها:

1. تقوية الوازع الديني للطفل، وذلك لما تعكسه على ثقافة الاعتدال في الاستهلاك.
2. التخطيط لكل ما يقوم الطفل بشرائه، وذلك لتعزيز مبدأ الترشيح الاستهلاكي.
3. تربية الطفل على مبدأ الوسطية في الإنفاق، والبعد عن الاستهلاك الهدري.
4. تعزيز ثقافة الادخار، والاستثمار لدى الطفل.
5. تنمية الوعي بالمسؤولية الفردية نحو الإنفاق.

سادساً: دور معلمة الروضة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل:

من المؤسسات التي تلعب دوراً رئيسياً في تكوين شخصية الطفل بعد الأسرة هي الروضة، حيث أن لمعلمة الروضة دور هام في توعية الطفل بالترشيح الاستهلاكي، فشخصية الطفل الاجتماعية، والاقتصادية، والسلوكية، تتشكل من عمر 3-5 سنوات. فقد ذكر معوض وحامد (2022) إن دور المعلمة في هذه المرحلة يدعم الطفل إيجابياً، كما يكسبه المهارات، والمعلومات، والقيم وذلك عبر تعاملها المباشر مع الأطفال لتأسيسهم لبقية مراحلهم العمرية، فيكمن دورها في وعي الطفل الاستهلاكي للغذاء، والكهرباء والطاقة:

- دور معلمة الروضة في توعية الطفل بترشيح استهلاك الغذاء:

إن أدوار المعلمة في ترسيخ قيمة ترشيح استهلاك الغذاء لدى الطفل عديدة، ومنها أن تقوم بتعريف الطفل على أهم مصادر الغذاء، وفائدة ترشيح استهلاكه، كذلك عليها أن تخصص لكل طفل كيساً صغيراً يضع فيه بقايا الأطعمة التي يتناولها خلال فترة تواجده بالروضة، كما تطلب المعلمة من الأهل أن يعطوا أطفالهم ما يكفيهم من الطعام دون إسراف، وحثهم على أن يكون الاستهلاك الغذائي رشيداً، حيث يمد الطفل باحتياجاته من الطاقة ويوفر له احتياجات بناء أنسجته وتعويض ما يفقده، ولكن باعتدال.

- دور معلمة الروضة في توعية الطفل بترشيد استهلاك الكهرباء والطاقة:

1. توعية الطفل لمصادر الطاقة التي يمكن أن يستفيد منها مثل، الطاقة الشمسية التي تساهم في التدفئة وتساعدنا على الرؤية.
2. ترشد الطفل إلى إطفاء المصابيح، والأجهزة عند عدم الحاجة إليها.
3. حث الطفل على عدم تشغيل أجهزة التكييف لفترات طويلة، أو عندما يكون الجو معتدلاً.

- دور معلمة الروضة في توعية الطفل بترشيد استهلاك الدخل المالي:

ذكرت البرقي (2016) أنه يمكن لمعلمة الروضة أن تنمي الوعي بالدخل المالي لدى الطفل بعدة أساليب منها:

1. تعريف الطفل بقيمة وضرورة المال، لشراء الحاجات، وجميع المستلزمات الهامة التي يستفيد منها الفرد.
2. أن تعرض المعلمة قطعاً نقدية أثناء تدريسها للمهارات الرياضية، وتوجيه الأطفال نحو كيفية إنفاق المال، وصرفها في الأشياء المفيدة الضرورية فقط.
3. أن توضح للطفل معنى الملكية الخاصة، والملكية العامة، وأن عليه الإنفاق فقط من الملكية الخاصة، واحترام الملكية العامة.
4. أن تحت المعلمة الطفل على فوائد مساعدة الأطفال الفقراء بالمال، أو الملابس، أو الأطعمة.
5. تصمم أنشطة تساعد الطفل على التعرف على بعض أسعار الأشياء الهامة لديه، وذلك بالتعاون مع الأسر، كأن تطلب من الأسرة اصطحابه إلى المتجر، وإتاحة الفرصة له لشراء بعض الأشياء البسيطة، ودفع ثمنها.
6. توجيه الطفل إلى اقتناء حصالة لجمع جزء من مصروفه بها.
7. تحضر لهم ألعاب بسيطة، وتبين لهم أن بإمكانهم الحصول على هذه الألعاب من المال الذي قاموا بتوفيره من المصروف الشخصي.

