

التسوق القهري (الأونيومانيا) وعلاقته بتقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل

عبير حسن سلهوب^١ ، نبيل الجندي^٢

قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين^١
قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين^٢

abeersalhoop11@gmail.com¹

jondin@hebron.edu²

<https://doi.org/10.36231/coedw.v36i3.1852>

تاريخ الإستلام: ٢٠٢٥/٦/٣٠، تاريخ القبول: ٢٠٢٥/٩/٢٢، تاريخ النشر الإلكتروني: ٢٠٢٥/٩/٣٠

المستخلص:

هدفت الدراسة للتعرف على اضطراب التسوق القهري (الأونيومانيا) وعلاقته بتقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، ذكوراً وإناثاً. ولتحقيق ذلك، استخدم الباحثان استبياناً كمنهج للدراسة وجمع البيانات. واستخدمت الدراسة مقياس تقدير الذات الذي وضعه رشماوي (٢٠١٣) ومقياس اضطراب الشراء القهري كما حدده مون (Moon, 2019). وبعد تحديد (١٥٢)، موظفاً وموظفة ممن تنطبق عليهم معايير اضطراب الشراء القهري من جميع الموظفين لعام (٢٠٢٣م)، أخذوا عشوائياً. وفقاً لنتائج الدراسة، تراوحت دوافع الشراء لدى العينة بين القهرية (الاندفاعية) والترفيهية. كما أظهرت النتائج، من وجهة نظرهم، أن الموظفين المصابين باضطراب الشراء القهري في الخليل يتمتعون بتقدير ذاتي متواضع. علاوة على ذلك، وجدت الدراسة ارتباطاً عكسياً ذا دلالة إحصائية بين درجة تقدير الذات لدى موظفي الخليل واضطراب الشراء القهري. كما أبدت النتائج وجود علاقة بين اضطراب الشراء القهري وتقدير الذات.

لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، كما أبدت النتائج أن (تقدير الذات) يؤثر في (اضطراب الشراء القهري). وبناء على هذه النتائج، خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات، أهمها: الاهتمام بزيادة الوعي حول السلوك الشرائي، والتخطيط له، وذلك من خلال عقد الندوات ودورات التأهيل والتدريب للموظفين، وما أظهرته النتائج من درجة كبيرة في اضطراب السلوك الشرائي لدى المبحوثين.

الكلمات المفتاحية: اضطراب التسوق القهري، الأونيومانيا، تقدير الذات، الموظف، مدينة الخليل



Compulsive Shopping Disorder (Oniomania) and its Relationship to Self-Esteem among Male and Female Employees in Hebron City

Abeer H. Salhoub¹ , Nabil Al-Jondi²

Department of Psychology, College of Education, Hebron University, Hebron, Palestine¹

Department of Psychology, College of Education, Hebron University, Hebron, Palestine²

abeersalhoop11@gmail.com¹

jondin@hebron.edu²

<https://doi.org/10.36231/coedw.v36i3.1852>

Received: June 30, 2025; **Accepted:** Sept. 22, 2025; **Published:** Sept. 30, 2025

Abstract

The study aimed to examine compulsive shopping disorder (oniomania) and its relationship with self-esteem among employees in the city of Hebron, both male and female. To achieve this, the researchers used a questionnaire as the study method to collect data. The study used the self-esteem scale developed by Rashmawi (2013) and the compulsive shopping disorder scale as defined by Moon (2019). After identifying 152 employees who met the criteria for compulsive shopping disorder from all employees for the year 2023, they were selected randomly. According to the results of the study, the motives for shopping among the sample ranged from compulsive (impulsive) to recreational. The results also showed that, from their perspective, employees with compulsive shopping disorder in Hebron had modest self-esteem. Moreover, the study found a statistically significant negative correlation between self-esteem levels among employees in Hebron and compulsive shopping disorder. The results also indicated a relationship between compulsive shopping disorder and self-esteem among employees in the city of Hebron, with self-esteem affecting compulsive shopping disorder. Based on these results, the study provided a set of recommendations, the most important of which were: increasing awareness about shopping behavior and planning for it, through holding seminars and training courses for employees, in light of the significant degree of compulsive shopping disorder observed among the respondents.

Keywords: compulsive shopping disorder, employee, Hebron city, oniomania, self-esteem,

١-المقدمة

يشعر بعض الأشخاص بنقص في جزء معين من شخصيتهم وعدم تقديرهم لذاتهم بشكل كافٍ، فيقومون باتباع سلوكيات معتقدين أنها مساعده لتعويضهم عن هذا النقص، فمن هذه الأمور عملية الإدمان على التسوق سواء كان الفرد بحاجة إلى الشراء أم مجرد إرضاء للذات، فالعالم أصبح يعيش سيكولوجية متذبذبة، فيقوم بإتمام عملية الشراء كالتسوق بشكل شخصي أو عبر الإنترنت لتخفيف التوتر والقلق أو لخفض أي مشاعر تنتاب الفرد كالقلق أو الحزن أو تدني في تقدير الذات.

إن سلوك الشراء القهري (الأونيومانيا) هو سلوك زائد ومبالغ فيه في عملية الشراء قد نتج عنه تأثير سلبي في جميع المجالات الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والدينية والترفيهية والتعليمية، فالأشخاص يجدون متنفساً للشراء كمتعة أو الشعور بالراحة وتخفيف القلق عند إتمام هذا السلوك، فهو رغبة للتخفيف من حدة القلق والخوف، فهم يبالغون في عملية الشراء لأشياء غير ضرورية ومتكررة وغير مستخدمة (الطيب، 2021).

والعديد من المشتريين يشعرون بالاستمتاع خلال تسوقهم للسلع الاستهلاكية، ولذلك فإن المحال التجارية التي تباع وتعرض أغراضهم المفضلة، تقوم بجذب انتباههم بشكل كبير، مما يجعل لديهم إثارة كبيرة، وشعوراً بالرضى والسعادة، وتعتبر سلوكيات الشراء القهرية، من السلوكيات التي يفعلها الأشخاص بهدف تحسين الحالة المزاجية (بلال وهنداوي وشبانة، ٢٠٢٣).

إذ يعتقد هؤلاء الأفراد أن شعورهم بالتوتر والقلق يتم تخفيفه بشكل مؤقت عن طريق التسوق، إلا أنه عندما يقوم المصاب بإتمام عملية الشراء يتولد لديه شعور بخيبة الأمل تجاه نفسه، مما يؤدي إلى تزايد شعوره بالاكتئاب بسبب افتقاره للتحكم في سلوكه.

وهناك العديد من العوامل المعرفية المرتبطة بالتسوق القهري، مثل: المزاج الاكتئابي، والاعتقادات الخاطئة عن طبيعة الأشياء، وتوقع الخطر، حيث يتجه الأفراد لاتخاذ قرار الشراء كحل وسط بين الإدراكات الذاتية، والتوقعات الكمالية (القحطاني، ٢٠٢١).

وهو ما يفسر الاهتمام الكبير لدى بعض الأشخاص بالمنتجات البارزة دعائياً، وحرصهم على اقتنائها بهدف التباهي والتفاخر بها أمام الآخرين، وإظهار قدرته على شرائها والحصول عليهم قبل أي شخص آخر.

وقد أشار أبو بكر والمعمري (٢٠١٩)، نكتشف أن الشراء الاندفاعي، والمعروف أيضاً باسم الشراء القهري في علم نفس المستهلك، هو سلوك يشعر فيه الشخص بالحاجة التي لا تشبع إلى شراء أشياء غير ضرورية أو ضرورية، بدلاً من أن تكون مدفوعة بحاجة أو غرض حقيقي للمشتريات ودرس العديد من العلماء والباحثون العوامل التي تقود الناس إلى أن يصبحوا متسوقين قهريين، مثل الأحداث

والتغيرات التي مر بها كل من الأفراد والمجتمع ككل، مثل المواقف السياسية والاقتصادية، والتي تجعل الناس يشعرون بالخوف والقلق والتردد من فقدان الوصول إلى بعض العناصر المرغوبة أو إمكانية زيادة الأسعار (بن جروة، ٢٠٢١).

وقد تنبّهت الشركات العالمية لذلك، مستغلة التقدم التكنولوجي الحاصل في إنشاء المتاجر والمنصات الالكترونية خاصة وأنها تشكل حافزاً لتكرار التسوق عبر منصات الانترنت لدى الأفراد، وبشكل جنوني، مما يؤدي لظهور الإدمان الالكتروني لديهم (الزيادات، ٢٠١٩).

كما أدى ذلك إلى ظهور تصنيفات الأفراد المستهلكين، ومنها تصنيف الإنفاق غير القهري، والذي يمثل الأفراد الذين يضعون الخطط مشترياتهم، والإنفاق الترفيهي، والذي يضم تصنيف الأفراد المستهلكين الذين يقومون بشراء الأشياء لغرض التسلية، وتصنيف الإنفاق القهري، وهو الذي يقوم خلالها الأفراد بالشراء بشكل تكراري بما يؤدي إلى شعورهم بالذنب نتيجة لسلوكهم الاستهلاكي (شريج، ٢٠١٩).

