

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال في مدينة أريحا

د. رحاب عارف السعدي \*

### الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال، والرضا عن الدراسة لديهم. تكونت عينة الدراسة من (230) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. استخدمت الباحثة مقياس أبو غزال (2012) لقياس التسويق الأكاديمي والمكون من (21) فقرة، ومقياس الرضا عن الدراسة من إعداد الباحثة والمكون من (24) فقرة. أظهرت نتائج الدراسة أن درجة التسويق والرضا عن الدراسة لدى طلبة جامعة الاستقلال كانت متوسطة. وأشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال تبعاً لمتغيري الجنس والسنة الدراسية. في حين كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المعدل التراكمي لصالح الطلبة الذين تتراوح معدلاتهم (65-74.9). كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في الرضا عن الدراسة لدى الطلبة تبعاً لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية، والمعدل التراكمي). فيما أشارت النتائج إلى وجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات التسويق الأكاديمي وبين الرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال. وقد أوصت الباحثة بضرورة اهتمام المسؤولين بالبحث عن الأسباب التي تدفع الطلبة للتسويق، وإجراء المزيد من البحوث التي تبحث في أسباب التسويق والمشكلات التي تواجه الطلبة.

كلمات مفتاحية: التسويق الأكاديمي، والرضا عن الدراسة، وجامعة الاستقلال.

### Academic Procrastination and Its Relationship with Satisfaction with University Studying among Al-Istiqlal University Students in Jericho City

### Abstract

The current study aimed to reveal the relationship between academic procrastination among Al-Istiqlal University students and satisfaction with studying by them. The sample of the study consisted of (230) male and female students who were chosen by the simple random method. The researcher used Abu-Ghazaleh Measure to measure academic procrastination which consists of (21) items and the measure of satisfaction with studying which consists of (24) items. The results of the study revealed that the degree of procrastination and

satisfaction with studying among Al-Istiqlal University students was medium. The results also pointed out that there were no statistically significant differences in the mediums of the academic procrastination among Al-Istiqlal University students according to the variables of gender and academic year. However, there were statistically significant differences according to the variable of the cumulative average for the benefit of the students whose averages were (65-74.9). The results also indicated that there were no statistically significant differences in satisfaction with studying among the students according to the variables of gender, academic year and cumulative average. The results also revealed that there is a negative relationship which is statistically significant between the mediums of academic procrastination and satisfaction with university studying among Al-Istiqlal University students. The researcher recommended that it is necessary that those who are responsible should take interest in searching for the causes which motivate students to procrastinate and to conduct more research which investigates the reasons for procrastination and the problems which face the students.

**Key Words: Academic Procrastination, Satisfaction with Studying, Al-Istiqlal University**

#### مقدمة:

يلجأ الطلبة في حياتهم اليومية إلى تأجيل بعض من المهمات والواجبات المنوطة بهم، وهذا يعد أمراً شائعاً ومقبولاً، إلا أن التأجيل المستمر والمتكرر يدل على ضعف أو غياب التنظيم الذاتي للطالب، مما يؤثر على تحصيله الأكاديمي، ويعتبر هدراً للوقت وعدم استثماره بالطريقة الصحيحة، مما يؤدي إلى الشعور بالذنب لعدم إنجاز المهمات المطلوبة. إن هذا التأجيل المستمر يسمى التسويق الأكاديمي.

يعد التسويق الأكاديمي ظاهرة معقدة بمكوناته المعرفية والوجدانية والسلوكية، والتي تتطوي على التأجيل المتعمد دون الوعي بالآثار السلبية المحتملة (Chow, 2011)، وليس مجرد وجود عجز في إدارة الوقت أو عادات الدراسة السيئة. (Rakes & Dunn, 2010). وهو أيضاً من المشكلات واسعة الانتشار بين صفوف الطلبة، والتي تتعلق بالتنظيم الذاتي لديهم، وما يترتب على ذلك من تأجيل أو تأخير إنجاز المهمات والواجبات الموكلة إليهم. (Karatas, 2015)، وفشل الأفراد من خلاله في توجيه عمليات التعلم من خلال تحديد الأهداف المناسبة لهم، وتطبيق الإستراتيجيات الملائمة لتحقيق أهدافهم. (Tan, et al, 2008).

وسلوك التسويف الأكاديمي يهدف إلى تأجيل حضور الدروس والقيام بالواجبات المنزلية، ويعد هذا مشكلة معرفية تتعلق بأفكار ومعتقدات غير عقلانية تتعلق بطروفهم وعملهم والنتائج المترتبة على ذلك، بالرغم من وعيهم لهذه النتائج السلبية، والتي - غالباً - ما تؤدي إلى القلق والاكتئاب، كما أن التسويف يؤدي أيضاً إلى الإجهاد والمرض وتحقيق مستويات دنيا من الكفاءة الذاتية والأكاديمية (Kandemir, 2014)، كذلك انخفاض في تقدير الذات وعدم الثقة بالنفس وعدم القدرة على تنظيم الأفكار. (Cavusoglu & Karatas, 2015)، والخوف من الفشل والرفض الاجتماعي، والشعور بالذنب، والإحساس بعدم القيمة. (Khan, et al, 2014). (صالح وصالح، 2013).

ويمكن تعريف التسويف الأكاديمي بأنه: تأخير للمهام الأكاديمية الأساسية مثل التحضير للامتحان والمهام المتعلقة بالأمور الإدارية المتعلقة بالمدرسة. (Abu & Saral, 2016). ويمكن تعريفه أيضاً بأنه: تأخير أو تأجيل للمهام الأكاديمية، مثل التحضير للامتحانات والواجبات المنزلية حتى اللحظة الأخيرة خوفاً من الوقوع بالخطأ، وهذا ناجم عن إدارة الوقت بطريقة سيئة مما يؤدي للشعور بعدم الراحة. (Çapan, 2010).

ويمكن اعتبار التسويف أيضاً سلوكاً مسبباً للإعاقة النفسية التي تؤدي إلى إهدار الوقت وضعف الأداء الأكاديمي. (السلمي، 2015). وهو يؤدي أيضاً إلى نتائج سلوكية غير فعالة وغير قادرة على التعامل مع البيئة المحيطة. (Khan, et al, 2014).

وتلعب بعض العوامل النفسية دوراً هاماً في تعزيز أو تخفيض الأداء الأكاديمي، مثل: فاعلية الذات ودافعية الإنجاز وأيضاً التسويف الأكاديمي. (Azar, 2013). وقد أظهرت بعض الدراسات أن التسويف مشكلة سلوكية بين طلاب المدارس والجامعات، حيث بلغت نسبة التسويف عند الكبار 20%، بينما كانت عند طلبة المدارس والجامعات 70-95%. (Gargari, et al: 2011)، وأن 50% من الطلبة يعمدون إلى التسويف بشكل مستمر. (Drysdale & Mcbeath, 2014).

إن سلوك التسويف يمكن أن يكون مؤقتاً أو دائماً، ويمكن أن يشكل سلوكاً بعدم القدرة على اتخاذ القرار أو يشكل جانباً معرفياً من خلال تأجيل اتخاذ هذه القرارات. (Jadidi, et al, 2011). كما أظهرت بعض الدراسات وجود علاقة سلبية بين سلوك التسويف الأكاديمي والإنجاز الأكاديمي

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

للطلبة. (Babadogan, 2010). فهو يؤدي إلى التأخير في الواجبات المدرسية، والفشل الدراسي والتسرب من المدرسة والانسحاب من المهمات الصعبة. (Cavusoglu & Karatas, 2015). ويمكن دراسة ظاهرة التسويق ضمن خمسة من العناوين الرئيسية: التسويق العام، والتسويق الأكاديمي، والتسويق في صنع القرار، والتسويق العصائبي، والتسويق غير الوسواسي. (Sirin, 2011). وللتغلب على هذه المشكلة يجب أن يكون هؤلاء الطلبة على بيّنة من مسؤولياتهم، وجعلهم يبذلون الجهد اللازم دون تأجيل، ومعرفة الأسباب التي تكمن وراء تأجيلهم للأعمال والواجبات ضمن مفهوم السببية، كذلك معرفة السمات الشخصية لهم كالمسؤولية، والانبساطية، والكمالية والهوس ومستويات منخفضة من التسامح. (Kagan, et al, 2010; Kiamarsi, 2014). وهناك من التسويق الذي يرتبط بظرف معين أو التسويق المزمّن، وهذا التسويق سلوك يؤدي بالفرد إلى تجربة شعوره بالعجز وعدم القدرة على التأقلم مع البيئة. أما التسويق الظرفي فهو الذي يحدث خلال فترات معينة في الحياة، وهو أقل شيوعاً. (Abu & Saral, 2016; Roghani, et al, 2015). وهناك نوعان من الأفراد المسوفين، هما: المسوفون السلبيون (Passive Procrastinators) الذين يقومون بتأجيل إنجاز المهمات إلى اللحظات الأخيرة، وذلك لعد قدرتهم على اتخاذ قرارات حاسمة في حينها. والنوع الثاني هم المسوفون الإيجابيون (Active Procrastinator) وهم الذين يقومون بتأجيل مخططاتهم مع قدرتهم على إكمال المهمات في موعدها. (السلمي، 2015). وأن التسويق ينتشر بين الرجال أكثر من النساء، إن عدم الوفاء بالمواعيد النهائية لتنفيذ الواجبات في الوقت المحدد ستكون عواقبه مرهقة من حيث إدراك الأفراد السلبي عن قدراتهم الذاتية وماضيهم، مما يزيد من مستويات التوتر العالية؛ لذا فإن التسويق يزداد مع الضغوط النفسية. (Cerino, 2014; Sirois, et al, 2015).

وهناك ثلاثة نماذج مفسرة للتسويق الأكاديمي، منها نظرية اليس ونويس 1977: التي فسرت التسويق بأنه: الرغبة في تجنب النشاط أو القيام به في وقت متأخر، من خلال تقديم الأعدار لتبرير التأخير وتجنب اللوم، وهذا كله يدل على فشل التنظيم الذاتي بمكوناته المعرفية والسلوكية والوجدانية. (Taura, et al, 2014). وهو أيضاً ناتج عن المعتقدات اللاعقلانية للمسوفين بأنهم لا يملكون القدرة على إتمام واجباتهم بنجاح وبشكل جيد، فهم دائماً يؤجلون أعمالهم، وهم يجدون الأعدار المناسبة لذلك مما يشعروهم بالراحة. وإذا قاموا بالمهمات المطلوبة منهم فإن أداءهم يكون

سبباً مما يعزز المعتقدات الخاطئة لديهم بعدم قدرتهم على القيام بهذه المهام. (صالح وصالح، 2013). أما نظرية فاعلية الذات Self-efficacy: فهذه النظرية تستمد مبادئها الأساسية من نظرية التعلم الاجتماعي لباندورا Bandura والتي يؤكد فيها على دور التعلم بالملاحظة والتجربة الاجتماعية لتنمية الشخصية. (Azar, 2013). وأكد أيضاً بأن التسوية يتعلق بالكفاءة الذاتية، حيث إن المعتقدات غير العقلانية للفرد لها تأثير على أداء الشخص بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك من خلال أفكاره التي تدفعه للتقدم في مهمة ما، أو اتباع سلوك المماثلة الذي يؤدي به إلى الفشل. (Roghani, 2015; Katz, 2014).