- دور معلمة الروضة في توعية الطفل بترشيد استهلاك المياه:

بعد ترشيد استهلاك المياه من المواضيع الحيوية التي تشغل الرأي العام، ولا ينبغي تجاهلها فهي مسؤولية جميع أفراد الأسرة، والمجتمع للحفاظ على الموارد الطبيعية، فقد ذكر نسيم وسبحي (2015) عددًا من الأدوار التي تقوم بها المعلمة لتنمية ثقافة ترشيد المياه لدى الطفل وأجلها بالآتي:

1. أن تقوم بتوعية الأطفال بأهمية الماء، وأنه مصدر من المصادر الطبيعية، فإذا استهلكت لن يجد الإنسان ما يشربه.
2. توضح المعلمة الفرق بين المصادر الطبيعية المتجددة، والمصادر غير المتجددة.
3. تدرب الأطفال على الطريقة الصحيحة أثناء فتح الطفل للصنبور وغلقه.
4. تدريب الأطفال على غسل اليدين بكمية مياه مناسبة بعد الحمام، وذلك لتوعيتهم لأهمية ترشيد المياه.
5. استخدام المعلمة للقصص، وذلك لبث سلوكيات ترشيد استهلاك المياه في نفس الطفل.
6. يمكن للمعلمة أن تعرض لهم فيديو يشرح للأطفال كيفية تنقية وتحلية المياه، وذلك حتى يشاهد الطفل المراحل المختلفة التي تمر بها زجاجة الماء قبل أن يشربها.

سابعاً: جهود المملكة العربية السعودية في تنمية الوعي الاستهلاكي:

تسعى المملكة العربية السعودية إلى توفير فرص مختلفة للمواطنين من أجل المساعدة في عملية بناء الذات، وتطوير المشاريع

الخاصة بهم التي تساعد في تحسين الدخل الشخصي لهم، ورفع مستوى المعيشة والمساعدة في التغلب على مشكلات البطالة، وارتفاع الأسعار بشكل فعال، فأطلقت المملكة العربية السعودية برنامج ريالي بالاشتراك مع مجموعة سدكو القابضة، ويعتبر الهدف الأساسي لهذا البرنامج هو تعزيز الوعي المالي لدى المجتمع السعودي من خلال تمكينهم لاتخاذ القرارات المالية الخاصة بهم بشكل سليم (عبدالله، 2023).

ويتبع برنامج ريالي أسلوب المناهج الدراسية، فيتكون من سلسلة من ورش العمل التفاعلية الموجه للطلاب في جميع المراحل التعليمية، ومن أهداف البرنامج توعية الأفراد الذين لا يملكون المعرفة اللازمة بالمفاهيم المالية الأساسية، حيث تم إطلاق كتيب الوعي المالي الذي يتناسب مع مختلف الفئات العمرية لمساعدتهم على كيفية إدارة شؤونهم المالية (ريالي، 2013).

كما أطلقت منصة استطلاع ضمن وزارة التجارة مشروع نظام حماية المستهلك، والذي يهدف إلى حماية المستهلك من المنتجات، والخدمات الضارة، المعيبة، المخالفة، وغير الآمنة، ونشر وتعزيز ثقافة حقوق المستهلك، وتوعية المستهلك بحقوقه وواجباته، وتشجيع ثقافة الاستهلاك المستدام (منصة استطلاع، 2023).

فأشارت وزارة التجارة (2022) إلى أن مشروع نظام حماية المستهلك يكفل حقوق المستهلك ويكون له الحق في الآتي:

1. الحماية من المخاطر التي تهدد حياته، وصحته وسلامته.
2. الحصول على المعلومات الصحيحة اللازمة لاتخاذ قراره في شأن اختيار المنتج، أو الخدمة وفقاً لاحتياجاته.
3. التوعية، والتثقيف بالآثار الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية المترتبة على اختياراته.
4. صون كرامته، والحفاظ على خصوصيته، وحماية بياناته الشخصية.
5. احترام القيم الدينية، والنظام العام، والآداب العامة عند تزويده بالمنتج، أو تلقيه الخدمة.
6. المشاركة، وإبداء الرأي في الأنظمة، واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك.