وعندما يُصاب شخص ما باضطراب الشراء القهري، فإنه يشتري باستمرار أشياء لا يحتاجها أو يرغب بها، مما قد يُسبب آثاراً سلبية خطيرة لدى الأفراد وقد بُنيت التعريفات العملية لاضطراب الشراء القهري (CBD) على أوجه تشابه مع اضطراب الوسواس القهري، واضطرابات تعاطي المخدرات، واضطرابات التحكم في الانفعالات؛ ومع ذلك، لا توجد معايير تشخيصية واضحة لهذه الحالة لذا يُعتبر اضطراب الشراء القهري مرضاً شائعاً ومنتشراً (Aboujaoude, 2014).

ويعد التسوق القهري أحد العقبات النفسية المؤلمة التي تواجه الفرد في حياته، فالظروف التي يواجهها الفرد والضغوط النفسية تشجعه على التفكير باتباع سلوكيات تخفف من ضغوطه، ومن السلوكيات التي لاحظناها سلوك التسوق القهري والتي ظهرت في أنحاء العالم، رغم الظروف الاقتصادية الصعبة التي يعاني منها، وبدأ الأفراد الذين يعانون من التوتر والقلق باتباع عملية التسوق القهري التي تشعرهم بالتعويض والاكتفاء، ولاحظنا أن كثيراً من الموظفين والموظفات يقدمون على عملية التسوق بشكل مفرط لتخفيف التوتر أو القلق الذي يشعر به الموظف، أو قد يكون مباحة فيما بينهم وخصوصاً الموظفات الإناث فيقبلن على الشراء المتزايد الذي يصل إلى هوس الشراء، وقد ينتشع الفرد على التسوق القهري لشعوره بالنشوة أو الغبطة التي تقوده إلى الدمار فتتراكم عليه الديون مما يسوقه إلى عملية السرقة أو الاختلاس المادي لإشباع رغبته، وأيضاً قد يلجأ إلى قروض لا يستطيع تسديدها، فيدخل المستهلك في نزاعات مستمرة مع القانون، ويزداد عنده القلق وشعوره بتدني تقدير الذات، لذلك قام الباحثان في هذه الدراسة على التركيز بموضوع هوس التسوق القهري للإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما مدى انتشار اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل؟
٢. ما أهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات بمدينة الخليل من وجهة نظرهم؟
٣. ما مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم؟
٤. ما طبيعة العلاقة الارتباطية بين التسوق القهري وتقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل؟
٥. ما درجة إسهام تقدير الذات لدى الموظفين في مدينة الخليل في التنبؤ باضطراب التسوق القهري لديهم؟

وهنا تنعكس أهمية هذا العمل البحثي في العناصر التالية:

أولاً: الأهمية من الجوانب النظرية:

- ١- تبرز الأهمية من الناحية الموضوعية نظراً لأنها تسلط الضوء على مستوى إيمان التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، وتأثيراته السلبية على الموظفين مادياً ومعنوياً واجتماعياً.
- ٢- تتجلى أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على اضطراب التسوق القهري كظاهرة نفسية نادرة التأثير، التي تشكل نقطة تحول عميق في سلوك وتصرفات الموظفين وما يربطها بتقدير الذات لديهم، وندرتها في أنها تتناول هذه القضية فيما يتعلق بمجتمع الموظفين، إذ يتوقع أن تزود رفوف المكتبات والجامعات الفلسطينية بما تقدمه من معرفة ومنفعة، وأن تلفت أنظار الباحثين وأصحاب السلطة والقرار نحو هذه الظاهرة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

والأهمية التطبيقية لهذه الدراسة تكمن في نتائجها وتوصياتها التي ستقدمها كدليل ومنهج يُمكن الدارسين والباحثين والمختصين من مواصلة البحث وتعزيز وجهات النظر التي تتعلق بتلك القضية، وتقديم رؤية علمية تساعد المعالجين والمتخصصين نفسياً على تشخيص اضطرابات الشراء القهري. وقد هدفت الدراسة الحالية للكشف عن العلاقة بين اضطراب التسوق القهري وتقدير الذات لدى عينة من الموظفين والموظفات العاملين في مدينة الخليل، والتعرف على سيكولوجية من يعاني من الاضطراب القهري، ومن خلال تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

١. الإلمام بمدى انتشار التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في القطاع العام والخاص بمدينة الخليل.
٢. الإلمام بأهم مظاهر التسوق القهري لدى الموظفين وكذلك الموظفات بمدينة الخليل من خلال وجهة نظرهم.
٣. الكشف عن مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اضطراب التسوق القهري وبين مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل.
٤. معرفة مدى درجة إسهام تقدير الذات عند الموظفين في القطاع العام والخاص بمدينة الخليل في التنبؤ باضطراب التسوق القهري لديهم.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: التي تمثلت في قضية اضطراب التسوق القهري وعلاقته بتقدير الذات.
الحدود المكانية: والتي اقتصر على الموظفين وكذلك الموظفات في مدينة الخليل.
الحدود الزمانية: أجريت الدراسة من الجانب الميداني والنظري في العام ٢٠٢٢-٢٠٢٣.
الحدود البشرية: ركزت الدراسة على الموظفين والموظفات في القطاع العام من جهة، والخاص من جهة بمدينة الخليل.

٢- الإطار النظري**١-٢ مصطلحات الدراسة****١-١-٢ هوس الشراء القهري**

هو شراء مفرط لا يستطيع الفرد أن يسيطر عليه، ويحدث الشراء نتيجة لمشاعر وأحداث سلبية يشعر بها الفرد، فيزداد عنده التوتر والشعور بالذنب والندم، بالرغم أنه شعر بالسعادة بالبداية، ولكن آثارها كانت سلبية بعد فتره وجيزة، فالشراء القهري اعتبره البعض عملية تعديل مزاج والإحساس بالهوية الذاتية (السيد، ٢٠١٦).

الشراء القهري كما يعرفه القحطاني (٢٠٢١) هو سلوك لا إرادي واندفاعي لعملية الشراء، يتبعها حالة من الندم والشعور بالذنب، سلوك يصعب مقاومته فيدفع بالفرد للشراء المتكرر والمفرط الذي يشعره بالسعادة والتخلص من المشاعر السلبية، ولكن يتبعه عواقب نفسية واجتماعية واقتصادية سلبية.

ويعرف إجرائياً بدرجة ما يعانيه الموظفون في مدينة الخليل من شراء مفرط وعدم مقدرتهم من السيطرة عليه، واتباعهم سلوكيات لا إرادية واندفاعية لعملية الشراء، يتبعها حالة من الندم والشعور بالذنب مع تراكم الديون.

٢-١-٢ سلوك الأونيومانيا:

هو السلوك الإدماني للشراء والتسوق، فهو انشغال غير سوي لعملية الشراء نتيجة لاستجابة أفكار قهرية متكررة ومستمرة ملحة تجعل الفرد يستجيب إليها ليشعر بالراحة، ولكن سرعان ما ينتابه الشعور بالندم وتأتبب النفس مما ينتج عنه كثير من المشكلات الحياتية (الطيب، ٢٠٢١) وتعرف الأونيومانيا بأنها الرغبة القهرية للتسوق حيث يشار إليه عادة باسم التسوق القهري وأنه شعور ملح بالشراء لتحقيق سعادة اصطناعية مؤقتة تنتهي بانتهاء عملية الشراء قد يكون نتيجة فراغ عاطفي أو شعور بالقلق أو خوف (البحاني والأنصاري، ٢٠٢١).

ويعرف إجرائياً بأنه حالة من الاهتمام غير السوي لعملية الشراء لدى الموظفين استجابة لأفكار قهرية متكررة ومستمرة ملحة تجعلهم يشعرون بالراحة عند الاستجابة.

٢-١-٣ إدمان التسوق:

هو الشراء المنفلت المتكرر والمزمن والذي يصبح عادة لدى الشخص، كما هو رد فعل أساسي للأحداث والمشاعر السلبية، ويشمل نمط إنفاق هوسي بالشراء الذي لا يستطيع الشخص السيطرة عليه، فيقوم الفرد بشراء أشياء لا يحتاجها وفي أغلب الأحيان يخزنها دون أن يستخدمها، فيشعر مدمن الشراء بنشوة غامرة أثناء عملية الشراء مع إثارة كبيرة، ولكن بنهاية الأمر يشعر المدمن بالندم بسبب التورط المالي الذي يلحقه (الربيعي، ٢٠١٩).

ويعرفه الباحثان بأنه اعتياد الموظفين على الشراء المنفلت المتكرر والمزمن كرد فعل أساسي للأحداث والمشاعر السلبية، ويشمل نمط إنفاق هوسي بالشراء الذي لا يستطيعون السيطرة عليه.

٢-١-٤ الاندفاعية للشراء (الشراء الاندفاعي):

يعرف الشراء الاندفاعي بأنه: الميل إلى القيام بعمليات شراء دون النظر إلى العواقب، ويعكس الميل الفردية مثل: غياب غير مخطط لها، والشراء تلقائياً دون التخطيط والتفكير وعدم الصبر، تجنب التعقيد، الشroud، ويكون هذا النوع من الشراء ناجم عن محفز أو مثير من البيئة الخارجية (كامل، 2021).