فالأفراد الذين لديهم مستوى مرتفع من الكفاءة الذاتية كان سلوكهم أفضل وتفكيرهم إيجابياً، كذلك لديهم القدرة على مواجهة الصعوبات وعدم الاستسلام للفشل، هؤلاء يرون التحديات فرصة أفضل للتعلم وللنجاح الأكاديمي. في حين أن الأفراد الذين يمتلكون فاعلية متدنية يهرون دوماً من المهمات الموكلة إليهم، وليست لديهم القدرة على الأداء الجيد ويتسمون بالخوف. (Waqar, et al, 2016). والطلاب الذين لديهم فاعلية عالية لديهم القدرة على النجاح في الامتحانات، وإدارة الشؤون التعليمية الخاصة بهم، وكتابة البحوث، على عكس الطلبة الذين لديهم مستوى منخفض من الفاعلية الذين هم أكثر عرضة للانخراط في المشكلات السلوكية والتغيب عن المحاضرات والفشل الدراسي. (AlQudah, et al, 2014; Cao, 2012).

أما نظرية الدافعية فهي تعد من أهم المفاهيم التي حازت على اهتمام الباحثين من وجهات نظر فلسفية ونفسية، وذلك لتأثيرها الكبير على تعلم الطلاب والمثابرة والتحصيل الدراسي. (Azar, 2013). إن دوافع الفرد الفعالة تهدف إلى توجيه السلوك اللاحق، وهناك اتجاهان: اتجاه تحفيزي لتحقيق الرغبة في النجاح، والاتجاه الثاني: هو تجنب الفشل (الخوف من الفشل). وهذا الدافع ينبع من السعي لتحقيق المعايير من خلال الرغبة في التحدي والتفوق على الآخرين في المواقف المختلفة، والرغبة في العمل الجاد، والتطلع إلى إنجاز المهام الصعبة. (Tran, 2000). وهناك دافع داخلي ينبع من داخل الفرد، وينطوي على إرضاء الذات، بينما الدافع الخارجي يأتي من خارج الفرد، وغالباً ما ينطوي على المكافأة، ويفتقد الأفراد للدافع عندما يشعرون بأنهم غير مسيطرين على أفعالهم (Harrison. 2014).

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

وقد وصف الدافع باعتباره عملية تحفز الأفراد في دعم النشاط الموجه لهدف ما، وهذا الدافع يتم من خلاله تحديد احتياجات الفرد ورغباته، وهو يعكس أيضاً الجهد الأكاديمي للطلاب كمساهم في النجاح الأكاديمي، كما أن الدوافع الذاتية تزيد عندما يعتقد الأفراد بأنهم قادرين على الوصول إلى الأهداف المرجوة، وعندما يقومون بعملهم بإتقان وليس مجرد كسب الدرجات الجيدة، كما أن الأفراد الذين يمتلكون دوافع أكاديمية عالية يميلون إلى المثابرة وإنجاز المهام الصعبة، في حين يميل ذوو الدوافع الأكاديمية الأقل إلى تنفيذ المهمات السهلة. (Rakes & Dunn, 2010).

ويرى العديد من الباحثين أن الطلبة قد يلجأون للتسويق أثناء دراستهم الأكاديمية لأسباب عديدة، كما ذكر سلومن وروبلوم. (Solomn & Rothblum, 1994) بأن التسويق الأكاديمي يتضمن تفاعل مكونات سلوكية ومعرفية وانفعالية، وليس فقط عدم القدرة على إدارة الوقت وعادات الدراسة الخاطئة. (أحمد، 2008).

ويُعدُّ الرضا عن الدراسة دافعاً قوياً للجامعات لتلبية توقعات الطلبة لتقييم رضاهم، مما يجعلها أكثر انسجاماً لتقديم خدمة عالية الجودة. (Herdlein & Zurner, 2015). لذا فإن المؤسسة التعليمية تسعى للحصول على ميزة تنافسية في المستقبل من خلال البحث عن طرق فعالة لجذب الطلبة والاحتفاظ بهم، وتعزيز علاقات أقوى معهم. (Abu Hasan, 2008).

إن رضا الطلبة عن دراستهم يتحقق من خلال: العلاقة بين الطالب والمعلم، والخدمات المقدمة للطلاب، واستعداد المعلم ودافعيته. (Niamatullah, et al, 2015). كما أن رضا الطلبة عن دراستهم يعكس نجاح العملية التعليمية، ويؤثر في دافعيتهم للتعلم بشكل إيجابي، مما ينشط التفكير التحليلي للطلبة، ويؤدي إلى تحصيل عالٍ في دراستهم، ورضا من خبراتهم التعليمية. (Bolliger & Wasilik, 2009).

وهناك العديد من العوامل التي تؤثر في رضا الطالب منها: جودة التعليم (محتوى المادة التعليمية، والدرجات التحصيلية في التخصص، وأداء المعلم)، وهذه العوامل ترتبط إيجاباً مع رضا الطالب. (Afzal & Afzal, 2015; Herdlein & Zurner, 2015). كما أن هناك نماذج من محددات رضا الطلبة مثل سمات الطالب، والعمر، والحالة الاجتماعية والاقتصادية، واحترام الذات، وأسلوب التعلم. (Botha, et al, 2015). كذلك الأنشطة الاجتماعية والترفيهية، والبيئة الداخلية للفصول الدراسية، والأدوات المستخدمة في الأنشطة التعليمية، وعدد الساعات الدراسية والامتحانات،

والأساليب المتبعة في تحفيز الطلبة للمواد الدراسية، ورغبة المعلم للتفاعل مع الطلبة. (Solinas, 2006; Douglas, et al, 2012; et al, 2012) كذلك الأنظمة المتبعة في عملية التعليم ومدى تفاعل الطلبة وتعاونهم مع بعضهم بعض (Zhu, 2012).

وتعد درجة رضا الطلبة عن الدراسة من المنبئات الهامة لنجاح الطلبة في مهنته مستقبلاً، ومدى توافق الطالب نفسياً واجتماعياً في حياته، كما أن انخفاض درجة رضا الطالب عن الدراسة من العوامل التي تسهم في زيادة التوتر والاحترق النفسي لدى الطالب. (لزرع ونيس، 2014). من هنا ترى الباحثة أن التسويق الأكاديمي يعد من أخطر المشاكل في الحياة اليومية وفي البيئة التعليمية في المجتمعات الحديثة، وذلك لما لديه من آثار سلبية على الفرد والمجتمع، ويظهر ذلك جلياً في الأداء السيئ للأفراد، مما يزيد من مستويات التوتر لديهم، وترسخ لديهم المعتقدات الخاطئة بعدم مقدرتهم على التنظيم الذاتي والنجاح في إنجاز مهماتهم في الوقت المطلوب، مما يدفع للبحث عن الأسباب التي تحقق رضا الطالب عن الدراسة الجامعية، حتى يستطيع النجاح في دراسته الأكاديمية بدون مشكلات أو عوائق سواء ذاتية أو بيئية.

### مشكلة الدراسة وأسئلتها:

لاحظت الباحثة من خلال عملها في جامعة الاستقلال، أسلوب التسويق الذي ينتهجه الطلبة خلال العملية التعليمية، ضمن مبررات وأعدار واهية تتعلق بكثرة المهام والواجبات المناطة بهم، وعدم إتاحة الوقت الكافي لهم للدراسة، وضغط التدريبات العسكرية التي يتلقونها كون الجامعة هي جامعة أمنية، مع التذمر من الدراسة الجامعية، مبررين ذلك فشلهم في تنظيم الوقت، والذي يؤدي إلى تحصيل متدني؛ لذا تنبثق مشكلة الدراسة الحالية من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس في الدراسة:

1. هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة؟  
وللإجابة عن السؤال الرئيس لا بد من الإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية:
  1. ما درجة التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة؟
  2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجة التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية، والمعدل التراكمي)؟

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

3. ما درجة الرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجة الرضا عن الدراسة لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية، والمعدل التراكمي)؟

#### فروض الدراسة:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير السنة الدراسية.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المعدل التراكمي.
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات الجنس.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير سنوات السنة الدراسية.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المعدل التراكمي.
7. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة.

#### أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من كونها تبحث في ظاهرة هامة للأسرة التربوية، إذ إن التسويق الأكاديمي وتأجيل الواجبات سمة غالبية على الطلبة للتهرب من المسؤوليات، ومحاولة تأجيلها ضمن تديرات واهية، مما يخلق مشكلة كبيرة تضر بسير العملية التعليمية، وتحقيق الإنجاز الأكاديمي، خاصة أن جامعة الاستقلال تتميز بقوانين الانضباط والالتزام كونها جامعة أمنية، مما يترتب على طلبتها الابتعاد عن سلوك التسويق وتحقيق أعلى درجة من المسؤولية في إنجاز الواجبات في أوقاتها



المحددة. كما أن تحقيق الرضا للطلاب تؤهله نفسياً واجتماعياً لأداء مهامه مستقبلاً بنجاح. وهناك أهمية نظرية وتطبيقية للدراسة على حدّ سواء.

#### الأهمية النظرية:

- تُعدّ هذه الدراسة- كما تظن الباحثة- من الدراسات القليلة في البيئة العربية، والأولى في البيئة الفلسطينية التي بحثت العلاقة بين موضوع التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية لدى الطلبة الجامعيين.
- إثراء الجانب النظري عن مفهومي الدراسة (التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة الجامعية)، وأثر ذلك على العملية التعليمية، والأسباب الجوهرية التي تتعلق بذلك.
- تكمن أهمية الدراسة بأنها تسلط الضوء على مشكلة التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال، حيث تعد هذه المشكلة إهدار للوقت والجهد للطلبة.
- تتمحور هذه الدراسة حول طلبة جامعة الاستقلال، وما يشكل ذلك من أهمية وفاعلية في عملية البناء، خاصة أن الطلبة الخريجين سيتقلدون وظائف في المؤسسة الأمنية تنسم بالجدية والمسؤولية في العمل.

#### الأهمية التطبيقية:

- سوف تسهم نتائج الدراسة بإثارة انتباه المسؤولين وأصحاب القرار في الجامعة لتسليط الضوء على أهمية موضوع التسويق، وما يتعلق بذلك من مشكلات سلوكية وتربوية تتعلق بالطالب في جامعة الاستقلال.
- تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الهامة التي من الممكن أن تسهم في وضع الخطط الإرشادية والنفسية والتدريبية، والإستراتيجيات الخاصة للحد من سلوك التسويق، وكيفية استثمار الوقت بشكل فاعل لدى طلبة جامعة الاستقلال.
- سوف تكون هذه الدراسة مدخلاً لدراسات وأبحاث أخرى للبحث في موضوع التسويق الأكاديمي وعلاقته بمتغيرات أخرى.
- ضرورة إعداد مقاييس خاصة بالبيئة الفلسطينية عن التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة.
- يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة الحالية في مجال الإرشاد النفسي للطلبة، لزيادة الرضا عن الدراسة الجامعية لدى الطلبة.

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

- تسلط الدراسة الحالية الضوء على أهمية دراسة الخصائص السيكولوجية لطلبة الجامعة كونها جامعة أمنية، ومن المهم أن يكون طلبتها على قدر عالٍ من الالتزام والانضباط والخصائص النفسية الإيجابية.