3. الخبرة التربوية من منظور الباحثات:

- الباحثة دانه العجمي:

يعيش الطفل في بيئة تتأثر بها سلوكياته، وأفعاله من أجل اشباع حاجاته، وتحقيق رغباته بشكل إرادي، أو غير إرادي، وبطبيعة الحال يتميز الأطفال بصفات التنوع والتجديد الدائم، والميل للمل من الأدوات والسلع التي يحصلون عليها، وذلك إما أنها أصبحت سهلة على قدراتهم العقلية والمعرفية، ولا تشبع أفكارهم الشغوفة للابتكار، أو لأنه قام بتكسيدها ففقدت خصائصها المثيرة التي كانت تجذبه بالسابق، كذلك تعامل الأطفال مع وسائل الاتصال التكنولوجية، حيث تبث الشركات الكبرى إعلاناتها الجذابة، والتي تستهدف فئة الأطفال، فتخاطب غرائزهم، ودوافعهم، وعواطفهم من خلال السلع والمنتجات التي تعرضها، فمثل شركة ماكдонаلدز، وترويجها للوجبة الحمراء (Happy Meal)، وبدخلها لعبة من الشخصيات التي يفضلها الأطفال، كذلك قمت شخصياً بسؤال أبنائي حول بعض العلامات التجارية المشهورة بينهم، فطرحوا علي اسم براند (Nerf) وهي لعبة عبارة عن مجموعة متنوعة من الأسلحة القائمة على الرغوة، وتحمل شعارات طنانة تعتمد على الأسلوب الشفوي التشويقي مثل اطلق النار واضرب بسرعة، استعد للمعركة. وبطبيعة الطفل فهو محب للاستكشاف، والاستطلاع، والخيال الخصب، وبالتالي يسعى دوماً للتجربة، وهذا ما يدفعهم في التأثير على قرارات الآباء الشرائية، وبالتالي لهم الدور الكبير نحو الاستهلاك المادي. وفي هذا الصدد، كانت وجهة نظري دوماً على الحوار مع أبنائي حول الترشيح، والتوعية الاستهلاكية، فكان الاتفاق سيد الموقف قبل

الذهاب للسوبر ماركت، على تحديد المشتريات المسموحة لهم، كذلك خصصت لهم مرة في الشهر للأكل خارج البيت والنزهة، أما في الأجواء المعتدلة والجميلة، دائماً أقدم لهم البدائل للعب في الساحات الخارجية المجانية بدلاً من الألعاب الإلكترونية المدفوعة الثمن في المولات.

- الباحثة نجود العتيبي:

من خلال خبرتي السابقة أدركت أن التوعية المالية للأطفال منذ سن مبكر أمر في غاية الأهمية، لما يترتب عليه أمور عدة في حياتهم المستقبلية، فطبقت على أبناء أختي الكثير من الاستراتيجيات وكان من أهمها هو تحديد مبلغ مالي لكل طفل عند ذهابهم إلى متاجر المواد الغذائية. وبالفعل قام كل طفل بسؤال المحاسب عن سعر الأشياء التي اقتناها. وهذا ما جعله أكثر دراية ومعرفة بأسعار البضائع، بالإضافة إلى الشراء بقدر المبلغ المالي الذي بحوزته. مما نمى لديه قدرات العد. وأرى أنها بالفعل من إحدى الطرق الفعالة في تنمية الوعي المالي لدى الأطفال.

- الباحثة نهى الغامدي:

اعتقادي الدائم أن الطفل لا يصبح مستهلك وغير مبالي إلا إذا ساعده والديه على ذلك دون أن يشعروا، فمثلاً عندما يأتي ابني يطلبني بلايستيشن وهو لديه إكس بوكس، أرفض ذلك لأنني وفرت له بديل، لا أقول أنا لا أملك المال، وإذا أصبح لدي مال سأشتري لك، بل أقول أنت اخترت في بداية الأمر إكس بوكس، وأنا وفرت لك ولا يمكنك كلما رأيت شيء أمامك أن تأخذه لإن هذا إسراف والله لا يحب المرففين قال تعالى (وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا). يجب أن أوعيه بقيمة الأشياء التي لديه فالقناعة كنز لا يفنى.