ويعرف إجرائياً بأنه ميل الموظفين إلى القيام بعمليات شراء دون النظر إلى العواقب، والقيام بالشراء تلقائياً دون التخطيط والتفكير وعدم الصبر.

هو تقييم يقوم به الفرد عن ذاته، وقد يعبر من ناحية الاستحسان أو الرفض، فالفرد يعبر عن تقديره لذاته من خلال إدراكه لنفسه وكيف يصفها، وعن طريق الأساليب السلوكية التي توضح مدى تقديره لذاته، سلباً أو إيجاباً، والتي تكون ملاحظته عليه من قبل الآخرين (العزي، ٢٠١٩).

ويعرف إجرائياً بأنه تقييم الموظف لذاته، وطبيعة تعبيره عن نفسه من ناحية الاستحسان أو الرفض، ومن خلال إدراكه لنفسه وكيف يصفها، وعن طريق الأساليب السلوكية التي توضح مدى تقديره لذاته، سلباً أو إيجاباً.

٢-٢ أورد دربشي (٢٠١٥) بين عدة أبعاد للتسوق القهري هي:

البعد الأول: الاندفاعية: وتعرف على أنها انعدام قدرة الفرد على التحكم والسيطرة على ذاته تجاه عملية الشراء.

البعد الثاني: السلوك القهري: ويعرف بأنه معاناة الفرد من سلوك قهري يدفعه للشراء، مع عدم قدرته على التحكم بهذا السلوك.

البعد الثالث: متعة الشراء: وتعرف على أنها حصول الفرد على المتعة والسعادة المبالغة الناتجة عن عملية الشراء وما يصاحبها من تحقيق للذات وزيادة الثقة بالنفس.

البعد الرابع: شراء أشياء لا يحتاج إليها: وتعرف على أنها شراء الفرد لمنتجات لا يحتاج إليها وليست ضرورية، ورغبة في الحصول على المتعة المناسبة للشراء فقط.

البعد الخامس: المشاعر السلبية المترتبة على الشراء: وتعرف على أنها شعور الفرد بالندم بعد عملية الشراء والإحساس بالضيق والتوتر نتيجة الإفلاس.

٢-٣ نظريات التسوق القهري:

من النظريات المفسرة للتسوق القهري:

أولاً: نظريات العوامل السلوكية والتعلم الاجتماعي:

وفقاً لمفهوم النظريات السلوكية والتعلم الاجتماعي، يتفاعل الناس دائماً مع محيطهم بشكل مستمر حيث يُوصف التعلم الاجتماعي بأنه نوع من التعلم ينطوي على تغيير دائم في المعرفة أو السلوك، ناتج عن تفاعل الفرد مع شخص آخر أو مجموعة ويكتسب الفرد من خلال هذا التفاعل المتبادل المعرفة والمهارات التي تُسهّل التكيف الاجتماعي، بالإضافة إلى القيم والأعراف والعادات المجتمعية (مسعود، ٢٠١١).

ثانياً: النظرية المعرفية والانفعالية:

توضح هذه النظريات بأن طبيعة الإنسان قد يتعرض أحياناً للاضطرابات عندما يقوم بتصديق افتراضاته الخاطئة وغير المنطقية عن نفسه وعن الآخرين، كما أنه في ذات الوقت يمكن أن يحمي نفسه من الاضطرابات عن طريق استخدام الأساليب المنطقية الانفعالية، وتشير هذه النظرية إلى تعقد وتقدم الثقافة والمعدات التقنية مما جعلت الإنسان يعيش في أحيان كثيرة بلا مشاعر أو انفعالات مما يجعله أن يعيش حالة من الاغتراب عن ذاته والآخرين وعليه فقد أتجه هذا الأسلوب إلى العمل كقوة تصحيحية تجريبية لتعويض النقص في أساليب التوجيه والإرشاد السلوكي وخلافها من الطرق القديمة (النوايسة، ٢٠١٣).

٢-٤ الدراسات السابقة:

هدفت دراسة سواندي وآخرون (٢٠٢٥) إلى استكشاف العلاقة بين الميل إلى الشراء القهري والاندفاعي وسلوكيات التسوق عبر الإنترنت لدى طلبة كلية الطب في جامعة بريما الإندونيسية، وتحديدًا دفعة عام ٢٠٢٣. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح التحليلي مدعوماً بالتصميم المقطعي، حيث جُمعت البيانات من عينة قصدية مكونة من (١٠٠) طالب. وتم توزيع استبيانات لقياس مستويات الشراء القهري والاندفاعي، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية معتدلة ذات دلالة إحصائية بين سلوكيات الشراء القهري والاندفاعي والتسوق عبر الإنترنت، حيث بلغ معامل الارتباط $r = 0.445$, $p < 0.001$. وتسعى هذه الدراسة إلى تعزيز الفهم لسلوكيات التسوق في العصر الرقمي، والمساهمة في

تطوير استراتيجيات تهدف إلى الوقاية من العادات الشرائية غير الصحية لدى الشباب الجامعي، وخصوصاً في الأوساط الأكاديمية والطبية.

وهدف دراسة غرانت (Grant, 2024) إلى فحص تصوّر اضطراب الشراء القهري ضمن عينة من البالغين من المجتمع المحلي، واستكشاف ارتباطاته بمؤشرات الصحة النفسية. تم توزيع استبيان إلكتروني بعنوان "الشخصية، الصحة النفسية، والرفاهية" على (٣٠٠) شخص بالغ تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٧٥ عاماً، وقد شمل الاستبيان مجموعة من السلوكيات مثل سلوك الشراء، واستخدام الكحول والمخدرات، واضطرابات السيطرة على الاندفاع، إلى جانب مقاييس للدفاعية والوسواس القهري. شارك في الاستبيان (٢٩٤) شخصاً (٥٤,٧٪ منهم إناث) وأدرجوا في التحليل، حيث تبين أن نسبة المصابين المحتملين باضطراب الشراء القهري بلغت ٥,٤٪ (n = 16). أظهرت النتائج أن المصابين المحتملين بهذا الاضطراب كانوا أقل ميلاً للتعريف عن أنفسهم كمغايري الهوية الجنسية، وأكثر عرضة للإصابة باضطراب فرط الحركة وتشتت الانتباه، ومشكلات تعاطي المخدرات، وأعراض اضطراب الشخصية الحدية، واضطراب الأكل القهري، بالإضافة إلى تسجيل مستويات أعلى من السلوكيات القهرية والاندفاعية. وتشير هذه النتائج إلى أن اضطراب الشراء القهري يعد شائعاً نسبياً بين البالغين، ويرتبط بأعراض مشتركة مع اضطرابات الوسواس القهري، والإدمان، والسيطرة على الاندفاع.

وأجرى بلال وآخرون (٢٠٢٣) دراسة استهدفت فحص تأثير تقدير الذات واتجاه المستهلك نحو المال على الشراء القهري، مع الفحص المتعمق لدور نزعة التملك كمتغير وسيط. جرى اخذ (٣٨٤) مشترراً مصرياً للسلع الفاخرة. تم جمع البيانات من خلال استبيان، واختبرت الفرضيات بنموذج (S-E-M). أشارت النتائج إلى أنه باستثناء بُعد عدم الثقة، كان لمواقف المستهلكين تجاه المال تأثير إيجابي كبير على كل من المادية والشراء القهري، في حين كان لتقدير الذات تأثير سلبي كبير على كليهما وكذلك أظهرت النتائج أيضاً أنه باستثناء بُعد عدم الثقة، لم تكون الوساطة دالة من الناحية الاحصائية، فإن المادية تتوسط العلاقة بين الشراء القهري والموقف المالي وكذلك بين تقدير الذات والشراء القهري. أما نمر وآخرون (٢٠٢١) قدموا دراسة سعت لكشف إمكانية التنبؤ بالرفاهة النفسية بواسطة تقدير الذات والأمن النفسي لدى موظفي القطاع الحكومي والخاص، وشملت الدراسة (١١٤) موظفاً، بينهم (٦٢) موظفاً في القطاع العام، و (٥٢) موظفاً في القطاع الخاص، واستخدام الباحثان مقياس تقدير الذات ومقياس الأمن النفسي، وبينت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية دالة ما بين الرفاهة النفسية وأبعادها المختلفة وما بين كل من الأمن النفسي وتقدير الذات لدى العاملين بالقطاع الخاص فيما بعد الاستقلال الذاتي الذي ارتبط فقط بالأمن المرتبط برؤية المستقبل، وتوصل الباحثان لإمكانية التنبؤ بالرفاهة النفسية بواسطة تقدير الذات والأمن النفسي، وأنه لم يكن هناك فروق دالة إحصائية في الرفاهة النفسية والأمن النفسي وتقدير الذات بين العاملين في القطاع العام والقطاع الخاص.

في دراسة أيدين وزملائه (Aydin, 2021) هدفت للتحقق في العلاقة بين الشراء القهري والإيقاع البيولوجي والاندفاع والخوف من الضياع، بلغ عدد العينة (٤٩٣) طالباً جامعياً، تم استخدام الاستبيان الشخصي، مقياس الشراء القهري ومقياس الخوف واستبيان الصباح والمساء ومؤشر النوم الصحي، وأظهرت النتائج أن عند الأشخاص من النوع الصباحي درجات أقل من الاندفاع والقلق والتوتر مقارنة بالأشخاص في المساء، والأشخاص من النوع المسائي عرضة بشكل أكبر لسلوكيات الشراء القهري وأكثر عرضة للاندفاع والخوف.