### أهداف الدراسة:

1. التعرف إلى درجة كل من التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة لدى أفراد عينة الدراسة.
2. التعرف إلى الفروق في درجة كل من التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة في ضوء متغيرات (الجنس، والسنة الدراسية، والمعدل التراكمي).
3. الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة لدى أفراد عينة الدراسة.

### مصطلحات الدراسة:

التسويق الأكاديمي Academic Procrastination: هو "ميل الفرد لتأجيل البدء في المهمات الأكاديمية أو إكمالها، ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي". ( أبو غزال، 2012).

ويعرف التسويق الأكاديمي إجرائياً في ضوء الدرجة التي يحصل عليها الطالب على مقياس التسويق الأكاديمي المستخدم في الدراسة الحالية والمُطَوَّر من قبل غزال. (2012).

الرضا عن الدراسة Study Satisfaction: هو "مجموعة من العوامل النفسية والبيئية والعضوية والأكاديمية التي تدفع الطلبة للتعبير عن رضاهم عن الدراسة الجامعية". (الشرعة ولبابنة، 2014).

ويعرف الرضا عن الدراسة إجرائياً: الدرجة التي يحصل عليها الطالب على مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية المستخدم في الدراسة الحالية والمُطَوَّر من قبل الباحثة.

جامعة الاستقلال: أنشئت جامعة الاستقلال في العام (1998) على أرض فلسطين في مدينة أريحا تحت مسمى الأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية، وقد افتتحها السيد الرئيس محمود عباس في العام (2007)، وتم تحويلها في العام (2011) إلى جامعة، وهي الجامعة الحكومية الوحيدة المتخصصة في مجال العلوم الأمنية والعسكرية والشرطية". (www.pass.ps).

### محددات الدراسة:

- اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة جامعة الاستقلال في أريحا، للفصل الثاني من العام الدراسي 2016 / 2017.

- تتحدد نتائج الدراسة بالأدوات المستخدمة لأغراض هذه الدراسة والاستجابة على فقراتها من قبل أفراد عينة الدراسة.

#### دراسات سابقة:

#### المحور الأول- دراسات تناولت التسويق الأكاديمي:

أجرى الكفيري (2016) دراسة هدفت الكشف عن نسبة انتشار التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل. تكونت عينة الدراسة من (360) طالبة من طالبات كلية التربية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1435/1436هـ، وتم اختيارهن بالطريقة العشوائية. وقام الباحث بتطوير مقياس للتسويق الأكاديمي. أظهرت نتائج الدراسة عن مستوى متوسط لانتشار التسويق بين الطالبات.

في حين قام عبود (2016) بدراسة كان هدفها البحث عن علاقة ضغوط الحياة بالتسويق الأكاديمي، وفيما إذا كانت هذه العلاقة تختلف باختلاف جنس الطالب أو مستواه الدراسي لدى عينة مكونة من (124) طالباً وطالبة من جامعة عجلون الوطنية في الأردن. استخدم الباحث مقياس ضغوط الحياة ومقياس التسويق الأكاديمي. كما استخدم المنهج الوصفي الارتباطي في جمع البيانات وتحليلها. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمي، كذلك كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية في قوة العلاقة بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمي لصالح الذكور، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية في قوة العلاقة بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمي تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

أما السلمي (2015) فقد أجرى دراسة هدفت التعرف إلى مستوى ممارسة التسويق الأكاديمي ومستوى الدافعية والعلاقة بينهما لدى عينة من طلاب جامعة أم القرى في ضوء متغيري السنة الدراسية والموقع الجغرافي. استخدم الباحث مقياس شو وموران (Choi and Moran, 2009). تكونت عينة الدراسة من (160) طالباً من طلاب الكلية الجامعية بمكة المكرمة والليث. توصلت الدراسة إلى أن مستويي التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية كان متوسطاً. وأظهرت النتائج أيضاً وجود فروق في مستوى التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي لصالح السنة الدراسية الأولى.

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

وأشارت دراسة لاي وآخرون (Lai, et al, 2015) التي هدفت إلى بحث العلاقة بين سمات الشخصية وسلوك التسويق بين طلبة الجامعات. وتكونت عينة الدراسة من (52) من الذكور، (96) من الإناث. واستخدم الباحثون مقياس التسويق الأكاديمي ومقياس سمات الشخصية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق لصالح الذكور.

أما بوبو وآخرون (2014) فقد أجروا دراسة هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي والقلق بوصفه (سمة وحالة) لدى عينة من طلبة كلية التربية في جامعة تشرين، كما هدفت إلى معرفة الفروق بين أفراد العينة في التسويق الأكاديمي وفي القلق تبعاً لمتغير الجنس. وتكونت عينة الدراسة من (92) طالباً وطالبة من كلية التربية تم اختيارها بالطريقة العشوائية البسيطة، وطبق عليهم مقياس التسويق الأكاديمي واختبار حالة وسمة القلق. وكشفت نتائج الدراسة وجود ارتباط دال إحصائياً بين التسويق والقلق بوصفه (سمة وحالة)، في حين أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق جوهرية تعزى لمتغير الجنس في التسويق الأكاديمي والقلق، وأن أفراد العينة يعانون من تسويق أكاديمي بدرجة مرتفعة.

وهدفت دراسة خان وآخرون (Khan, et al, 2014) إلى الكشف عن درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعات والكليات في إسلام آباد في الباكستان في ضوء متغيرات الجنس، والعمر ومستوى التعليم. تكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة، (100) من طلبة الجامعات و(100) من طلبة الكليات، وتراوحت أعمار الطلبة بين (16-27) عاماً. واستخدم الباحثون مقياس التسويق الأكاديمي. وأظهرت نتائج الدراسة بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، وأن طلبة الكليات يميلون إلى التسويق أكثر من طلبة الجامعات.

في حين أجرى القدح وآخرون (AlQudah, et al, 2014) دراسة هدفت إلى كشف العلاقة بين التسويق الأكاديمي والفاعلية الذاتية. كما هدفت إلى التعرف على مستوى التسويق الأكاديمي في ضوء متغيرات نوع الكلية والمستوى الدراسي. واستخدم الباحثون مقياس التسويق الأكاديمي ومقياس الفاعلية الذاتية. تكونت عينة الدراسة من (120) من طلبة كليات العلوم والآداب في جامعة الملك سعود. وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السنة الدراسية ونوع الكلية.

وهدفت دراسة زكري وآخرون (Zakeri, et al, 2013) إلى الكشف عن العلاقة بين التسويف الأكاديمي وبين الأنماط الوالدية. تكونت عينة الدراسة من (261 من الفتيات، 134 من الفتيان) من جامعة شيراز تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. واستخدم الباحثون مقياس التسويف الأكاديمي (Solomon & Rothblum, 1984) ومقياس الأنماط الوالدية (Steinberg, 2005). وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور.

وأجرى أبو ازريق وجرادات (2013) دراسة هدفت إلى استقصاء أثر تعديل العبارات الذاتية المسببة للتسويف الأكاديمي في تخفيض التسويف الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية الأكاديمية لدى عينة من طلاب الصف العاشر. وتكون مجتمع الدراسة من (120) طالباً في الصف العاشر في إحدى مدارس لواء الرمثا. وبناء على درجات أفراد مجتمع الدراسة على مقياس التسويف الأكاديمي تم اختيار عينة الدراسة التي تكونت من (33) طالباً تم تقسيمهم عشوائياً إلى مجموعتين: مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة. وقد تلقت المجموعة التجريبية برنامجاً لتعديل العبارات الذاتية المنتجة للتسويف الأكاديمي، والذي تكون من (13) جلسة، في حين لم تتلق المجموعة الضابطة أية معالجة. وأظهرت نتائج الدراسة أن المجموعة التجريبية أظهرت انخفاضاً أعلى بشكل دال إحصائياً في التسويف وتحسناً أعلى بشكل دال في الفاعلية الذاتية.

في حين قام صالح وصالح (2013) بدراسة هدفت إلى معرفة العلاقة بين التسويف الأكاديمي وإدارة الوقت لدى طلبة كلية التربية في جامعة القادسية. تكونت عينة الدراسة من (368) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة الطباقية العشوائية ذات التوزيع المتساوي. ولغرض قياس هذا الهدف تم بناء أداة التسويف الأكاديمي مكونة من (22) فقرة. وأشارت نتائج الدراسة أنه لا يوجد لدى الطلبة تسويف أكاديمي، إلا أنهم يعانون من ضعف في إدارة الوقت. وأظهرت النتائج أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التسويف الأكاديمي تبعاً لمتغير الجنس.

وأجرى أبو غزال (2012) دراسة هدفت التعرف إلى مدى انتشار التسويف الأكاديمي وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين في ضوء متغيرات الجنس، والمستوى الدراسي والتخصص الأكاديمي. تكونت عينة الدراسة من (751) طالباً وطالبة (222 ذكوراً، 529 إناثاً) من جميع كليات جامعة اليرموك. أظهرت نتائج الدراسة أن (25.2%) من الطلبة هم من ذوي التسويف المرتفع، وأنه توجد

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

فروق دالة إحصائياً في انتشار التسويق تعزى لمتغير المستوى الدراسي لصالح طلبة السنة الرابعة، في حين لا توجد فروق دالة إحصائياً تعزى لمتغيري الجنس والتخصص الأكاديمي. أما معطي وآخرون (Motie, et al, 2012) فقد أجروا دراسة هدفت إلى فحص دور إستراتيجيات التعلم الذاتي والفروق بين الجنسين في التسويق الأكاديمي. وتكونت عينة الدراسة من (250) من طلبة الصف الأول الثانوي في إيران. وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق بين الجنسين في التسويق الأكاديمي.

وقام أوزر وساكس (Ozer & Sackes , 2011) بدراسة هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي والرضا عن الحياة لدى طلبة الجامعات. تكونت عينة الدراسة من (314) طالباً وطالبة (214 أنثى، 100 ذكر)، بين الفئة العمرية (17- 27) عاماً. واستخدم الباحثان مقياس التسويق الأكاديمي ومقياس الرضا عن الحياة. أظهرت نتائج الدراسة أن الذكور أكثر تسويقاً من الإناث. كما أشارت النتائج إلى أن الطلبة الأكثر تسويقاً هم أكثر انخفاضاً في درجة الرضا عن الحياة.

وأجرى أحمد (2008) دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين التلكؤ الأكاديمي ببعض المتغيرات النفسية (الرضا عن الدراسة والإنجاز الأكاديمي). تكونت عينة الدراسة من (200) من طلبة كليتي الشريعة واللغة العربية في جامعة الملك خالد بالسعودية. أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق بين منخفضي ومرتفعي التلكؤ الأكاديمي والرضا عن الدراسة، إذ إن منخفضي التلكؤ كانوا أكثر رضا عن الدراسة، وأن التلكؤ ارتبط ارتباطاً دالاً سلباً مع الرضا عن الدراسة. في حين هدفت دراسة (Jaradat,2004) إلى التعرف على العلاقة بين قلق الامتحان والتسويق الأكاديمي والتحصيل الدراسي والرضا عن الدراسة. تكونت عينة الدراسة من (573) طالباً في المرحلة الثانوية. أشارت نتائج الدراسة وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين التسويق الأكاديمي والتحصيل الدراسي من جهة وبين التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة من جهة أخرى.