ومن وجهة نظري أن على الوالدين مسؤولية عظيمة تجاه أبنائهم، وكيفية وعيهم الاستهلاكي، وإقناعهم بذلك، فالطفل بين 3-5 سنوات لا يكون الطفل على واعي بالأرقام، لكن المفهوم الذي يمكننا نحن كأ أسرة ترسيخه لديه هو أن يتعلم الانتظار، وكيف يؤجل شراء الأشياء التي يريدها، بحيث يعتاد كلمة "ليس الآن"، ويتعلم ألا يحصل على شيء يريده عند اصطحابه للمتاجر.

- الباحثة فرح المويس:

تعد التنشئة الاستهلاكية الصحيحة خلال مرحلة الطفولة المبكرة من الأمور الهامة، والمستمرة طوال فترة الطفولة، وذلك لما يحدث من تطورات ومستحدثات تكنولوجية، ومادية، واجتماعية، وتعليمية، تستلزم أن يكون الطفل واعياً بها، مدرّكاً لكيفية استهلاكها واستعمالها بأفضل صورة، ومن خلال خبرتي الشخصية مع ابنة أختي البالغة من العمر أربعة سنوات، فقد كانت تتأثر كثيراً أثناء مشاهدة مقاطع اليوتيوب التي تحتوي على مشاهد تصف منتجات وألعاب معينة لشركات عالمية، تظهر فيها طفلة تمتلك العديد من الألعاب المختلفة لنفس الشركة، وتوضح كيفية استخدامها ولعبها، كما كانت جميع تلك الألعاب باللون الوردي، مما اثر ذلك على ابنة أختي بالرغبة في الحصول على جميع الأشياء التي باللون الوردي، وكذلك أثناء الذهاب إلى متجر الحلويات لا ترغب بالحصول على حلوى واحدة من "بيضة كندر" بل تريد أكثر من واحدة في كل مرة نخرج فيه إلى متجر الحلوى، وذلك لما تحتوي عليه من ألعاب، ولا يكون الهدف من الشراء أكل الحلوى بل فقط للحصول على اللعبة واللعب بها مؤقتاً ثم رميها، فمثل تلك الحلويات كانت تشجع الأطفال على شرائها فقط للحصول على اللعبة التي تثير انتباههم وفضولهم، فقد تكون تلك اللعبة غير ملائمة لعمر الطفلة ومرحلتها، وبعد تكرار هذا الموقف أكثر من مره، بدأت أشرح لها أن لو أننا جمعنا قيمة كل بيضة من البيضات، ووفرناه في شراء لعبة كبيرة ومناسبة ومفيدة، نستمتع باللعب فيها أفضل من أننا حصلنا على 10 بيضات، وتدرجياً بدأت هي من تذكرني بذلك وأصبحت تميز أكثر الألعاب التي فعلاً تستحق الشراء من خلال تفحصها، وتجربتها، والسؤال عن فائدتها وكيفية استخدامها قبل الشراء.

ومن وجهة نظري أرى أن مع تقدم السنوات والتطورات الهائلة السريعة التي تحدث الآن كلما زادت المغريات أمام الأطفال وعدم قدرتهم على تحملها، وبالتالي يزيد استهلاكهم لها، وخاصة في الفترة الحالية أصبح من السهل على الأطفال استخدام التطبيقات الإلكترونية، والألعاب التي تتطلب من الأطفال دفع مبالغ للحصول على ترقية أو أدوات للشخصية الموجودة في اللعبة، مما يؤثر ذلك سلبيًا على سلوكياتهم الاستهلاكية مستقبلاً، وعلى ذلك أوصي بأهمية وجود هيئات وقوانين إلزامية للبرامج المتاحة استخدامها داخل المملكة بحيث تقلل من الإعلانات التي تظهر بين كل لعبة وأخرى، وأن تكون هناك طريقة شراء مختلفة داخل التطبيقات تستلزم وجود إجراء يؤكد على علم الأهالي بذلك قبل الشراء.