هدفت دراسة راشيل (Rashel, 2019) للكشف عن العلاقة التجريبية بين احترام الذات للموظف والعفوية في مكان العمل في قطاع الضيافة النيجيرية، حيث قام الباحث بنشر تصميم المسح المقطعي، واستخدام أداة الاستبيان بشكل أساسي لتوليد البيانات، وكان عدد العينة ٢٨٦ شخصاً، واستخدم لتحليل البيانات تحليلاً وصفيّاً باستخدام متوسط الدرجات والانحراف المعياري، وقام الباحث بإجراء تحليل استنتاجي باستخدام إحصاء بيرسون والانحدار، وتم التوصل إلى النتائج بهذه الدراسة بوجود علاقة إيجابية وهامة بين احترام الذات لدى الموظف وعفوية مكان العمل.

٣- الإطار العملي

٣-١ منهج الدراسة

في سبيل الوصول للنتائج المطلوبة والدقيقة والتي تُسهم في بلوغ أهداف الدراسة، اعتمد الباحثان على منهجاً يهتم بتحليل الروابط الإحصائية بين المتغيرات، وهو منهج يتيح التعرف على طبيعة العلاقة بين متغيرين، سواء كانت هذه العلاقة تنسم بالإيجابية أو السلبية.

٣-٢ مجتمع الدراسة

وبعد مراجعة المركز الإحصائي المعتمد في فلسطين، بلغ عدد الموظفين والموظفات في القطاع (العالم/ الخاص) في "مدينة الخليل" والذي تكون منه مجتمع الدراسة بلغ (22,900) للقطاع العام و(١١٠,٠٠٠) للقطاع الخاص ليكون عدد الموظفين في القطاعين (132,9) لعام 2022-2023.

٣-٣ عينة الدراسة

أجرى الباحثان الاستبانة المعدة للدراسة على عينة من الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، وقد طبقت الاستبانة بطريقتين، الأولى وجاهية، والثانية إلكترونية من خلال استخدام نماذج جوجل فورم، وبلغت الاستجابات والردود على الاستبانة (٦٤٦) موظفاً وموظفة تم الحصول عليهم بطريقة عشوائية متاحة، يُبين الجدول (١) السمات الديموغرافية للمشاركين في الدراسة، موضحاً خصائصهم الأساسية.

الجدول (١)

يُعرض فيه التوزيع الديموغرافي لأفراد العينة

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	٢٦٨	٤١,٥
	أنثى	٣٧٨	٥٨,٥
	المجموع	٦٤٦	١٠٠,٠
نوع الوظيفة	قطاع خاص	٢٥٧	٣٩,٨
	قطاع عام	٣٨٩	٦٠,٢
	المجموع	٦٤٦	١٠٠,٠
مستوى الدخل	متدني	١٣٠	٢٠,١
	متوسط	٤٤٢	٦٨,٤
	مرتفع	٧٤	١١,٥
	المجموع	٦٤٦	١٠٠,٠
طريقة التسوق المفضلة لديك	تسوق مباشر	٣٦١	٥٥,٩
	تسوق إلكتروني	٤٠	٦,٢
	الإثنين معاً	٢٤٥	٣٧,٩
	المجموع	٦٤٦	١٠٠,٠

٣-٤ أدوات الدراسة

مقياس اضطراب التسوق القهري (Compulsive buying Scale)

١- وصف المقياس:

اعتمد الباحثان مقياس (Moon, ٢٠١٩) الذي قامت بترجمته للعربية، وقد تكون المقياس من (١٨) فقرة، الثبات للمقياس الأصلي (0,7)

٢- صدق المقياس

لفحص صدق المقياس تم إيجاد العلاقة بين كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمقياس، وذلك كما هو واضح في الجدول (٢)

الجدول (٢)

مصفوفة لارتباط كل فقرة من الفقرات مع الدرجة الكلية لمقياس اضطراب التسوق القهري

رقم الفقرة	مؤشر ارتباط بيرسون (ر)	رقم الفقرة	مؤشر ارتباط بيرسون (ر)
١-	.628**	١٠-	.744**
٢-	.683**	١١-	.695**
٣-	.687**	١٢-	.765**
٤-	.723**	١٣-	.740**
٥-	.683**	١٤-	.734**
٦-	.734**	١٥-	.702**
٧-	.736**	١٦-	.736**
٨-	.735**	١٧-	.715**
٩-	.749**	١٨-	.707**

** وهي تظهر دلالة إحصائية عند مستوى α لا يتجاوز ٠,٠١.

كشف الجدول (٢) بأن سائر فقرات المقياس مرتبطة بشكل وثيق مع الدرجة الكلية والتي ارتبطت بشكل وثيق، وهذا مؤشر يدل على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لمقياس اضطراب الشراء القهري، وهذا يعبر عن صدقها، وملاءمتها لمقياس اضطراب الشراء القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل.

٣. الثبات

حُسب الثبات باستخدام معادلة الثبات كرونباخ ألفا، كما حسب بطريقة التجزئة النصفية، وذلك كما تبين في الجدول (٣).

الجدول (٣)

معاملات الثبات لمقياس اضطراب التسوق القهري

المقياس	عدد الفقرات	معامل الثبات	كرونباخ ألفا	التجزئة النصفية (التقسيم الثاني)	مؤشر الارتباط	مؤشر سبيرمان براون
الدرجة الكلية للمقياس	١٨	.944	.798	.888	المصحح	

أظهرت نتائج تحليل الثبات الموضحة في الجدول (٣) أن الاستبانة تتمتع باتساق داخلي عال، حيث وصل مؤشر معامل كرونباخ ألفا للمقياس ككل (٠,٩٤٤)، في حين وصل معامل سبيرمان براون المصحح، والمُحتسب من خلال أسلوب التجزئة النصفية، إلى (٠,٨٨٨). وتشير هذه القيم إلى أن المقياس يتمتع بمستوى موثوقية عالية ويُعد مناسباً للتطبيق ضمن السياق الفلسطيني، وتحديداً في مدينة الخليل.

٤. تصحيح مقياس اضطراب التسوق القهري:

من أجل التغلب على مشكلة تحديد نقاط القطع ومخططات التصنيف لمعرفة الموظفين الذين لديهم اضطراب التسوق القهري، فقد اعتمد الدراسة على ما اعتمدته مون وعتيق كنقطة قطع عالمية تصنف المستهلكين على سلسلة متصلة بالاعتماد على نظرية الكائن النفسي (Psychological object) (theory) (Albanese, 1988)، حيث ترسم هذه السلسلة توازياً بين الشراء القهري وإدمان الشراء لتحديد المشترين القهريين فيما يتعلق بمستويات متفاوتة من الشراء القهري (Moon & Attiq, 2018).

وقد تم التصنيف من خلال حساب متوسط درجة المستجيب على مقياس اضطراب الشراء القهري، وتم تصنيف المستهلكين (الموظفين) وفق التصنيف الموضح في الجدول (٤).

الجدول (٤)

تصنيف المستهلكين وفقاً لطبيعة الشراء

الرقم	فئة المتوسط الحسابي	تصنيف الشراء
1	1.0	شراء غير إلزامي/ عادي (non-compulsive/normal buying)
2	١,١ – ٢,٠	الشراء الترفيهي (recreational buying)
3	٢,١ – ٣,٠	شراء حدودي (بين الترفيهي والقهري: اندفاعي) (borderline compulsive buying)
4	٣,١ – ٤,٠	الشراء القهري (compulsive buying)
5	٤,١ – ٥,٠	إدمان الشراء (addictive buying)

٥. مقياس تقدير الذات

١-٥ وصف المقياس:

أعدّ الباحثان مقياساً مبتكراً لتقييم تقدير الذات وإجراء تعديلات عليه بالاستناد إلى الأدبيات النظرية والتربوية والدراسات السابقة، وخاصة دراسة رشموي (٢٠١٣). وقد تألف المقياس بصيغته النهائية من (٣٢) فقرة، تهدف إلى قياس مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، نأمل الرجوع إلى الملحق رقم (2).

٢-٥ صدق المقياس:

أ. الصدق الظاهري:

عرض الباحثان المقياس على (ثمانية) من المحكمين المعتمدين في الجامعات في فلسطين وهم من اصحاب الخبرة والاختصاص، الذين أبدوا ملاحظات حول صياغة بعض الفقرات التي تم تعديلها بناءً على ملاحظاتهم، أنظر ملحق رقم (١).