### المحور الثاني- دراسات تناولت الرضا عن الدراسة:

أجرت أبو غالي وأبو مصطفى (2016) دراسة هدفت إلى التنبؤ بقلق المستقبل المهني في ضوء الرضا عن الدراسة. تكونت عينة الدراسة من (210) من طلبة الإرشاد النفسي في كلية التربية بجامعة الأقصى. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة عكسية بين الرضا عن الدراسة وقلق المستقبل

المهني، كذلك تبين أن مستوى الرضا عن الدراسة كان مرتفعاً حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.37). كما أظهرت عدم وجود فروق بين الجنسين في درجة الرضا عن الدراسة. أما لزعر ونيس (2014) فقد قاما بدراسة هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين الحاجات الإرشادية والرضا عن الدراسة والفروق بين الجنسين في كل من الحاجات الإرشادية ومستوى الرضا عن الدراسة لتلاميذ السنة الأولى من التعليم الثانوي. وتكونت عينة الدراسة من (150) تلميذاً وتلميذة من السنة الأولى من التعليم الثانوي تتراوح أعمارهم تقريباً بين (12، 14 عاماً)، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية. استخدم الباحثان مقياسي الحاجات الإرشادية والرضا عن الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا عن الدراسة تبعاً لمتغير الجنس لصالح الذكور. في حين أجرى الشرعة ولبابنة (2014) دراسة هدفت إلى معرفة درجة الرضا عن الدراسة في كلية إربد الجامعية التابعة لجامعة البلقاء من وجهة نظر الطالبات في ضوء متغيرات: السنة الدراسية، والتقدير، والقسم والبرنامج الدراسي. واستخدم الباحثان استبانة مكونة من (30) فقرة، تم توزيعها على (550) طالبة. وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة رضا طالبات الدبلوم والبيكالوريوس عن الدراسة في كلية إربد الجامعية متوسطة، كما أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا طالبات البكالوريوس تعزى لمتغير السنة الدراسية لصالح السنة الدراسية الأولى. وقامت اوكا (Uka , 2014) بدراسة هدفت إلى التحقق من رضا الطلبة الجامعيين من البيئة المادية والخدمات المقدمة لهم في مؤسسات التعليم العالي للإشارة إلى جودة التعليم العالي. وتكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة (130 إنثاءً، 70 ذكوراً). أظهرت النتائج أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة عن الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور. وأجرت صوالحة والعمرى (2013) دراسة هدفت إلى معرفة الحاجات الأكاديمية من وجهة نظر طلبة جامعة عمان الأهلية، ومدى رضاهم عن تحقيقها من وجهة نظرهم وفقاً لأربعة مجالات تتعلق: بالهيئة التدريسية والإدارية، ومصادر التعلم، والحاجات الخاصة بالطلبة، وعلاقة مدى الرضا عن تحقق الحاجات بمتغيرات: الجنس، ونوع الكلية، والسنة الدراسية للطالب، وجنسية الطالب. تكونت عينة الدراسة من (365) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وطبقت عليهم استبانة خاصة تكونت من (27) فقرة موزعة على أربعة مجالات. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى رضا الطلبة

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

كان متوسطاً. كما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا عن الدراسة تبعاً لمتغيري الجنس والسنة الدراسية.

في حين قام تسيما وآخرون (Tessema, et al, 2012) دراسة هدفت إلى تقييم العوامل المرتبطة أكاديمياً برضا الطلبة الجامعيين عن (جودة التعليم، والخبرات، والإرشاد الأكاديمي، والخبرة الشاملة، والإعداد المهني). أظهرت نتائج الدراسة أن هناك رضاً عاماً، لكن يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث.

### تعقيب على الدراسات السابقة:

تشير الدراسات التي تم عرضها إلى أن التسويق الأكاديمي سلوك شبه عام بين الطلبة، وهذا يرتبط بعدة أسباب سواء كانت ذاتية أو بيئية، إلا أن الباحثة لم تجد من خلال الدراسات السابقة أية دراسة بحثت في موضوع التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية في البيئة الفلسطينية، وتحديداً في جامعة أممية كجامعة الاستقلال، التي تتميز بمجموعة من الأنظمة والقوانين معتبرة بأن سلوك التسويق لا يليق برجل الأمن، بل يُعاقب عليه لأنه يدل على عدم الانضباط والالتزام بالوقت في تنفيذ المهمات. في حين أن هذه الدراسة تتشابه مع الدراسات الأخرى بأنها استهدفت الشباب الجامعي كونهم ركيزة مهمة من ركائز العملية التعليمية والتنمية، كذلك اختارت طريقة العينة العشوائية مثل باقي الدراسات، واستعرضت كذلك في دراستها دور بعض المتغيرات الديموغرافية في التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة مثل متغيرات الجنس، والسنة الدراسية، والمقاييس المستخدمة، وهي تتشابه مع الدراسات آنفة الذكر.

### الطريقة والإجراءات:

**منهج الدراسة:** استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لمناسبتة لطبيعة هذه الدراسة. حيث تم استقصاء آراء طلبة جامعة الاستقلال حول التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة.

**مجتمع الدراسة:** تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة الاستقلال، والبالغ عددهم (920) طالباً وطالبة، حسب إحصاءات رسمية صادرة عن دائرة القبول والتسجيل في جامعة الاستقلال وذلك في بداية الفصل الثاني من العام الدراسي 2016 / 2017.

**عينة الدراسة:** تكونت عينة الدراسة الكلية من (230) من طلبة الجامعة من كلا الجنسين، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة بنسبة (25%) من مجتمع الدراسة الكلي، وبعد إتمام



عملية جمع البيانات وصلت حصيلة جمع الاستبانات (213) استبانة. استبعد منها (3) استبانات بسبب عدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، لكي تصبح عينة الدراسة التي تم إجراء التحليل الإحصائي عليها (210) طالباً وطالبة. كما هو موضح في جدول رقم (1) .

جدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب (الجنس، والسنة الدراسية، والمعدل التراكمي).

المجموع	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
210	63.8	134	ذكر	
	36.2	76	أنثى	
210	30.0	63	أولى	
	25.7	54	ثانية	
	25.7	54	ثالثة	
	18.6	39	رابعة	
210	29.5	62	74.9- 65	
	45.2	95	84.9 - 75	
	25.2	53	85 فأعلى	

أدوات الدراسة: استخدمت الباحثة في الدراسة مقياسين:

أولاً- مقياس التسويق الأكاديمي:

استخدمت الباحثة مقياس التسويق الأكاديمي الذي طوره أبو غزال (2012). تكون المقياس بصورته الأولى من (25) فقرة، تكون الاستجابة لهذه الفقرات من خلال أسلوب ليكرت الخماسي، بحيث تمثل الدرجة (تتطبق علي بدرجة منخفضة جداً: 1، تتطبق علي بدرجة منخفضة: 2، تتطبق علي بدرجة متوسطة: 3، تتطبق علي بدرجة كبيرة: 4، تتطبق علي بدرجة كبيرة جداً: 5)، وهذا يعني كلما ارتفعت الدرجة على المقياس كان ذلك مؤشراً لزيادة السلوك السلبي أي ارتفاع درجة التسويق الأكاديمي. وتم استخراج معاملات الصدق باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين الفقرة والأداة ككل بعد تطبيق المقياس على (228) طالباً وطالبة من خارج أفراد عينة الدراسة، وتم حذف فقرتين من المقياس لأن معامل ارتباطهما أقل من (0.25). وبناءً على ذلك تكون

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

المقياس بصورته النهائية من (21) فقرة. وتعد جميع فقرات المقياس إيجابية باستثناء الفقرات السلبية التي يتم تصحيحها بطريقة عكسية، وهي: (1، 3، 5، 6، 10، 12، 17).

**الصدق الظاهري:** قام أبو غزال بحساب الصدق الظاهري للمقياس من خلال عرضه على (6) من المحكمين المختصين بعلم النفس والقياس والتقويم بجامعة اليرموك، وبناءً على آراء المحكمين تم حذف فقرتين ليصبح المقياس مكوناً من (23) فقرة. وللتحقق من صدق الأداة في الدراسة الحالية تم عرضها على (7) من المحكمين المتخصصين في التربية وعلم النفس في جامعة الاستقلال، وطلب منهم بيان مدى وضوح الفقرات وسلامة الصياغة اللغوية للفقرة، وإبداء أية ملاحظات يرونها مناسبة، واعتمدت الباحثة نسبة (80%) كمعيار لقبول الفقرة، وكان هناك اتفاق بينهم على صلاحية الأداة ومقروئيتها وتفي بغرض الدراسة، ولم يجرؤوا عليها أية تعديلات.

**صدق البناء:** قامت الباحثة بالتحقق من صدق البناء بحساب معامل ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية، وذلك كما هو واضح في جدول (2):

جدول رقم (2): يبين نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson correlation) كل فقرة مع الدرجة الكلية.

الفقرات	قيمة ر	الدلالة الإحصائية	الفقرات	قيمة ر	الدلالة الإحصائية
1	0.330**	0.000	12	0.195**	0.005
2	0.357**	0.000	13	0.571**	0.000
3	0.258**	0.000	14	0.490**	0.000
4	0.390**	0.000	15	0.406**	0.000
5	0.382**	0.000	16	0.358**	0.000
6	0.229**	0.001	17	0.229**	0.001
7	0.518**	0.000	18	0.411**	0.000
8	0.519**	0.000	19	0.443**	0.002
9	0.564**	0.000	20	0.493**	0.000
10	0.251**	0.000	21	0.482**	0.000
11	0.594**	0.000			

يبين جدول (2) أن جميع قيم معامل الارتباط كل فقرة مع الدرجة الكلية دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى تمتع المقياس بصدق عالٍ وأنها تشترك معاً في قياس التسويق الأكاديمي من وجهة نظر من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال في فلسطين.

**ثبات المقياس:** قام أبو غزال بإيجاد معامل الثبات بطريقة كرونباخ الفا، حيث بلغ معامل الاتساق الداخلي (0.90). في حين قامت الباحثة في الدراسة الحالية باستخراج معامل الثبات للمقياس بطريقة كرونباخ الفا (Cronbach Alpha)، وطبقت الباحثة المقياس على عينة استطلاعية من خارج أفراد عينة الدراسة وعددهم (40) طالباً وطالبة، وبلغ معامل الاتساق الداخلي للمقياس (0.686%) وهو مؤشر مقبول للثبات.

وللتعرف إلى تقديرات أفراد العينة وتحديد (درجة التسوية الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال)، قامت الباحثة بتقسيم المتوسطات الحسابية كما هي واردة في دراسة (أبو غزال (2012)، حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات متساوية حسب المعيار التالي (أعلى درجة على مقياس التسوية الأكاديمي - أدنى درجة على نفس المقياس)  $3 \div (2.22 - 3.60) = 1.38$ . وبناء عليه تم تقسيم المتوسطات الحسابية لدرجات الطلبة كما يلي:

2,22 فما دون مسوف بدرجة متدنية.

2.23 - 3.60 مسوف بدرجة متوسطة.

3.61 فما فوق مسوف بدرجة مرتفعة.