4. الخاتمة:

يتمتع الأطفال في الوقت المعاصر، والعالم المتطور الحديث، بمركز قوة، واستقلالية، والقدرة على اتخاذ القرارات، والتأثير ليس على الأسرة والمجتمع فقط، بل يمتد إلى الأسواق التجارية العالمية، فلمهم الأهمية الكبرى، حيث أصبحوا اليوم المستهلكين المستقبليين، فهم شريحة مهمة للشركات والإعلانات التسويقية، مما يدفعهم لاستخدام استراتيجيات البيع المختلفة لاستهدافهم مثل استخدام الإعلانات التجارية الملفتة والقوية، وتعزيزها بعناصر كالموسيقى والشخصيات الكرتونية المفضلة.

وبناءً على ذلك تكمن أهمية تنمية الوعي الاستهلاكي للأطفال، من خلال التنشئة الاجتماعية التي تبدأ من مراحل النمو الأولي عن طريق محيطهم الذي يتألف من الآباء، والأقران، ليكونوا مستهلكين مسؤولين، يتميزون بالفهم للمنتجات، وأسعارها، وبدائلها، والبحث عن السلع الأوفر لهم، ومن ثم يأتي دور المعلمة في الروضة لإكساب الطفل القيم والمهارات المرتبطة بالترشيد الاستهلاكي والالتزان نحو الوعي الاستهلاكي دون زيادة أو نقصان عن طريق الأنشطة المتنوعة التي تنمي لديهم التربية الاستهلاكية السليمة.

وعلى ذلك نوصي بعمل دورات تدريبية لأولياء الأمور، والمعلمات في الروضة، لتنمية الوعي الاستهلاكي لديهم، ومن ثم لمساعدة أطفالهم في ذلك، كما نعول الدور المهم والكبير للمعلمة نحو التربية الاستهلاكية السليمة للأطفال عبر تصميم البرامج، والأنشطة، والألعاب التعليمية التي تحفز مفهوم الترشيد والاستهلاك عند الأطفال، بالإضافة إلى تحفيز المجتمع لعمل مبادرات تتعلق بترشيد الوعي الاستهلاكي في المجالات المختلفة، بحيث تستهدف هذه المبادرات فئة الأطفال.

5. المراجع

1.5. المراجع العربية:

- آل رشود، سعد، أبو فراج، أشرف، ونافع سعيد. (2018). ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية*، (12)، 164-53.
- إبراهيم، شيماء. (2020). تأثير التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستهلاكي للطفل. *مجلة البحوث الإدارية*، 38(4)، 1-29.
- أبو هنية، أيمن. (2021). أثر التجارة الإلكترونية على السلوك الشرائي للمستهلك: الدور الوسيط للتكنولوجيا المالية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط.
- برنامج ريالي للوعي المالي. (2013). كتيب الوعي المالي. سdkو القابضة.