ب. صدق البناء:

من أجل التأكد صدق المقياس، تم إيجاد العلاقة بين فقرات المقياس والدرجة الكلية له، وذلك كما هو مبين في الجدول (5)

الجدول (٥)

مصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية لمقياس تقدير الذات

رقم الفقرة	مؤشر معامل ارتباط بيرسون (ر)	رقم الفقرة	مؤشر معامل ارتباط بيرسون (ر)
-١٠	.675**	-١٩	.528**
-١١	.658**	-٢٠	.510**
-١٢	.509**	-٢١	.560**
-١٣	.461**	-٢٢	.529**
-١٤	.586**	-٢٣	.500**
-١٥	.728**	-٢٤	.646**
-١٦	.635**	-٢٥	.582**
-١٧	.637**	-٢٦	.511**
-١٨	.649**	-٢٧	.495**
-١٩	.770**	-٢٨	.582**
-٢٠	.775**	-٢٩	.634**
-٢١	.796**	-٣٠	.542**

٢٢-	.723**	٣١-	.427**
٢٣-	.687**	٣٢-	.562**
٢٤-	.600**	٣٣-	.490**

** وهي تظهر دلالة إحصائية عند مستوى α لا يتجاوز ٠,٠١

تبين بأن سائر الفقرات الموجودة بالمقياس ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالدرجة الكلية للمقياس ودال إحصائياً، وهذا يشير بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لمقياس تقدير الذات، فبذلك يدل على صدق فقرات الاستبانة في قياس تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل.

٣-٥ الثبات

وذلك بمعادلة الثبات كرونباخ ألفا، كما جرى حسابه باستخدام التجزئة النصفية، وذلك كما هو موضح في الجدول (٦)

الجدول (٦)

معاملات الثبات لمقياس تقدير الذات

المقياس	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا معامل الثبات	التجزئة النصفية معامل الارتباط	معامل سبيرمان براون المصحح
الدرجة الكلية للمقياس	٣٢	.933	.752	.890

حقق المقياس درجة عالية من الثبات، حيث حقق "مؤشر ثبات كرونباخ ألفا" للدرجة الكلية للمقياس (٠,٩٣٣)، بينما وصل "معامل ارتباط سبيرمان براون" المعدل للدرجة الكلية للمقياس إلى (0.890).

٦- تصحيح مقياس تقدير الذات

جرى منح درجات الإجابة على فقرات المقياس التي صممها الباحثان وفقاً للبركت الخماسي، حيث تم تحديد الأوزان كالتالي: "دائماً" (٥ درجات)، "غالباً" (٤ درجات)، "أحياناً" (٣ درجات)، "نادرًا" (٢ درجة)، وأبداً" (١ درجة). ولأغراض تفسير المتوسطات الحسابية وتحديد مستوى تقدير الذات لدى أفراد عينة الدراسة، تم تحويل الدرجات إلى مستويات تتراوح بين (١-٥)، وتم تصنيف هذه المستويات إلى ثلاث فئات: مستوى منخفض (٢,٣٣ فأقل)، مستوى متوسط (٢,٣٤ – ٣,٦٧)، ومستوى مرتفع (٣,٦٨ فأكثر).

٥-٣ متغيرات الدراسة

- الجنس، طبيعة العمل، مستوى الدخل، طريقة التسوق المفضلة لديك.
- اضطراب الشراء القهري لدى أفراد عينة الدراسة في مدينة الخليل.
- تقدير الذات.

٦-٣ إجراءات الدراسة

- اعتمدت الدراسة على التراث الأدبي والنظري، المتعلق بمتغيرات هذه الدراسة، ولجأ الباحثان للدراسات المحلية وكذلك العربية والعالمية المتصلة بمتغيرات الدراسة من أجل بناء أداة الدراسة.
- حصل الباحثان على الموافقات القانونية لبدأ الدراسة من خلال (توزيع المقاييس على العينة المطلوبة لإجراء الدراسة).
- جهز المقياس وتوزيعه وجاهياً وإلكترونيًا، ومن ثم تم استقبال الردود والإجابات..
- تم إجراء المعالجات الإحصائية اللازمة للبيانات بعد فرزها وتبويبها وتحويلها إلى أرقام.

السؤال الأول: ما مدى انتشار اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل؟ استخرجت التكرارات واستخرجت النسب المئوية وهذا لمعرفة مدى انتشار اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، والجدول (٧) سيوضح ذلك:

الجدول (٧)

الأعداد والنسب المئوية لنتائج تصنيف طبيعة الشراء لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل

النسبة المئوية	التكرار	تصنيف الشراء
0.9%	6	شراء غير إلزامي (عادي)
22.6%	146	شراء ترفيهي
52.9%	342	شراء حدودي (بين الترفيهي والقهري: اندفاعي)
20.3%	131	شراء قهري
3.3%	21	إدمان الشراء
100.0	646	المجموع

تُظهر البيانات في جدول (٧) أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانت دافعيّتهم للشراء ما بين (الترفيهي والقهري) (اندفاعيين)، حيث بلغ عددهم (٣٤٢) موظفاً وموظفةً ونسبة مئوية بلغت (٥٢,٩%)، تلاهم الذين كانت دافعيّتهم للشراء (ترفيهيّة)، حيث بلغ عددهم (١٤٦) بنسبة مئوية بلغت (٢٢,٦%)، ثم جاء الذين دافعيّتهم للشراء (شراء قهري) وبلغ عددهم (١٣١) موظفاً وموظفةً بنسبة مئوية بلغت (٢٠,٣%)، ثم جاء مدمني الشراء وبلغ عددهم (٢١) موظفاً وموظفةً بنسبة مئوية (٣,٣%)، وحل أخيراً الموظفون الذين شرائهم (عادي) والذين بلغ عددهم (٦) موظفين، ونسبة مئوية (٠,٩%).

لذا فإن الموظفين والموظفات الذين ينطبق عليهم اضطراب الشراء القهري، هم الموظفون الذين لديهم اضطراب شراء قهري والموظفون مدمنو الشراء الذين بلغ عددهم معاً (١٥٢) موظفاً وموظفةً بنسبة مئوية بلغت (٢٣,٦%) من عينة الدراسة الكلية، وهذه هي العينة التي ستتم عليها المعالجة الإحصائية. والجدول (٨) يوضح الخصائص الديموغرافية للموظفين والموظفات الذين لديهم اضطراب شراء قهري.

الجدول (٨)

الخصائص الديموغرافية للموظفين والموظفات الذين لديهم اضطراب تسوق قهري

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	56	36.8
	انثى	96	63.2
	المجموع	152	100.0
نوع الوظيفة	قطاع خاص	58	38.2
	قطاع عام	94	61.8
	المجموع	152	100.0
مستوى الدخل	متدني	30	19.7
	متوسط	110	72.4
	مرتفع	12	7.9
	المجموع	152	100.0
طريقة التسوق المفضلة لديك	تسوق مباشر	85	55.9
	تسوق إلكتروني	7	4.6
	الإثنين معاً	60	39.5
	المجموع	152	100.0

السؤال الثاني: ما أهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم؟

لتقديم إجابة على السؤال الثاني: حسبت المتوسطات الحسابية وبعدها الانحرافات المعيارية وتقدير الأوزان النسبية لأهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم. وذلك كما هو موضح في الجدول (٩).

الجدول (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لأهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم، مرتبة تنازلياً (ن=١٥٢)

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	تصنيف الشراء
17	أنا متهور قليلاً بشأن ما أشتريه	3.84	0.70	76.8	قهري
11	يعتبرني الآخرون من محبي التسوق	3.70	0.69	74.0	قهري
18	أعتبر نفسي مهووساً بالشراء	3.70	0.72	74.0	قهري
7	إن شرائي للأشياء يشعرني أحياناً بتحسن حالتي المزاجية	3.70	0.64	74.0	قهري
10	تحتوي خزانة ملابسني على أكياس تسوق غير مفتوحة بداخلها	3.68	0.68	73.6	قهري
14	غالبًا ما أشتري أشياء لا أحتاجها	3.66	0.64	73.2	قهري
9	أعتقد حقًا أن الحصول على المزيد من المال سيحل معظم مشاكلني	3.66	0.67	73.2	قهري
16	أشتري الأشياء دون تفكير	3.64	0.64	72.8	قهري
12	أشتري شيئاً لنفسني كل يوم تقريباً	3.63	0.62	72.6	قهري
13	تتمحور معظم حياتني حول شراء الأشياء	3.57	0.58	71.4	قهري
15	غالبًا ما أشتري أشياء لم أكن أخطط لشرائها	3.56	0.73	71.2	قهري
8	في بعض الأحيان، أريد فقط شراء أشياء ولا أهتم بما أشتريه	3.52	0.74	70.4	قهري
3	أفترض المال عندما أعلم أنه ليس لدي موارد كافية تحت تصرفني	3.43	0.82	68.6	قهري
6	أشعر بالقلق أو التوتر في الأيام التي لا أذهب فيها للتسوق	3.38	0.72	67.6	قهري
4	إذا كان لدي أي أموال متبقية في نهاية الشهر، فلا بد لي من إنفاقها	3.38	0.76	67.6	قهري
2	أشعر أن الآخرين سيصابون بالدهشة إذا عرفوا عاداتني في الإنفاق	3.37	0.82	67.4	قهري
5	من المهم أن أشتري حتى لو اضطرت للاستدانة من البنك	3.24	0.78	64.8	قهري
1	أشتري أشياء رغم أنني لا أستطيع تحمل تكلفتها	3.18	0.81	63.6	قهري
	المتوسط العام لاضطراب الشراء القهري	3.55	0.32	71.0	قهري

تشير البيانات الواردة في الجدول (٩) أن أهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم كان متوسطها العام (٣,٥٥) بنسبة مئوية بلغت (٧١,٠%).