#### ثانياً - مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية:

بعد اطلاع الباحثة على عدد من المقاييس التي تتضمنها بعض الدراسات المنشورة، مثل دراسة (أبو غالي ومصطفى (2016)، ودراسة الشرعة ولبابنة (2014)، ودراسة أحمد (2008)، ودراسة لزرع ونيس (2014)، تم تطوير مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية ليتناسب مع طلبة الجامعة، إذ إن بعض المقاييس كانت معدة للطلبة غير الجامعيين، وقد تكون المقياس في صورته النهائية من (24) فقرة تعبر عن الرضا العام للطلاب عن دراسته في الجامعة والتخصص الذي اختاره. وقد بنيت الفقرات بالاتجاه الإيجابي والسلبي، حسب سلم خماسي وأعطيت الأوزان للفقرات الإيجابية كما هو آت: (موافق بشدة: خمس درجات، موافق: أربع درجات، أحياناً: ثلاث درجات، معارض: درجتين، معارض بشدة: درجة واحدة). وقد طبق هذا السلم الخماسي على جميع الفقرات الإيجابية، أما الفقرات السلبية فقد تم تصحيحها بطريقة عكسية وهي: (5، 7، 8، 10، 12، 13، 18، 20، 21، 24).

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

**الصدق الظاهري:** للتحقق من صدق الأداة في الدراسة الحالية تم عرضها على (7) من المحكمين المتخصصين في التربية وعلم النفس في جامعة الاستقلال، وطلب منهم بيان مدى وضوح الفقرات وسلامة الصياغة اللغوية للفقرة، وإبداء أية ملاحظات يرونها مناسبة، واعتمدت الباحثة نسبة (80%) كمعيار لقبول الفقرة، وكان هناك اتفاق بينهم على صلاحية الأداة ومقروئيتها وتفي بغرض الدراسة، مع بعض التعديلات في الصياغة اللغوية مثل: (لا أستطيع التكيف بدراستي الجامعية)، فأصبحت (أشعر بصعوبة التكيف في دراستي الجامعية).

**صدق البناء:** قامت الباحثة بالتحقق من صدق البناء بحساب معامل ارتباط كل فقرة من فقرات مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية مع الدرجة الكلية، وذلك كما هو واضح في جدول (3):

جدول رقم (3) يبين نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لكل فقرة من فقرات

مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية مع الدرجة الكلية:

الفقرات	قيمة ر	الدلالة الإحصائية	الفقرات	قيمة ر	الدلالة الإحصائية
1	0.482**	0.000	13	0.492**	0.000
2	0.592**	0.000	14	0.360**	0.000
3	0.583**	0.000	15	0.582**	0.000
4	0.503**	0.000	16	0.368**	0.000
5	0.233**	0.001	17	0.457**	0.000
6	0.494**	0.000	18	0.371**	0.000
7	0.473**	0.000	19	0.343**	0.000
8	0.296**	0.000	20	0.208**	0.002
9	0.422**	0.000	21	0.318**	0.000
10	0.373**	0.000	22	0.295**	0.000
11	0.567**	0.000	23	0.527**	0.000
12	0.319**	0.000	24	0.365**	0.000

يبين جدول (3) أن جميع قيم معامل ارتباط كل فقرة مع الدرجة الكلية دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى تمتع الأداة بصدق عالٍ وأنها تشترك معاً في قياس الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال في فلسطين.

**ثبات المقياس:** قامت الباحثة في الدراسة الحالية باستخراج معامل الثبات للمقياس بطريقة كرونباخ الفا (Cronbach Alpha)، وطبقت الباحثة المقياس على عينة استطلاعية من خارج

أفراد عينة الدراسة وعددهم (40) طالباً وطالبة، بلغ معامل الاتساق الداخلي للمقياس (0.771%) وهو مؤشر جيد للثبات.

وللتعرف إلى تقديرات أفراد العينة وتحديد درجة الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال)، تم حساب المدى (5-1 = 4)، ثم تم تقسيمه على (4) للحصول على طول الخلية الصحيح (5/4 = 0.80)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في الاستبانة (أو بداية الاستبانة وهي الواحد الصحيح)؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية. وبناء عليه تم تقسيم المتوسطات الحسابية لدرجات الطلبة على مقياس الرضا عن الدراسة الجامعية كما يلي:

- إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبرة أو البعد بين 1 - 1.79 منخفضة جداً.
- إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبرة أو البعد بين أكثر من 1.80 - 2.59 منخفضة.
- إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبرة أو البعد بين أكثر من 2.60 - 3.39 متوسطة.
- إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبرة أو البعد بين أكثر من 3.40 - 4.19 مرتفعة.
- إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبرة أو البعد بين أكثر من 4.20 - 5 مرتفعة جداً.

**المعالجة الإحصائية:** تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات، وتم استخدام الإحصاء الوصفي باستخراج النسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لدى أفراد العينة واستجاباتهم على الاستبانة (التسويق الأكاديمي وعلاقتها الرضا عن الدراسة)، وقد فحصت فرضيات الدراسة عن طريق الاختبارات الإحصائية التحليلية الآتية: اختبار (ت) (t-test)، ونتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One - Way Analysis of Variance) واختبار توكي (Tukey) كما استخدم معامل الثبات كرونباخ ألفا لحساب ثبات الأداة، ومعامل الارتباط بيرسون، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

### نتائج الدراسة:

#### نتائج السؤال الأول:

ما درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الأول استخرجت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات التسويق الأكاديمي لدى الطلبة على الدرجة الكلية، وذلك كما هو واضح في الجدول (4):

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

جدول رقم(4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة الكلية للتسويق الأكاديمي

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغير	الرقم
متدنية	1.23	2.20	210	أكمل واجباتي بشكل منتظم يوماً بيوم؛ لذا فإنني لا أتأخر في المواد الدراسية.	*1
متوسطة	0.91	3.60	210	عندما يقترب موعد الامتحان أجد نفسي منشغلاً بأمور أخرى.	2
متوسطة	1.17	2.78	210	أستعجل عادة لإنجاز المهمات الأكاديمية قبل موعدها المحدد.	*3
متوسطة	1.08	3.54	210	أقول لنفسي دائماً سأنجز واجباتي الأكاديمية غداً.	4
متوسطة	1.17	2.74	210	أبدأ عادة بإنجاز المهمات الدراسية فوراً بعد تحديدها.	*5
متوسطة	1.12	2.79	210	أنهي واجباتي الدراسية قبل الوقت المحدد لإنجازها.	*6
متوسطة	1.19	3.35	210	أؤجل البدء بواجباتي الدراسية حتى اللحظات الأخيرة.	7
متوسطة	1.14	3.29	210	أحاول أن أجد لنفسي عذاراً تبرر عدم قيامي بأداء الواجبات الدراسية المطلوبة مني.	8
متوسطة	1.18	3.26	210	أنا مضيق للوقت بشكل كبير.	9
متوسطة	1.08	3.03	210	أنهي دائماً واجباتي الدراسية المهمة ولدي وقت إضافي (احتياطي).	*10
متوسطة	1.12	3.45	210	أقول لنفسي بأنني سأقوم بإنجاز مهماتي الدراسية ثم أراجع عن ذلك.	11
متوسطة	1.10	2.84	210	ألتزم بالخطه التي أضعها لإنجاز واجباتي الدراسية.	*12
متوسطة	1.05	3.35	210	عندما أواجه مهمات دراسية صعبة أؤمن بضرورة تأجيلها.	13
متوسطة	1.07	3.24	210	أؤجل إنجاز واجباتي الدراسية دونما مبرر حتى لو كانت مهمة.	14
متوسطة	1.15	3.30	210	أؤجل إنجاز المهمات الدراسية بغض النظر عن كونها ممتعة أو غير ممتعة.	15
متوسطة	1.08	2.55	210	أشعر بعدم الراحة من مجرد التفكير بضرورة البدء بإنجاز واجباتي الدراسية.	16
متوسطة	1.07	2.62	210	لا أؤجل عملاً أعتقد بضرورة إنجازه.	*17

متوسطة	1.11	3.18	210	أقوم بالعديد من النشاطات الترفيهية بحيث لم يبق لدي الوقت الكافي للدراسة.	18
متوسطة	1.05	3.35	210	أفكر دائماً بأن لدي لاحقاً الوقت الكافي؛ لذا ليست هناك حاجة فعلية للبدء بالدراسة.	19
متوسطة	1.13	3.23	210	يعد تأجيل المهمات الأكاديمية مشكلة حقيقية أعاني منها بشكل مستمر.	20
متوسطة	1.26	3.18	210	أتوقف عن الدراسة في وقت مبكر لكي أقوم بأشياء أكثر متعة.	21
متوسطة	<b>0.41</b>	<b>3.09</b>	<b>210</b>	<b>الدرجة الكلية للتسويق الأكاديمي</b>	

\*توضح درجات هذه الفقرات بشكل عكسي قبل تحليل البيانات.

يتضح من جدول رقم (4) أن التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال جاء بدرجة متوسطة، فقد بلغ المتوسط الحسابي على الدرجة الكلية (3.09) مع انحراف معياري (0.41). وعن أهم فقرات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تمثلت في الفقرة (2) والتي تنص على (عندما يقترب موعد الامتحان أجد نفسي منشغلاً بأمر آخر). حيث جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي قدره (3.60) أي درجة متوسطة من التسويق، في حين جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على (أكمل واجباتي بشكل منتظم يوماً بيوم؛ لذا فإنني لا أتأخر في المواد الدراسية) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2.22) معبرة عن درجة متدنية من التسويق. وتعرزو الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة لديهم الكثير من الأنشطة والواجبات، حيث يقومون بالتدريبات العسكرية اليومية، والتي ربما تشكل مجالاً لسلوك التسويق لديهم لإيجاد بعض المبررات للتأخر عن الدراسة والقيام بالواجبات الأكاديمية، وبذلك فهم دائماً لا يقومون بالواجبات في موعدها وبشكل منتظم، وإنما يجدون سلوك التسويق منفذاً للتصل من واجباتهم الأكاديمية وبأعذار واهية، وهذا ما أشار إليه. (Rakes & Dunn, 2010) بأن تسويق الطلبة لدى الطلبة يكمن من فورهم من المهمات أو تأخيرها، ويزيد من مستويات التوتر العالية لديهم، ويزداد التسويق بازدياد الضغوط النفسية. (Cerino, 2014). وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة الكفيري (2016)، ودراسة السلمي (2015). فيما تختلف هذه النتيجة مع دراسة صالح وصالح. (2013) حيث لا يوجد تسويق لدى الطلبة، إلا أن دراسة بوبو وآخرين (2014)، ودراسة (أبو) غزال (2012) أظهرتا بأن درجة التسويق لدى الطلبة مرتفعة.

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

نتائج السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية والمعدل التراكمي)؟

نتائج الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير الجنس.

للتحقق من صحة الفرضية الأولى استخدمت الباحثة اختبار ت (t-test)، كما هو واضح في جدول رقم (5).