<https://riyalipocketbook.files.wordpress.com/>

- البكري، إيمان (2016). فاعلية برنامج قائم على إبعاد التنمية المستدامة لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطالبة المعلمة برياض الأطفال. مجلة كلية التربية بجامعة مدينة السادات. 2(4)، 1-48.
- جباري، عبد الوهاب. (2020). تأثير الإعلان التلفزيوني الموجه للطفل على القرار الشرائي للأسرة. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 13(1)، 240-254.
- جبر، نهاد. (2019). برنامج قائم على الألعاب التعليمية لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الطفل الروضة. مجلة كلية التربية، (20)، 1-36.
- خليل، أسماء. (2017). أثر الرسائل الإعلانية على السلوك الاستهلاكي للأطفال. [رسالة ماجستير]. جامعة ابن خلدون تيارت.
- رجم، جنات، والعلمي، شراد. (2022). إعلانات قناة سببس تون والسلوك الاستهلاكي للطفل: دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة سطيف. مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 7(1)، 577 - 598.
- زين، وفاء. صاولي، مروة. (2020). دور التسويق الإلكتروني في ترشيد السلوك الاستهلاكي. [رسالة ماجستير]. جامعة محمد خضير بسكرة.
- ظلميه، إلهام. (2013). العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل (دراسة ميدانية للطفل الأردني من عمر 10 -16 سنة). مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، (31)، 245 - 278.
- عبد الغافر، شريهان. (2014). فاعلية برنامج وحدة مقترحة قائمة على استراتيجية التعلم المعتمد على المشروعات في تنمية المهارات الابتكارية باستخدام الخامات المستهلكة في مقرر التصميم لدى الطلاب المعلمين بشعبة الملابس الجاهزة. [رسالة ماجستير]. جامعة القاهرة.
- عبد النعيم، مروة. (2017). إعادة استخدام خامات البيئة: نشاط فني في رياض الأطفال. مجلة خطوة، (30)، 26-29.
- عبدالله، ليلي. (17 يناير، 2023). برنامج ريالي للوعي المالي في السعودية. خدمات السعودية. <https://saudi-services.net/news12589.html>
- العدوي، امانى. (2022). أثر استخدام المجلة الالكترونية في تنمية مفاهيم ترشيد الاستهلاك لدى طفل الروضة. المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة، 9(1)، 387-466.
- عزوز، رفعت. (2013). التنشئة الاستهلاكية للطفل وأثرها في ثقافته من منظور إسلامي. الثقافة والتنمية، 13(65)، 95-148.
- كامل، مجدي، سويقي، غادة، رياض، نهى، واحمد، سلوى. (2022). برنامج القائم على إعادة التدوير لتنمية بعض المهارات التفكير الإبداعي لدى طفل الروضة. مجلة دراسات في الطفولة والتربية، (21)، 45-80.
- الحيانى، نجوى. (2015). الوعي الاستهلاكي وأثره على الرضا عن السلع الاستهلاكية ذات العلامة التجارية. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة ام القرى.
- محمود، نهاد. (2021). دور الأسرة في تنمية الوعي الاقتصادي لطفل الروضة، مجلة العلوم التربوية، (46)، 16-43.
- معوض، صلاح الدين، حامد، أميرة. (2022). متطلبات تفعيل دور الروضة في تنمية ثقافة ترشيد الاستهلاك للطفل. مجلة كلية التربية، (120)، 229-261.

منصة استطلاع. (20 أكتوبر، 2023) نظام حماية المستهلك.

<https://istitlaa.ncc.gov.sa/ar/Trade/mci/Consumer/Pages/default.aspx>

ميهوبي، إسماعيل، صديقي، محمد. (2020). مقترح إعلام إذاعي محلي حديث يساهم في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأفراد. *مجلة المداد*، 159-173.

نسليم، سحر، سبحي، منال. (2015). فعالية برنامج مقترح لتنمية سلوكيات ترشيد المياه لدى طفل الروضة. *المجلة العلمية لكليات رياض الأطفال*، (7)، 11-57.

هيبة، ولاء محمد. (2021). فاعلية برنامج قائم على الدراما الاجتماعية في اكتساب طفل الروضة بعض المفاهيم الاقتصادية. *المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة*، 19 (19)، 1 - 73.

وزارة التجارة. (2022). مشروع حماية المستهلك. منصة استطلاع

<https://istitlaa.ncc.gov.sa/ar/trade/mci/consumer/Documents>

[ستهلك.pdf](#)

2.6. المراجع الأجنبية:

Gbadamosi, Ayantunji. (2018). *Young Consumer Behaviour*. Routledge.

Schiffman, L. G., Leslie Lazar Kanuk, L. L. and Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior: Global edition* (10th ed.). Pearson Prentice Hal.

Schmitt, Bernd., Brakus, J., & Biraglia, Alessandro. (2022). Consumption Ideology. *Journal of Consumer Research*. 49(1), 74-95.

Sramova, Blandina. (2017). Practice Oriented Perspectives. *Children's Consumer Behavior* (pp. 91-105). INTECH. <https://www.intechopen.com/chapters/55527>

جميع الحقوق محفوظة © 2025، الباحثة/ دانه سعد صليهم العجمي، الباحثة/ فرح محمد صالح المويس، الباحثة/ نهى علي عبد الله الغامدي، الباحثة/ نجود فارس حزام العتيبي، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: doi.org/10.52132/Ajrsp/v7.74.8