ويوضح جدول (٩) أن أهم مظاهر اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم كانت كالآتي: أنا متهور قليلاً بشأن ما أشتريه، ويعتبرني الآخرون من محبي التسوق، وأعتبر نفسي مهووساً بالشراء، وإن شرائي للأشياء يشعري أحياناً بتحسّن حالتي المزاجية، وتحتوي خزّانة ملابسي على أكياس تسوق غير مفتوحة بداخلها. بينما جاءت أقل مظاهر اضطراب الشراء القهري على النحو الآتي: أشتري أشياء رغم أنني لا أستطيع تحمل تكلفتها، ومن المهم أن أشتري، حتى لو اضطرت للاستدانة من البنك، وأشعر أن الآخرين سيصابون بالدهشة إذا عرفوا عاداتي في الإنفاق، وإذا كان لدي أي أموال متبقية في نهاية الشهر، فلا بد لي من إنفاقها، وأشعر بالقلق أو التوتر في الأيام التي لا أذهب فيها للتسوق.

السؤال الثالث: ما مستوى تقدير الذات للموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم؟

لتقديم إجابة عن السؤال الثالث، تم حساب المتوسطات الحسابية وبعدها الانحرافات المعيارية وتقدير الأوزان النسبية وذلك لمعرفة مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي الشراء القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم. كما هو موضح في الجدول (١٠).

الجدول (١٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم، مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	المستوى
14	أشعر أن لوجودي أهمية في مكان عملي.	3.47	0.88	69.4	متوسط
20	لدي اتجاه إيجابي حول نفسي.	3.32	1.20	66.4	متوسط
17	أشعر أنني قادر على جذب اهتمام الآخرين ولطفهم.	3.28	1.28	65.6	متوسط
22	أميل إلى تعزيز الصفات المحببة عند الآخرين.	3.28	1.37	65.6	متوسط
13	لدي ثقة بنفسي فيما أقوم بعمله.	3.28	0.82	65.6	متوسط
16	أشعر بقدرتي على تقبل المواقف الاجتماعية الجديدة.	3.22	1.32	64.4	متوسط
21	أعتقد أنه يتوجب عليّ المشاركة في بيئة العمل بإيجابية.	3.21	1.39	64.2	متوسط
18	أشعر بالارتياح عند عودتي إلى المنزل	3.18	1.44	63.6	متوسط
12	أشعر بالثقة من مظهري الخارجي	3.16	1.03	63.2	متوسط
11	أشعر أن وزني متناسب مع بنية جسمي.	3.10	1.00	62.0	متوسط
19	تتوافق أفكارتي مع سلوكي.	3.09	1.33	61.8	متوسط
23	أتجنب الإساءة في معاملة زملائي في العمل.	3.08	1.26	61.6	متوسط
24	أحرص بآمانة مهما كانت المغريات	3.04	1.33	60.8	متوسط
30	أشعر بقدرتي على حسن التصرف عندما أتعرض لمواقف ضاغطة	3.03	1.26	60.6	متوسط
26	أغير من أفكاري بما يتناسب مع الموقف.	3.01	1.43	60.2	متوسط
15	أشعر بمحبة زملائي وتشجيعهم لي دائماً.	2.96	0.81	59.2	متوسط
25	أحرص بحكمة في مواجهة المواقف الحرجة.	2.89	1.39	57.8	متوسط
29	أجد سهولة في اتخاذ قراراتي بنفسي.	2.85	1.29	57.0	متوسط
27	تساعدني قدراتي العقلية في النجاح والتميز في الحياة.	2.73	1.36	54.6	متوسط
28	تساعدني قدراتي العقلية على القيام بالمهام الموكلة إلى بدقة.	2.72	1.31	54.4	متوسط
10	أتمتع باللياقة البدنية العالية.	2.67	0.95	53.4	متوسط
9	أشعر بالإرهاق الشديد عند بذل أي جهد عضلي.	2.51	0.77	50.2	متوسط
3	أطرح الأسئلة دون حرج أو خوف.	2.45	0.73	49.0	متوسط
1	أنا سعيد بوجودي بين زملائي في العمل.	2.36	0.76	47.2	متوسط

2	أبادر بالحديث مع غيري من الآخرين	2.29	0.70	45.8	منخفض
8	توحي صلابة جسمي بشخصية قوية.	2.29	0.72	45.8	منخفض
7	أشعر أن حركاتي الجسمية خارج المنزل تتسم باللاتزان.	2.28	0.73	45.6	منخفض
4	أشعر بالراحة عندما أكون مع الآخرين.	2.26	0.72	45.2	منخفض
6	أشعر بقدرتي على التواصل مع الآخرين	2.24	0.69	44.8	منخفض
5	أجد سهولة في الاندماج مع أفراد المجتمع.	2.15	0.68	43.0	منخفض
	المتوسط العام لمستوى تقدير الذات	2.85	0.46	57.0	متوسط

يتضح من الجدول (١٠) أن مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري بمدينة الخليل ووفقاً لرؤيتهم، كان المستوى يقع ضمن الفئة المتوسطة حيث كان المتوسط الحسابي لمستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل (٢,٨٥) نسبة مئوية بلغت (٥٧,٠%).

وبوضح جدول (١٠) أن الفقرات (١٤، ٢٠، ١٧، ٢٢، ١٣): قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لمستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم، والتي نصها: "أشعر أن لوجودي أهمية في مكان عملي"، و"الذي اتجاه إيجابي حول نفسي"، و"أشعر أنني قادر على جذب اهتمام الآخرين ولطفهم"، و"أميل إلى تعزيز الصفات المحببة عند الآخرين"، و"الذي ثقة بنفسني فيما أقوم بعمله"، وجاءت جميعها بمستوى تقدير متوسط. أما الفقرات (٥، ٦، ٤، ٧، ٨): كانت أقل درجة موافقة لمستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة الخليل من وجهة نظرهم، والتي نصها: "أجد سهولة في الاندماج مع أفراد المجتمع"، و"أشعر بقدرتي على التواصل مع الآخرين"، و"أشعر بالراحة عندما أكون مع الآخرين"، و"أشعر أن حركاتي الجسمية خارج المنزل تتسم باللاتزان"، و"توحي صلابة جسمي بشخصية قوية"، وجاءت جميعها بمستوى تقدير منخفض.

السؤال الرابع: هل يوجد علاقة ارتباطية دالة بين اضطراب التسوق القهري وبين مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل؟

للإجابة عن السؤال الرابع، استخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لإيجاد العلاقة بين اضطراب التسوق القهري وبين مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، كما هو مذكور في الجدول (١١).

الجدول (١١)

نتائج معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين اضطراب التسوق القهري وبين مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل من جهة أخرى.

المتغيرات	قيمة (r)	الدلالة الإحصائية
اضطراب التسوق القهري * تقدير الذات	-0.402**	0.001

** وهي وتظهر دلالة إحصائية ملحوظة عند مستوى معنوية لا يتجاوز ٠,٠١.

تدل البيانات الواردة في الجدول (١١) أن مؤشر "معامل الارتباط" بين اضطراب التسوق القهري ومستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل قد بلغ (٠,٤٠٢)، مع دلالة إحصائية قدرها (٠,٠٠١). وهذا يشير إلى وجود علاقة عكسية سلبية معنوية بين اضطراب التسوق القهري ومستوى تقدير الذات، مما يعني أنه كلما ازدادت أعراض اضطراب التسوق القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، انخفض مستوى تقدير الذات لديهم، والعكس صحيح.

السؤال الخامس: ما درجة إسهام تقدير الذات لدى الموظفين في مدينة الخليل في التنبؤ باضطراب التسوق القهري لديهم؟

لتقديم إجابة واضحة عن السؤال الخامس، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول (١٢):

جدول (١٢)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لدرجة إسهام تقدير الذات لدى الموظفين في مدينة الخليل في التنبؤ باضطراب التسوق القهري لديهم

المتغير المستقل	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة (ف) ودلالاتها الإحصائية
المقدار الثابت	4.348	0.151		28.798	0.001	٢٨,٩٥٤
تقدير الذات (X)	-0.282	0.052	-0.402	-5.381	0.001	٠,٠٠١*
معامل الارتباط = ٠,٤٠٢		معامل التحديد = ٠,١٦٢		معامل التحديد المعدل = ٠,١٥٦		

* وتعد ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية يبلغ ٠,٠٥ أو أقل

يتضح من البيانات المعروضة في الجدول (١٢) أن النموذج يتمتع بدرجة عالية من الثبات، حيث تمثلت قيمة (F) المحسوبة ٢٨,٩٥٤ مع دلالة احتمالية بلغت ٠,٠٠١، وهي أدنى من مستوى المعنوية الإحصائية (٠,٠٥)، مما يعكس إلى تمتع النموذج بقوة تنبؤية مرتفعة.