جدول رقم (5): يوضح نتائج اختبار ت (t-test) للفروق في درجات المتوسطات الحسابية الكلية للتسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير الجنس:

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التسويق الأكاديمي	ذكور	134	3.10	0.48	0.620	208	0.536
	إناث	76	3.07	0.27			

يتبين من الجدول رقم (5) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير الجنس، حيث بلغ المتوسط الحسابي على الدرجة الكلية للذكور (3,10) وكان لدى الإناث (3,07). كما تبين أن قيمة (ت) المحسوبة على الدرجة الكلية (0,620)، عند مستوى دلالة (0,536)، وتبعاً لعدم وجود فروق على الدرجة الكلية فقد تم قبول الفرضية الصفرية الأولى. وتعزو الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة من كلا الجنسين يعيشان تحت نفس الظروف الدراسية والمعيشية والتدريبية والأنشطة اليومية، لذلك فهم لديهم سلوك واحد بالتسويق وإيجاد المبررات والأعذار، فما ينطبق على الذكور ينطبق على الإناث من حيث اشتراكهم بنفس نمط الحياة اليومية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بوبو وآخرين (2014)، ودراسة صالح وصالح (2013)، ودراسة (أبو) غزال (2012)، ودراسة معطي وآخرين (2014)، (al, 2012). فيما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الكفيري (2016)، ودراسة عبود (2016)،



د. رهاب السعدي، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الأول، العدد الأول، يناير 2018

وإشارة لاي وآخرين (Lai , et al, 2015)، وإشارة خان وآخرين (Khan, et al, 2014)، وإشارة أوزر وساكس (Ozer & Sackes , 2011).  
نتائج الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات درجات التسوية الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير السنة الدراسية. للتحقق من صحة الفرضية الثانية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات التسوية الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تبعاً لمتغير السنة الدراسية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (6):

جدول رقم (6): يوضح المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير السنة الدراسية:

المتغير	السنة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التسوية الأكاديمي	أولى	63	3.05	0.42
	ثانية	54	3.11	0.46
	ثالثة	54	3.08	0.37
	رابعة	39	3.15	0.39

يتضح من الجدول رقم (6) وجود تقارب في متوسطات التسوية الأكاديمي من وجهة نظر الطلبة تبعاً لمتغير السنة الدراسية على اختلاف سنوات دراستهم، ولفحص الفرضية تم استخراج نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One - Way Analysis of Variance) كما هو وارد في جدول رقم (7):

جدول رقم (7) : يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي تبعاً لمتغير السنة الدراسية:

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
التسوية الأكاديمي	بين المجموعات	0.231	3	0.077	0.443	0.723
	داخل المجموعات	35.734	206	.1730		
	المجموع	35.965	209			

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

يتضح من الجدول رقم (7) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة على الدرجة الكلية (0.443) عند مستوى دلالة (0.723)، وتبعاً لعدم وجود فروق على الدرجة الكلية تم قبول الفرضية الصفرية الثانية. هذه النتيجة بأن جميع الطلبة يواجهون نفس الظروف الأكاديمية والحياتية والأنشطة اليومية، فهم يعيشون في نظام مغلق يتعلمون من تجارب بعضهم البعض، فيجدون لأنفسهم الأعذار والمبررات نفسها التي يستقونها من الآخرين، وذلك لإيجاد وسيلة آمنة تبعدهم عن تحمل مسؤولياتهم تجاه واجباتهم، وهم بذلك يعبرون بطريقة ليست واعية عن القلق والمخاوف التي يشعرون بها، فيحاولون تأجيل الأعمال قدر ما استطاعوا، لا فرق بين سنة دراسية وأخرى؛ لأنهم يخضعون للنظام نفسه من المكافآت والعقوبات والتدريبات اليومية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة القدح وآخرين. (AlQudah, et al, 2014)، إلا أنها تختلف مع نتيجة دراسة السلمي (2015)، ودراسة (أبو) غزال (2012).

**نتائج الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة الجامعة تعزى لمتغير المعدل التراكمي.** للتحقق من صحة الفرضية الثالثة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تبعاً لمتغير المعدل التراكمي، وذلك كما هو واضح في جدول رقم (8):

**جدول رقم (8): يوضح المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير المعدل التراكمي**

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المعدل التراكمي	المتغير
0.47	3.22	62	74,9 – 65	التسويق الأكاديمي
0.41	3.08	95	84,9 – 75	
0.31	2.96	53	85 فأعلى	

يتضح من الجدول رقم (8) وجود تقارب في متوسطات درجات التسويق الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير المعدل التراكمي على اختلاف معدلاتهم، ولفحص

الفرضية تم استخراج نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One - Way Analysis of Variance)، كما هو وارد في جدول رقم (9):

جدول رقم (9): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي تبعاً لمتغير المعدل التراكمي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
التسوية الأكاديمي	بين المجموعات	1.994	2	0.997	6.074	0.003**
	داخل المجموعات	33.971	207	0.164		
	المجموع	35.965	209			

يتضح من الجدول رقم (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات التسوية الأكاديمي من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير المعدل التراكمي، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة على الدرجة الكلية (6,074) عند مستوى دلالة (0,003)، ولمعرفة مصدر الفروق واختبار اتجاه الدلالة، قامت الباحثة باستخدام اختبار توكي (Tukey) وكانت نتائج هذا الاختبار كما هي في جدول رقم (10):

جدول رقم (10): يوضح نتائج اختبار توكي (Tukey) لمعرفة اتجاه الدلالة على التسوية الأكاديمي تبعاً لمتغير المعدل التراكمي

المتغير	المعدل التراكمي	65 – 74,9	75 – 84,9	85 فأعلى
التسوية الأكاديمي	65 – 74,9		0.14173	0.26266°
	75 – 84,9			0.12092
	85 فأعلى			

يتضح من الجدول رقم (10) أن الفروق كانت دالة لصالح المتوسطات الحسابية الأعلى، حيث تشير المقارنات البعدية للفروق في التسوية الأكاديمي تبعاً لمتغير المعدل التراكمي، إن الفروق كانت بين الطلبة الذين معدلاتهم (65 – 74.9) وبين الطلبة الذين معدلاتهم (85 فأعلى) لصالح الطلبة الذين معدلاتهم (65 – 74.9)، وتبعاً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية، فإن هذا يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية الثالثة. وتعزو الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة ذوي المعدلات المتدنية يحاولون أن يجدوا لأنفسهم من خلال سلوك التسوية المبررات والأعذار التي تعفيهم من تحمل

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

المسؤولية، لأنهم غير واثقين بقدراتهم وغير جادين بتحقيق الهدف، وربما هذا له علاقة بأن جميع طلبة جامعة الاستقلال سيحصلون على الوظيفة بعد التخرج، سواء كان المعدل عالياً أو منخفضاً. وبما أن جميع الطلبة يعيشون تحت نفس الظروف المعيشية، فإن سلوك التسويق هو الأقرب للتهرب من مسؤولياتهم وواجباتهم اليومية للطلبة ذوي المعدل المنخفض، وكما أشار (السلمي، 2015) بأن التسويق يدل على ضعف الأداء الأكاديمي، وعادة يميل هؤلاء الطلبة إلى القلق والتوتر وانخفاض تقدير الذات، ولديهم مشكلات اجتماعية وأكاديمية ومشكلات في تنظيم الوقت وإدارته، في حين أن الطلبة ذوي المعدل المرتفع يشعرون بالثقة وتقدير ذاتهم فلا يلجأون لسلوك التسويق. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة. (Jaradat,2004) والتي وجدت علاقة سلبية دالة إحصائياً بين التسويق الأكاديمي والتحصيل الدراسي.

### نتائج السؤال الثالث: ما درجة الرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الثالث استخرجت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

للرضا عن الدراسة الجامعية على الدرجة الكلية، وذلك كما هو واضح في جدول رقم (11):

جدول رقم (11): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للرضا عن الدراسة الجامعية:

#	المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أشعر بأن دراستي لهذا التخصص ستلعب دوراً إيجابياً في حياتي مستقبلاً.	210	4.00	1.18	مرتفعة
2	أشعر بالرضا عن دراستي لهذا التخصص.	210	3.70	1.05	مرتفعة
3	لست نادماً على دراسة هذا التخصص.	210	3.55	1.18	مرتفعة
4	تخصصي الدراسي يتوافق مع تحصيلي الدراسي.	210	3.46	1.10	مرتفعة
5	أشعر بصعوبة التكيف في دراستي الجامعية.	210	2.70	1.18	متوسطة
6	دراستي في هذا التخصص تتوافق مع ميولي.	210	3.47	1.08	مرتفعة
7	لو أتيت لي الفرصة لتغيير تخصصي سأفعل.	210	2.91	1.32	متوسطة
8	تتنابني مشاعر القلق عندما أفكر في برنامج دراستي.	210	2.55	1.16	منخفضة
9	أشعر بالراحة عندما تنتظم دراستي في الجامعة.	210	3.54	1.19	مرتفعة
10	أشعر بأن دراستي في هذا التخصص لم تضيف لي شيئاً.	210	2.72	1.23	متوسطة

د. رحاب السعدي، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الأول، العدد الأول، يناير 2018

11	أختار تخصصي عن قناعة ذاتية.	210	3.58	1.16	مرتفعة
12	دراستي في هذا التخصص كانت استجابة لرغبة أسرتي.	210	2.84	1.19	متوسطة
13	أشعر بالإحباط بسبب دراستي لهذا التخصص.	210	3.00	1.15	متوسطة
14	يتعامل معي أساتذتي بكل مودة واحترام.	210	3.52	1.10	مرتفعة
15	أشعر بالفخر لدراستي الجامعية.	210	3.61	1.14	مرتفعة
16	أقبل كثرة المتطلبات الجامعية بصدر رحب.	210	3.24	1.17	متوسطة
17	أشعر بالرضا مما حصلت عليه من خبرات في دراستي الجامعية.	210	3.56	1.13	مرتفعة
18	أشعر بأن دراستي الجامعية هدر للوقت والجهد.	210	3.00	1.28	متوسطة
19	أتمنى أن نتاح لي الفرصة لأكمل دراسات عليا في التخصص نفسه.	210	3.54	1.17	مرتفعة
20	أشعر بعدم الرضا عن الأساتذة القائمين على تخصصي الدراسي.	210	2.74	1.21	متوسطة
21	أشعر بالملل والروتين من مساقات تخصصي الدراسي.	210	2.60	1.08	متوسطة
22	يقوم أساتذتي أدائي بكل موضوعية.	210	3.46	1.12	مرتفعة
23	دراستي الجامعية حققت لي الاعتزاز بنفسي.	210	3.62	1.12	مرتفعة
24	لغاية الآن لا أعرف أهمية دراستي لهذا التخصص.	210	2.81	1.38	متوسطة
	<b>الدرجة الكلية للرضا عن الدراسة الجامعية</b>	210	3.24	0.47	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (11) أن الرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال جاء بدرجة متوسطة، فقد بلغ المتوسط الحسابي على الدرجة الكلية (3.24) مع انحراف معياري (0.47). وعن أهم فقرات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تمثلت في الفقرة (1) والتي تنص على (أشعر بأن دراستي لهذا التخصص ستلعب دوراً إيجابياً في حياتي مستقبلاً) حيث جاءت في المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي قدره (4.00)، في حين جاءت الفقرة رقم (8) والتي تنص على (تتناهني مشاعر القلق عندما أفكر في برنامج دراستي) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2.55) معبرة عن درجة منخفضة. وتعزو الباحثة

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

هذه النتيجة بأن جامعة الاستقلال لها نظام يختلف عن باقي الجامعات الفلسطينية، فهي جامعة أكاديمية وتُدرس العلوم الأمنية، ويعيش الطلبة خلال حياتهم الجامعية في نظام مغلق في ظروف معيشية وأكاديمية واحدة، فهم يتقيدون ببرنامج يومي من حيث الاستيقاظ والنوم وتناول وجبات الطعام في أوقات محددة، وبرنامج يومي للتدريبات والأنشطة العسكرية والرياضية وتمارين اللياقة البدنية؛ لذا فإن الطلبة يشعرون بأن مستقبلهم الوظيفي في أمان، إذ إنهم بعد التخرج سيعملون في الأجهزة الأمنية، أي أن هذا سيكون له أثر إيجابي عن رضاهم عن الدراسة، إضافة إلى رضاهم عن الخدمات والأنشطة المقدمة لهم من الجامعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الشرعة ولبابنة (2014)، ودراسة صوالحة والعمري (2013)، ودراسة تسيما وآخرين (Tessema, et al, 2012)، فيما تختلف مع دراسة (أبو) غالي و(أبو) مصطفى (2016).