يعرض الجدول (١٢) أن المتغير المستقل "تقدير الذات" يُحدث تأثيراً في "اضطراب الشراء القهري"، وذلك استناداً إلى قيمة t المحسوبة التي بلغت 5.381، وهي أعلى من القيمة الجدولية البالغة 1.96 عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وبالرجوع إلى قيمة معامل التحديد المعدل (R^2)، تبين أن "تقدير الذات" يفسر ما نسبته 15.6% من التباين في المتغير التابع "اضطراب الشراء القهري".

وقد تم التعبير عن العلاقة بين المتغيرين من خلال المعادلة الخطية التالية:

$$Y = 4.348 - 0.282X$$

حيث تمثل Y اضطراب الشراء القهري، وتمثل X تقدير الذات.

يتضح من المعادلة (١) السابقة أن كل زيادة بمقدار (١) صحيح في قيمة المتغير المستقل (X) تقدير الذات تؤدي إلى انخفاض بمقدار ٠,٢٨٢ في قيمة المتغير التابع (Y) اضطراب الشراء القهري، وهذا يشير إلى أن ارتفاع مستوى تقدير الذات لدى الموظف/ة يُسهم في الحد من حدة اضطراب الشراء القهري بشكل ملحوظ.

٤- مناقشة نتائج الدراسة:

بينت نتائج هذه الدراسة أن غالبية الموظفين وهم عينة الدراسة كانت دافعيّتهم للشراء ما بين (الترفيهي والقهري) (اندفاعيين)، بنسبة مئوية بلغت (٩٠,٢٢%)، تلاهم الذين كانت دافعيّتهم للشراء (ترفيهيّة)، بنسبة مئوية بلغت (٦,٢٢%)، ثم جاء الذين دافعيّتهم للشراء (شراء قهري) بنسبة مئوية بلغت (٣,٢٠%)، ثم جاء مدمنو الشراء بنسبة مئوية (٣,٣%)، وحل الموظفون أخيراً الذين شرائهم (عادي) بنسبة مئوية (٠,٩%).

يرى الباحثان أن دراسة سلوك الشراء يتعلق بفهم العوامل والمتغيرات التي تؤثر على سلوك الأفراد بشكل عام، وفي أوقات التسوق والشراء بشكل خاص، فيمكن أن يشمل تفسير السلوك الشرائي العوامل البيئية والاجتماعية والثقافية للمستهلك، ولها علاقة ببيئة المستهلك الخارجية، وهي تتجلى في تأثير الأهل والأصدقاء وجماعات الضغط على سلوك الشراء.

كما إن دراسة سلوك الشراء تستلزم فهم العناصر والمتغيرات التي تؤثر على سلوك الناس عموماً، وخاصةً عند التسوق والشراء، ويمكن دمج التأثيرات الخارجية على المستهلك، كالجوانب الاجتماعية والثقافية والبيئية، في تفسير سلوك المستهلك. وتوضح هذه العناصر كيف تؤثر مجموعات الأقران والعائلة والأصدقاء على سلوك المستهلك.

وتتفق في ذلك مختلف الاتجاهات النفسية التي تناولت تفسير اضطراب الشراء القهري وسعت إلى تبيان أسبابه، على أن الشراء القهري يشعر الأفراد بالسعادة والاحترام وتقبل الآخرين، وهذه الحاجات التي حددها ماسلو في هرم الاحتياجات الإنسانية تكون في قمة الهرم، بينما قاع الهرم يكون للاحتياجات الأساسية والضرورية للبقاء على قيد الحياة.

بينت النتائج أن أهم مظاهر اضطراب التسوق كان متوسطها العام (٣,٥٥) بنسبة مئوية بلغت (٧١,٠%)، وأن أبرز أشكال مظاهر اضطراب الشراء القهري للموظفين والموظفات في مدينة الخليل من وجهة نظرهم كانت: (متهور قليلاً بشأن ما يتم شراؤه، واعتبار الآخرين أنه من محبي التسوق). ويرى الباحثان أن العوامل النفسية يمكن أن تلعب دوراً في زيادة احتمالية حدوث اضطراب الشراء القهري، مثل حالات التوتر والقلق والاكتئاب وانخفاض تقدير الذات، فنتجته هؤلاء الأشخاص المستهلكين إلى التسوق كوسيلة للتعامل معها، إضافة إلى أن وصول الأفراد إلى الخدمات بواسطة تكنولوجيا حديثة كالهواتف يزيد من حدوث اضطراب التسوق القهري، فقد أدى التوسع والتطور في خدمات التسوق عبر الإنترنت إلى زيادة الوصول إلى المنتجات وسهولة الشراء بما يشكل حافزاً ودافعاً نحو التسوق.

ويرجع الباحثان اعتبار التهور بشأن ما يتم شراؤه أبرز مظاهر اضطراب التسوق القهري، إلى اعتقاد المستهلكين ذوي اضطراب الشراء القهري للشراء وسيلة للتخلص من الضغوط النفسية والعاطفية، ولذلك فإنهم يعتبرون شرائهم في كثير من الحالات متهوراً إلا أنه يسهم في التخفيف الفوري من حدة القلق والتوتر والحزن.

إن مستوى تقدير الذات لدى الموظفين والموظفات ذوي اضطراب التسوق القهري في مدينة وقللاً لآرائهم كان متوسطاً، وأن أبرز مظاهر تقدير الذات كانت الشعور بأهمية مكان العمل، والاتجاه الإيجابي حول الذات.

ويرى الباحثان أن تقدير الذات يشير إلى كيفية تقدير الفرد لنفسه وصورته الذاتية أي أنه يكون ضمناً الاعتراف بالقيمة والمهارات الشخصية والإيجابيات والإنجازات الخاصة به، ويتميز هذا المفهوم عند الحديث عن بيئة العمل والموظفين بأنه يرتبط بتقدير الشخص لنجاحاته وإنجازاته في بيئة العمل والاعتراف بمساهمته في تقدير قيمته لذاته، وأن هذا المفهوم داخل بيئة العمل سواء كان إيجابياً أو سلبياً يؤثر على المشاركة الفعالة في العمل، والاستمتاع بالتحديات وتطوير المهارات، وبناء علاقات مهنية. ويرجع الباحثان هذه النتيجة والتي كانت بدرجة متوسطة إلى مستوى الدعم والتقدير سواء داخل بيئة العمل، أو خارجها، فعلى الرغم من أن البحث عن الدعم والتقدير هو أحد مسببات اضطراب الهوس نحو التسوق، إلا أنه في الوقت ذاته قد يكون سبب في انخفاض تقدير الذات، إذ أنه يسبب الانتقادات اللاذعة في كثير من الأحيان، واعتبار ذلك الشراء تصرفاً خاطئاً.

وأظهرت النتائج وجود علاقة عكسية سالبة دالة بين اضطراب التسوق القهري وبين مستوى تقدير الذات، ومما يبدو أن كلما زادت أعراض اضطراب الشراء القهري لدى الموظفين والموظفات في مدينة الخليل، دل ذلك على أن مستوى تقدير الموظف لذاته ينخفض، والعكس صحيح.

وهذا يدل على أن كثرة النظريات المهمة بهذا الجانب ومحاولاتها تفسيره لم تلغ الحاجة إلى مزيد من البحث والتعمق فيه، والدراسات التي بحثت في طبيعة هذه العلاقة إلا أن اتجاه العلاقة يمكن تفسيره من خلال أكثر من محور، فهل انخفاض تقدير الذات هو بسبب في اضطراب التسوق القهري، أم أن اضطراب التسوق القهري هو السبب في انخفاض تقدير الذات.

وأظهرت النتائج أن (تقدير الذات) يؤثر في (اضطراب التسوق القهري)، ويفسر ما مقداره (١٥,٦%) من التباين في (اضطراب التسوق القهري).

ويمكن تفسير ذلك من منظور أن تقدير الذات يؤثر على اضطراب التسوق القهري عن طريق القدرة على تنظيم السلوك واتخاذ القرارات الملائمة، إذا كان لدى الفرد تقديراً أقوى لذاته ورضاً عالياً عن النفس، فقد يكون أكثر قدرة على تجنب الشراء القهري والتحكم في (التهور) في التسوق والشراء، وبالمقابل، قد يكون لدى الأفراد الذين لديهم تقدير ذات منخفض ميل إلى الانجذاب نحو الشراء القهري للتعويض أو لتحقيق تقدير الذات المؤقت.

كما أنه يمكن أن يؤثر تقدير الذات على العواطف والمشاعر المرتبطة بالسلوك الشرائي لدى المستهلكين، فإذا كان لدى الفرد تقدير الذات عالياً، فقد يكون أقل عرضة للشعور بالحاجة للتعويض أو الراحة النفسية من خلال الشراء القهري، وبالتالي فإن تقدير الذات العالي يمكن أن يقلل من احتمالية وقوع اضطراب الشراء القهري.

٥- توصيات الدراسة

- توصي الدراسة بما يأتي:
١. الاهتمام بزيادة الوعي حول السلوك الشرائي، والتخطيط له، وذلك من خلال عقد الندوات والدورات التدريبية للموظفين، نظرًا لارتفاع الدرجة بشكل كبير والتي أظهرتها النتائج في اضطراب السلوك الشرائي لدى المبحوثين.
 ٢. حث الموظفين على تحديد احتياجاتهم النفسية والعاطفية، والذي له دور فالتخفيف من اضطراب التسوق القهري وفقًا لما أظهرته نتائج الدراسة.
 ٣. الاهتمام بتوفير بيئة عمل داعمة إيجابية تشجع على التعاون والتعاطف بين الموظفين، وذلك من خلال بناء العلاقات الإيجابية والتشاركية بين الزملاء والتحفيز على تقدير مساهمات الآخرين، نظرًا لانخفاض الدرجة التي أظهرتها النتائج على الشعور بالارتياح في بيئة العمل وانعكاسها على تقدير الذات.

٦- مقترحات دراسات مستقبلية:

١. عمل المزيد من الدراسات والأبحاث على مجتمعات بحثية أخرى بما يساعد على تعميم نتائج الدراسة وتوسيعها.
٢. عمل المزيد من الأبحاث والدراسات من أجل استكشاف العوامل المختلفة التي قد تؤثر في اضطراب السلوك القهري الشرائي، مثل الرضا عن العمل.

المصادر العربية

- أبو بكر نشوة، والمعمري أحمد. (٢٠١٩). "الخصائص السيكو مترية لمقياس الشراء القهري". *المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية*، (١١)، ٢٢٣-٢٤١.
- بلال، مروة، الهنداوي، محمد، شبانة، مها. (٢٠٢٣). المحددات النفسية لنزعة التملك وأثرها على الشراء القهري "دراسة تطبيقية على مستهلكي السلع الخاصة بجمهورية مصر العربية". *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، جامعة دمياط (كلية التجارة)، الجزء الثالث، ٤(٢)، ٧٥٧-٧٩٠.
- بن جروة، حكيم. (٢٠٢١). "انعكاسات هوس الشراء القهري على سلوكيات المستهلك الجزائري مع ظهور وباء فيروس كورونا المستجد كوفيد- ١٩ دراسة ميدانية". (جانفي ٢٠٢١)، *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، ١١(١)، ١٤١-١٦٣.
- دربشي، جميلة. (٢٠١٥). اضطراب الشراء القهري وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية الأخرى، *دراسات عربية في التربية وعلم النفس*، ٥٧، ٣٤١-٣٧١.
- الربيعي، سالم. (٢٠١٩). الإدمان على التسوق عند النساء، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، ١٣٩، ١٢٦-١٧٣.
- رشناوي، رولا. (٢٠١٣). "مدى فاعلية برنامج إرشادي جمعي في مستوى تقدير الذات لدى عينة من طلبة جامعة القدس المفتوحة فرع بيت لحم"، جامعة القدس، عمادة الدراسات العليا، برنامج (رسالة ماجستير منشورة)، فلسطين.
- السيد، رجب. (٢٠١٦). الشراء القهري وعلاقته بتقدير الذات لدى عينة من طلاب الجامعة، *مجلة دراسات عربية*، ١(١٥)، ٣٦-١.
- شريج، ابتسام. (٢٠١٩). تعقيدات الذات وعلاقتها بإدمان التسوق لدى المتأخرات عن الزواج، *مجلة الأدب*، (١٣٠)، ٢٠١-٢٢٢.
- الطيب، نرمين. (٢٠٢١). "الديناميات النفسية لسلوك الأنيمانيا لدى الطلبة الجامعيين بالزقازيق". *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، ٣٤(٥)، ١٨٨-١٦٨.
- العنزي، مصلح. (٢٠١٩). قلق المستقبل وعلاقته بتقدير الذات لدى الأحداث الجانحين، *مجلة كلية التربية*، ١٢(٣٥)، ٤٢٠-٤٦٤.
- القحطاني، ظافر. (٢٠٢١). سلوك الشراء القهري وعلاقته بالكمالية لدى المعلمين. *مجلة العلوم الإنسانية*، ٩، ١٧٧-٢٠٢.
- كامل، وليم. (2021). اليقظة الذهنية لدى المراهقين ودورها في الحد من ممارسات الشراء الاندفاعي

- لملابس الموضة في إطار عوامل جذب مراكز التسوق، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، 2(1)، 603-678.
- الليثاني، مريم، الأنصاري، خولة. (٢٠٢١). الشراء القهري كمنبئ للاكتئاب لدى طالبات ومنسوبات جامعة أم القرى، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، ١٤(٣)، ١٤٩١-١٥٢٣.
- مسعود، أحمد طاهر. (٢٠١١). *المدخل إلى علم الاجتماع العام*، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن.
- نمر، مصطفى؛ محمد، حسن. (٢٠٢١). تقدير الذات والأمن النفسي كمنبئات بالرفاهية النفسية لدى عينة من موظفي القطاع الحكومي والخاص بمحافظة المنيا، *بالوادي الجديد، مجلة كلية الآداب*، ١٧(١٤)، ١٨٠-٢٣٩.
- النوايسة، فاطمة. (٢٠١٣). *الإرشاد النفسي والتربوي*. دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.

Foreign References

- Aboujaoude, E. (2014). Compulsive buying disorder: A review and update. *Current pharmaceutical design*, 20(25), 4021-4025.
- Aydin, D., Selvi, Y., Kandeger, A., & Boysan, M. (2021). The relationship of consumers' compulsive buying behavior with biological rhythm, impulsivity, and fear of missing out. *Biological Rhythm Research*, 52(10), 1514-1522.
- Grant, Jon E., & Samuel R. Chamberlain. (2024). "Compulsive buying disorder: Conceptualization based on addictive, impulsive, and obsessive-compulsive features and comorbidity." *Psychiatry Research Communications* 4.4: 100199.
- Moon, M. A., & Attiq, S. (2018). Psychometric validation and prevalence of compulsive buying behavior in an emerging economy. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*, 5(2), 92-113.
- Suandy, S., Aulia, N., & Lubis, Y. E. P. (2025). The Relationship Between Compulsive-Impulsive Behavior and Online Shopping Among Medical Students. *Journal Keperawatan Priority*, 8(1), 162-169.

Translated References

- Abu Bakr, N. & Al-Maamari, A. (2019). "Psychometric Properties of the Compulsive Buying Scale." *Arab Journal of Educational and Psychological Sciences*, (11), 223-241.
- Al-Anzi, M. (2019). Future Anxiety and Its Relationship to Self-Esteem among Juvenile Delinquents. *Journal of the Faculty of Education*, 12(35), 420-464.
- Al-Lahyani, M. & Al-Ansari, Kh. (2021). Compulsive Buying as a Predictor of Depression among Female Students and Staff at Umm Al-Qura University, *Journal of Educational and Psychological Sciences*, 14(3), 1491-1523.
- Al-Nawaisa, F. (2013). *Psychological and educational counseling*. Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution, Jordan.
- Al-Qahtani, Dh. (2021). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perfectionism among Teachers. *Journal of Humanities*, 9, 177-202.

- Al-Rubaie, S. (2019). Shopping Addiction in Women, *Journal of Educational and Psychological Sciences*, 139, 126-173.
- Al-Sayed, R. (2016). Compulsive Buying and Its Relationship to Self-Esteem among a Sample of University Students, *Journal of Arab Studies*, 1(15), 1-36.
- Al-Tayeb, N. (2021). "Psychological Dynamics of Anomie Behavior among University Students in Zagazig." *Journal of Educational and Psychological Sciences*, 34(5), 168-188.
- Ben Jerwa, H. (2021). "Implications of Compulsive Buying Obsession on Algerian Consumer Behavior with the Emergence of the Novel Coronavirus (COVID-19) Pandemic: A Field Study." (January 2021), *Journal of Strategy and Development*, 11(1), 141-163.
- Bilal, M., Al-Hindawi, M., & Shabana, M. (2023). "Psychological Determinants of Acquisitive Tendency and Its Impact on Compulsive Buying." An Applied Study on Consumers of Private Goods in the Arab Republic of Egypt. *Scientific Journal of Financial and Commercial Studies and Research, Damietta University (Faculty of Commerce), Part Three*, 4(2), 757-790.
- Darbashi, J. (2015). Compulsive Buying Disorder and Its Relationship to Other Psychological Disorders, *Arab Studies in Education and Psychology*, 57, 341-371.
- Kamel, W. (2021). Mindfulness among Adolescents and Its Role in Reducing Impulsive Buying of Fashion Clothing in the Context of Shopping Mall Attractiveness. *Scientific Journal of Financial and Commercial Studies and Research*, 2(1), 603-678.
- Masoud, A. T. (2011). *Introduction to General Sociology*, Dar Jalis Al-Zaman for Publishing and Distribution, Jordan.
- Nimr, M., & Mohamed, H. (2021). Self-Esteem and Psychological Security as Predictors of Psychological Well-being among a Sample of Public and Private Sector Employees in Minya Governorate, New Valley, *Faculty of Arts Journal*, 7(14), 180-239.
- Rishmawi, R. (2013). "The Effectiveness of a Group Counseling Program on Self-Esteem among a Sample of Students at Al-Quds Open University, Bethlehem Branch," Al-Quds University, Deanship of Graduate Studies, Program (Published Master's Thesis), Palestine.
- Shraiji, I. (2019). The Complexities of the Self and Its Relationship to Shopping Addiction among Late-Married Women, *Journal of Arts*, (130), 201-222.