نتائج السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغيرات (الجنس، والسنة الدراسية والمعدل التراكمي)؟

وإنطبق عن هذا السؤال الفرضيات الصفرية (1-3) وفيما يلي نتائج فحصها:

نتائج الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير الجنس.

للتحقق من صحة الفرضية الرابعة استخدمت الباحثة اختبار ت (t-test)، كما هو واضح في

جدول رقم (12):

جدول رقم (12): يوضح نتائج اختبار ت (t-test) للفروق في المتوسطات الحسابية الكلية للتسويق

الأكاديمي تبعاً لمتغير الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الرضا عن الدراسة الجامعية	ذكور	134	3.28	0.53	1.507	208	0.133
	إناث	76	3.17	0.33			

يتبين من الجدول رقم (12) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير

الجنس، حيث بلغ المتوسط الحسابي على الدرجة الكلية للذكور (3.28) وكان لدى الإناث (3.17). كما تبين أن قيمة (ت) المحسوبة على الدرجة الكلية (1.507)، عند مستوى دلالة (0.133)، وتبعاً لعدم وجود فروق على الدرجة الكلية، فقد تم قبول الفرضية الصفرية الرابعة. وتعرّو الباحثة هذه النتيجة بأن الطلبة لديهم رضا عن دراستهم الجامعية كونهم اختاروا الجامعة من بين عدة جامعات، بالرغم من الصعوبات والتحديات التي يواجهونها خلال الدراسة، ورضاهم عن الدراسة يعكس رضاهم عن الجامعة والخدمات والأنشطة المقدمة لهم؛ وذلك لأن مستقبلهم الوظيفي سيكون بأمان سواء للذكور أو الإناث، ويدرك الطلبة من كلا الجنسين بأن الخدمات المقدمة لهم لا تُفَرِّق بين ذكر وأنثى، لذلك هناك رضا عام بين الطلبة جميعاً. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو غالي و(أبو مصطفى (2016)، ودراسة صوالحة والعمري (2013)، إلا أنها تختلف مع دراسة الشرعة ولبابنة (2014)، ودراسة اوكا (Uka, 2014)، ودراسة تسيما وآخرين (Tessema, et al, 2012).

نتائج الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية.

للتحقق من صحة الفرضية الخامسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تبعاً لمتغير السنة الدراسية، وذلك كما هو واضح في جدول رقم (13):

جدول رقم (13): يوضح المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السنة الدراسية	المتغير
0.50	3.36	63	أولى	الرضا عن الدراسة الجامعية
0.48	3.16	54	ثانية	
0.41	3.22	54	ثالثة	
0.43	3.18	39	رابعة	

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

يتضح من الجدول رقم (13) وجود تقارب في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير السنة الدراسية على اختلاف سنوات دراستهم، ولفحص الفرضية تم استخراج نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One - Way Analysis of Variance) كما هو وارد في جدول رقم (14):

جدول رقم (14): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الرضا عن الدراسة الجامعية	بين المجموعات	1.491	3	0.497	2.314	0.077
	داخل المجموعات	44.242	206	0.215		
	المجموع	45.733	209			

يتضح من الجدول رقم (14) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة على الدرجة الكلية (2.314) عند مستوى دلالة (0.077)، وتبعاً لعدم وجود فروق على الدرجة الكلية تم قبول الفرضية الصفرية الخامسة. وتعزو الباحثة هذه النتيجة بأن درجة الرضا عند الطلبة لا تتأثر بالسنة الدراسية للطلاب، فالطالب يدخل في منافسة قوية مع الطلبة من أجل الحصول على فرصة الدراسة في جامعة الاستقلال، وهم جميعاً يتلقون المعاملة نفسها، ويخضعون للأنظمة والقوانين بدون تمييز بين مستوى وآخر، وأن الخدمات المقدمة لهم تلبى احتياجاتهم الدراسية والنفسية، وهم جميعاً يحظون بالرعاية والاهتمام على مختلف مستوياتهم الدراسية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة صوالحة والعمرى (2013)، إلا أنها تختلف مع نتيجة دراسة الشرعة ولبابنة (2014).

نتائج الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) في درجات متوسطات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير المعدل التراكمي.



د. رحاب السعدي، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الأول، العدد الأول، يناير 2018

للتحقق من صحة الفرضية السادسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تبعاً لمتغير المعدل التراكمي، وذلك كما هو واضح في جدول رقم (15):

جدول رقم (15): يوضح المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير المعدل التراكمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المعدل التراكمي	المتغير
0.52	3.19	62	65-74,9	الرضا عن الدراسة الجامعية
0.45	3.28	95	75-94,9	
0.43	3.22	53	85 فأعلى	

يتضح من الجدول رقم (15) وجود تقارب في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير المعدل التراكمي على اختلاف معدلاتهم، ولفحص الفرضية تم استخراج نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One - Way Analysis of Variance) كما هو وارد في جدول رقم (16):

جدول رقم (16): يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي تبعاً لمتغير المعدل التراكمي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الرضا عن الدراسة الجامعية	بين المجموعات	0.291	2	0.145	0.662	0.517
	داخل المجموعات	45.442	207	0.220		
	المجموع	45.733	209			

يتضح من الجدول رقم (16) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال تعزى لمتغير المعدل التراكمي، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة على الدرجة الكلية (0.662) عند مستوى دلالة (0.517)، وتبعاً لعدم وجود فروق على الدرجة الكلية تم قبول الفرضية الصفرية السادسة. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الطالب لديه رضا عن دراسته سواء أكان معدله عالياً أم منخفضاً لإدراكه أن دراسته الجامعية تمثل له حتماً ومستقبلاً زاهراً بعد التخرج، فهو سيحصل على وظيفة تحقق له أماناً اقتصادياً ومكانة

## التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

اجتماعية وتحقيقاً لذاته، مما يجعله أكثر ثقة بنفسه وقدراته ويتمتع بروح معنوية عالية، تنعكس على شعوره العام تجاه الدراسة.

### نتائج السؤال السابع:

هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات التسويق الأكاديمي وبين متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال؟  
وانبثق عن هذا السؤال الفرضية الصفرية الآتية:

نتائج الفرضية السابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين متوسطات درجات التسويق الأكاديمي وبين متوسطات درجات الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال.

وللتحقق من صحة الفرضية السابعة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) للعلاقة بين التسويق الأكاديمي وبين الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال، وذلك كما هو واضح في جدول (17):

جدول رقم (17): يوضح نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) للعلاقة بين

التسويق الأكاديمي وبين الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال

المتغيرات	الإحصاء	التسويق الأكاديمي	الرضا عن الدراسة الجامعية
التسويق الأكاديمي والرضا عن الدراسة الجامعية	معامل الارتباط	1	$-0.168^*$
	مستوى الدلالة		0.015

\* دالة إحصائياً عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  \*\* دالة إحصائياً بدرجة عالية عند مستوى  $(\alpha \geq 0.01)$ .

يتضح من الجدول رقم (17) وجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية عند المستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  بين متوسطات التسويق الأكاديمي وبين الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة الاستقلال، وتبعاً لوجود دالة إحصائية، فإن هذا يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية السابعة. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن سلوك التسويق لدى الطلبة قد يكون شكلاً من أشكال المقاومة، لتجنب عمل غير ممتع وغير سار بالنسبة لهم، فهم لديهم اتجاهات سلبية نحو دراستهم، فيقومون بتأجيل الواجبات، ويحجمون عن المهمات الصعبة؛ لأنهم يعتبرونها تهديداً لهم،

وهم بذلك يكونون عرضة للفشل والانخراط في المشكلات السلوكية والتغيب عن المحاضرات والفشل الدراسي، وبذلك نرى بأن الطالب كلما كان أقل رضا عن دراسته كلما مال إلى تأجيل المهمات والواجبات المنوطة به. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد (2008)، ودراسة (Jaradat,2004).

#### التوصيات: في ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة بما يلي:

- العمل على إثارة اهتمام المسؤولين بالبحث عن الأسباب التي تدفع الطلبة للتسويف، ووضع خطط وإستراتيجيات لخفض التسويف.
- تصميم برامج إرشادية لمساعدة الطلبة على كيفية تنظيم وإدارة الوقت تجنباً للتسويف الأكاديمي.
- تقديم المزيد من الخدمات والأنشطة الترفيهية للطلبة لزيادة رضاهم عن الدراسة الجامعية.
- إجراء المزيد من البحوث التي تبحث في أسباب التسويف والمشكلات التي تواجه الطلبة.

#### المصادر العربية:

1. أبو ازريق، محمد، جرادات، عبد الكريم، 2013: أثر تعديل العبارات السلبية في تخفيض التسويف الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية الأكاديمية، *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، المجلد (9)، العدد (1)، ص 15-27.
2. أبو غالي، عطف محمود، أبو مصطفى، نظمي عودة، 2016: التنبؤ بقلق المستقبل المهني في ضوء الرضا عن الدراسة وتوجهات أهداف الإنجاز لدى طلبة اختصاص الإرشاد النفسي في كلية التربية بجامعة الأقصى. *مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)*، المجلد (20)، العدد (1)، ص 103-141.
3. أبو غزال، معاوية، 2012: التسويف الأكاديمي: أسبابه وانتشاره من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، المجلد (8)، العدد (2)، ص 131-149.
4. أحمد، عطية عطية، 2008: التلكؤ الأكاديمي وعلاقته بالدافعية للإنجاز والرضا عن الدراسة لدى طلاب جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية، كلية التربية، جامعة الزقازيق.
5. بويو، منذر، شرييه، بشرى، شبيب، هناء صالح، 2014: التسويف الأكاديمي وعلاقته بالقلق بوصفه (سمة وحالة)، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد (36)، العدد (6)، ص 437-488.

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا...

6. جامعة الاستقلال، [www.pass.ps](http://www.pass.ps).

7. السلمي، طارق عبد العالي، 2015: مستوى التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية والعلاقة بينهما لدى طلاب كليات مكة المكرمة والليث في المملكة العربية السعودية، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، المجلد (16)، العدد (2) يونيو، ص 632-664.

8. الشرعة، ناصر إبراهيم، لبابنة، أحمد حسن، 2014: الرضا عن الدراسة الجامعية من وجهة نظر طالبات كلية إربد الجامعية وعلاقته ببعض المتغيرات. *مجلة جامعة الخليل للبحوث*، المجلد (9)، العدد (1)، ص 19-38.

9. صالح، علي عبد الرحيم، صالح، زينة علي، 2013: التسويق الأكاديمي وعلاقته بإدارة الوقت لدى طلبة كلية التربية، *دراسات عربية في التربية وعلم النفس*، عدد (38)، الجزء الثاني يونيو، ص 243-271.

10. صوالحة، عونية عطا، العمري، أسماء، 2013: دراسة وصفية لأهمية الحاجات الأكاديمية في جامعة عمان الأهلية ومستوى رضا الطلبة عن مدى تحقق هذه الحاجات، *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، المجلد (21)، العدد (1)، يناير، ص 401-447.

11. عبود، محمد، 2016: العلاقة بين ضغوط الحياة والتسويق الكاديمي لدى طلبة جامعة عجلون الوطنية في الأردن، *مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)*، المجلد (30)، العدد (3)، ص 641-662.

12. الكفيري، وداد محمد، 2016: التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل، *مجلة الدراسات النفسية والتربوية (جامعة السلطان قابوس)*، المجلد (10)، العدد (2)، ص 290-299.

13. لزعر، خيرة، نيس، حكيمة، 2014: الحاجات الإرشادية وعلاقتها بالرضا عن الدراسة في مرحلة التعليم الثانوي، *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (جامعة الوادي)*، العدد (7) جويلية، ص 95-111.

المصادر الأجنبية:

1. Abu Hasan, H.; Ilias, A.; Abd Rahman, R.; Abd Razak, M. 2008: Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher

- Education Institutions, **International Business Research**, Vol. 1, No. 3, P 163-175
2. Abu, N.& Saral, D. 2016: The Reasons of Academic Procrastination Tendencies of Education Faculty Students, **New Horizons in Education** - January ,Vol. 6, No. 1, p 165-169.
  3. Afzal, M. & Afzal, M. 2015: Comparison of Students' Satisfaction and Achievement at Secondary Level in Islamabad, **American Journal of Educational Research**, Vol. 3, No. 12,p 1524-1527.
  4. AlQudah , M.; Alsubhien, A.; AL Heilat, M. 2014: The Relationship between the Academic Procrastination and Self-Efficacy among Sample of King Saud University Students, **Journal of Education and Practice**, Vol.5, No.16,p 101-111.
  5. zar ,F. 2013: Self-efficacy, Achievement Motivation, and Academic Procrastination as Predictors of Academic Performance, **China Education Review**, Vol. 3, No. 11,P 847-857.
  6. Babadogan, C. 2010: The impact of academic procrastination behaviors of the students in the certificate program in English language teaching on their learning modalities and academic achievements, **Procedia Social and Behavioral Sciences**,Vol. ,p 3263–3269.
  7. Bolliger, D. & Wasilik, O. 2009: Factors influencing faculty satisfaction with online teaching and learning in higher education, **Distance Education**, Vol. 30, No. 1, May, p. 103–116.
  8. Botha, Fe.; Snowball,J.; De Klerk ,V.; Radloff , S. 2015: **Determinants of Student Satisfaction with Campus Residence Life at a South African University**, Springer International Publishing Switzerland.
  9. Cao, L. 2012: Differences in procrastination and motivation between undergraduate and graduate students, **Journal of the Scholarship of Teaching and Learning**, Vol. 12, No.2, June 2012, p. 39-64.
  10. Capan, B. 2010: Relationship among perfectionism, academic procrastination and life satisfaction of university students, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, Vol. 5 ,p 1665–1671.
  11. Cavusoglu, C. & Karatas, H. 2015: Academic Procrastination of Undergraduates: Self-determination Theory and Academic Motivation, **Anthropologist**, Vol. 20, No. 3, p 735-743.

12. Cerino, E. 2014: Relationships Between Academic Motivation, Self-Efficacy, and Academic Procrastination, **The International Honor Society in Psychology**, Vol. 19, No. 4, p 165-163.
13. Chow, H. 2011: Procrastination Among Undergraduate Students: Effects of Emotional Intelligence, School Life, Self-Evaluation, and Self-Efficacy, **Alberta Journal of Educational Research**, Vol. 57, No. 2, Summer, p 234-240.
14. Drysdale, M. & Mcbeath, M. 2014: Exploring hope, self-efficacy, procrastination and study skills, *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, Vol.15, No. 1, p 69-79.
15. Dusmez, I. & Barut, Y. 2016: Rational Emotive Behavior Based on Academic Procrastination Prevention Training Programme of Effectiveness, **Participatory Educational Research (PER)**, Vol. 3, No. 1, p. 1-13.
16. Douglas, J.; Douglas, A.; Barnes, B. 2006: Measuring student satisfaction at a UK university, **Quality Assurance in Education**, Vol. 14, No. 3, p. 251-267.
17. Gargari, R .; Sabouri, H.; Norzad, F. 2011: Academic Procrastination: The Relationship Between Causal Attribution Styles and Behavioral Postponement, **Iran J Psychiatry Behav Sci**, Vol. 5, No. 2, Autumn and Winter 2011, p 76-82.
18. Jadidia, F; Shahram, M.; Komeil, Z. 2011: Perfectionism and academic procrastination, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. Vol. 30 , p 534 – 537.
19. Jaradat, A. 2004: **Test anxiety in Jordanian students: measurement, correlates and treatment**. Doctoral dissertation, Phillips. University of Marburg, Germany.
20. Herdlein ,R. & Zurner, E. 2015: **Student Satisfaction, Needs, and Learning Outcomes: A Case Study Approach at a European University**, SAGE and Open Access page (<http://www.uk.sagepub.com/aboutus/openaccess.htm>).
21. Harrison, J. 2014: **Academic Procrastination: The Roles of Self-Efficacy, Perfectionism, Motivation, Performance, Age and Gender**, the requirements of the BA (Hons) in Psychology at Dublin Business School, School of Arts, Dublin.
22. Kagan, M.; Çakir,O.; Ilhan,T.; Kandemir, M. 2010: The explanation of the academic procrastination behaviour of university students with

- perfectionism, obsessive – compulsive and five factor personality traits, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, Vol. 2 . p 2121–2125.
23. Kandemir, M. 2014: Reasons of academic procrastination: self-regulation, academic self-efficacy, life satisfaction and demographics variables, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol. 152 , p 188 – 193.
24. Karatas, H. 2015: Correlation among Academic Procrastination, Personality Traits, and Academic Achievement, **Anthropologist**, Vol. 20, No.(1,2), p 243-255.
25. Kats, I.; Eilot, K.; Nevo. N.2014: I'll do it later'': Type of motivation, self-efficacy and homework procrastination, *Motivation and Emotion*, Vol. 38, No. 1, P 111-119.
26. Khan, M. ;Arif , H.; Muneer, Noor, S.; Sidra, M. 2014: Academic Procrastination among Male and Female University and College Students, **FWU Journal of Social Sciences**, Winter 2014, Vol. 8, No.2,P 65-70.
27. Klassen ,R. ; Krawchuk ,L.; Rajani ,S. 2008: Academic procrastination of undergraduates: Low self-efficacy to self-regulate predicts higher levels of procrastination, **Contemporary Educational Psychology**, Vol. 33, p 915–931.
28. Kiamarsi, A. 2014: The relationship of procrastination and self-efficacy with Psychological vulnerability in students, **Social and Behavioral Sciences**, Vol. 114 , p 858 – 862.
29. Lai, C. ; Badayai, A.; Chandrasekaran ,K.; Lee ,S.; Kulasingam, R. 2015: An Exploratory Study on Personality Traits and Procrastination Among University Students, **American Journal of Applied Psychology**, Vol. 4, No.(3-1),p 21-26.
30. Motie,H. ; Heidari, M.; Sadeghi,M. 2012: Predicting Academic Procrastination during Self-Regulated Learning in Iranian first Grade High School Students, **Social and Behavioral Sciences**, Vol. 69, p 2299 – 2308.
31. Niamatullah, L.; Gao,J.; Shafi ,D. 2015: Factors Leading to Students' Satisfaction in the Higher Learning Institutions, **Journal of Education and Practice**, Vol.6, No.31, p. 114- 118.
32. Özer,B. & Saçkes, M. 2011: Effects of Academic Procrastination on College Students' Life Satisfaction, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, Vol. 12, p 512–519

33. Rakes ,G.& Dunn ,K. 2010: The Impact of Online Graduate Students' Motivation and SelfRegulation on Academic Procrastination, *Journal of Interavtive Online Learning*, Vol. 9, No. 1, Spring, p 78-93.
34. Roghani1, L.; Aghahoseini , T. ; Yazdani , F. 2015: The Relationship between the Academic Procrastination and the Academic Self-efficacy for Academic Achievements in Female High School Students in Isfahan in the 2013–2014 Academic Year, **Journal of Management Sciences**. Vol., 1, No. 12, p 385-390.
35. Sirin, E. 2011: Academic procrastination among undergraduates attending school of physical education and sports: Role of general procrastination, academic motivation and academic self-efficacy. **Educational Research and Reviews**, Vol. 6, No. 5, p. 447-455, May.
36. Sirois ,F. ; van Eerde , W. ; Ioanna, M. 2015: Isprocrastination related to sleep quality? Testingan application of the procrastination–health model, **Cogent Psychology** , Vol.2, p 1- 11.
37. Solinas, G.; Masia, M.; Maida ,Giorgio; Mure ,E. 2012: What Really Affects Student Satisfaction? An Assessment of Quality through a University-Wide Student Survey, **Creative Education**, Vol.3, No.1, 37-40.
38. Tan ,C. ; Ang, R.; Klassen, R. ; Yeo ,L.; Wong, I. ; Huan, V. ; Chong, W . 2008: Correlates of Academic Procrastination and Students' Grade Goals, **Curr Psychol**,Vol. 27:p 135–144.
39. Tessema, M.; Ready, K.; Yu ,Wei-Choun ,W . 2012: Factors Affecting College Students' Satisfaction with Major Curriculum: Evidence from Nine Years of Data, **International Journal of Humanities and Social Science**, Vol. 2 No. 2 [Special Issue – January, p 34-44.
40. Tran, M. 2000: **Perfectionism, Motivational Orientation, and Academic Performance**, M. A.Thesis, Department of Psychology Lakehead University, Thunder Bay, Ontar.
41. Taura, A.; Abdullah, M. ; Roslan, S. ; Omar Z. 2014: An Examination of Pre-Service Teachers' Goal Orientations, Self-Regulation and Active Procrastination, **Life Science Journal** , Vol.11, No. 10, p 71-81.
42. Uka, A. 2014: Student Satisfaction as an Indicator of Quality in Higher Educationd, **International Journal on New Trends in Education and Their Implications**, Vol. 4 Issue. 3, p 6- 10.
43. Waqar ,S.; Shafiq ,S., Hasan ,S. 2016: Impact of Procrastination and Academic Motivation on Academic Self- efficacy among University Students, **Journal Of Humanities And Social Science**, Vol. 21, No.6, p 6- 13.



د. رهاب السعدي، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الأول، العدد الأول، يناير 2018

44. Zakeri, H.; Esfahani, B.; Razmjoe, M.2013: Parenting Styles And Academic Procrastination, **Social and Behavioral Sciences**, Vol. 84, P. 57 – 60, 3rd World Conference on Psychology, Counselling and Guidance (WCPCG-2012).
45. Zhu, C. 2012: Student Satisfaction, Performance, and Knowledge Construction in Online Collaborative Learning, **Technology & Society**, Vol. 15, No. 1, p 127–136.