

مستوى التسويف الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية بجامعة طرابلس دراسة ميدانية

د.نورية حسن منصور عبيسة- كلية التربية قصر بن غشير - جامعة طرابلس

The level of academic procrastination among students of the Faculties of Education, University of Tripoli

"Field study"

Noureya Hassan Mansour Abeesa

Mhmdaldwyb928@gmail.com

Research Summary:

The aim of this research was to identify the level of academic procrastination among students of the Faculties of Education affiliated with the University of Tripoli (Faculty of Education, Qasr Ben Ghashir, Faculty of Education, Tripoli, Faculty of Education, Janzour), and to identify differences in the level of academic procrastination among students of the three Faculties of Education. The research sample consisted of (272) male and female students from the three Faculties, distributed as follows: (100) male and female students from the Faculty of Education, Qasr Ben Ghashir, (88) male and female students from the Faculty of Education, Janzour, and (84) male and female students from the Faculty of Education, Tripoli. The researcher used the Academic Procrastination Scale designed by (Hussam Hamid Abbas 2017).

The research results showed that:

-The level of academic procrastination was average among students at the Faculties of Education (Faculty of Education, Qasr Ben Ghashir, Faculty of Education, Tripoli, and Faculty of Education, Janzour). Students at the Faculty of Education, Tripoli, ranked first (most procrastinating), followed by students at the Faculty of Education, Janzour, and last (least procrastinating) were students at the Faculty of Education, Qasr Ben Ghashir.

-There were no statistically significant differences in the response averages of the research sample of students from the three faculties attributable to the gender variable.

-There were no statistically significant differences in the response averages of the research sample of students from the three faculties attributable to the specialization variable.

-There were statistically significant differences in the response averages of the research sample of students from the three colleges, attributed to the

college variable. Students from the College of Education, Tripoli, were more likely to procrastinate academically than students from the College of Education, Qasr Bin Ghashir, and the College of Education, Janzour.

Keywords: Academic procrastination - Colleges of education - College of education students.

المخلص:

هدف البحث إلى معرفة مستوى التسويف الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية التابعة لجامعة طرابلس (كلية التربية قصر بن غشير، كلية التربية طرابلس، كلية التربية جنزور)، ومعرفة الفروق في مستوى التسويف الأكاديمي بين طلاب كليات التربية الثلاثة. وتكونت عينة البحث من (272) طالباً وطالبة من طلاب الكليات الثلاثة موزعون بواقع (100) طالباً وطالبة من كلية التربية قصر بن غشير، و(88) طالباً وطالبة من كلية التربية جنزور، و(84) طالباً وطالبة من كلية التربية طرابلس. استخدمت الباحثة مقياس التسويف الأكاديمي من تصميم (حسام حميد عباس 2017). وأظهرت نتائج البحث أن:

- مستوى التسويف الأكاديمي متوسط لدى طلاب كليات التربية (التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، والتربية جنزور). حيث جاء طلاب كلية التربية طرابلس في المرتبة الأولى (الأكثر تسويفاً)، يليهم طلاب كلية التربية جنزور، وفي المرتبة الأخيرة (الأقل تسويفاً) طلاب كلية التربية قصر بن غشير.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاث تعزو لمتغير التخصص.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاث تعزو لمتغير الكلية، حيث كان طلاب كلية التربية طرابلس أكثر تسويفاً أكاديمياً من طلاب كلية التربية قصر بن غشير، والتربية جنزور.

الكلمات الدالة: التسويف الأكاديمي، كليات التربية. طلاب كليات التربية.

المقدمة:

تعتبر المرحلة الجامعية من المراحل المهمة في حياة الطالب بعد انتقاله من مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي، حيث تتبلور شخصيته ويتفاعل مع الأحداث

والأشخاص المحيطين به مما يؤثر على مستقبلهم وحياتهم العملية والعلمية، لذلك اهتمت الدراسات بالطالب الجامعي وبالتغيرات التي تؤثر عليه. ولذا يعد التسويق الأكاديمي بما له من آثار سلبية على العملية التعليمية بصورة عامة وعلى أداء الطلاب وأنجازهم الدراسي بصفة خاصة، من المشكلات التي تتركز في أذهان القائمين على العملية التعليمية في كافة المراحل التعليمية، وتنتشر هذه المشكلة عبر المراحل العمرية المختلفة، وخاصة بين طلبة الجامعة (1)

يكلف عضو هيئة التدريس الطلاب بالواجبات، والتقارير، والأنشطة البحثية إحدى وسائل التقييم من أجل تعلم الطلاب، واكتسابهم معارف ومهارات تناسب العملية التعليمية، وتوهمهم للعمل بكفاءة وفاعلية، إلا أنه إذا أهمل الطلاب واجباتهم وأعمالهم المطلوبة منهم فسيؤثر ذلك سلباً على فرص التعلم داخل الكلية، وهذا يعكس ظاهرة التسويق الأكاديمي لديهم، بحيث يتم تأجيل الواجبات والمهام التي يجب إنجازها في الوقت المحدد، وإنجازها في أوقات لاحقة، خوفاً من الفشل. ويتضح مما سبق أن التسويق الأكاديمي سلوك لا تكفي، يؤثر بشكل مباشر على عملية التعليم، كما له سلبياته على الجوانب الشخصية والمعرفية والاجتماعية، وخاصة لدى طلبة الجامعة، ونظراً لما لهذه المرحلة التعليمية والعمرية من أهمية كبيرة في نهضة وتقدم المجتمع الليبي، ترى الباحثة أن التعليم الليبي بشكل عام والجامعي بصورة خاصة، في حاجة ملحة لمزيد من الدراسة والبحث في مجال التسويق الأكاديمي وانتشاره، وهذا ما جعل الباحثة تتناول هذا الموضوع بالدراسة والبحث، ومن خلال ما اطلعت عليه من دراسات سابقة فإنه لا توجد دراسة تناولت سلوك التسويق الأكاديمي ومدى انتشاره في أوساط طلبة جامعة طرابلس بشكل عام، وكليات التربية بشكل خاص، ومن ثم جاء البحث الحالي للتعرف على مدى انتشار سلوك التسويق الأكاديمي بين طلبة كليات التربية بجامعة طرابلس، والفروق في درجة هذا السلوك تبعاً للاختلاف في المتغيرات (الجنس، التخصص، الكلية)

مشكلة البحث وتساؤلاته:

يشهد عالم اليوم العديد من التغيرات والأزمات، والتطورات المتسارعة، التي أثرت على جميع مجالات الحياة، الأمر الذي أدى إلى زيادة الأعباء والصعوبات التي تواجه الطالب، مما دفع بهذا الطالب إلى أن يسوف في أدائه لبعض المهام، وهذا التسويق قد يكون من الأمور غير الواضحة إذ يمارسه الكثير من الطلاب بطريقة غير واعية، وينكرون قيامهم بهذا السلوك، غير أنهم يسلكونه، سواء أكان ذلك في عدم تنظيم

الوقت وبرمجته بصورة صحيحة ومنظمة، أم في عدم إنجاز المهام المطلوبة في وقتها، وأن هذا التأجيل من الأمور التي تعرقل المهام الأكاديمية، (2)، وقد لاحظت الباحثة انتشار ظاهرة التسويق الأكاديمي بين طلاب الجامعة، الذي اتضح من خلال عدد من المؤشرات التي منها التذمر من تقديم الواجبات والتقارير المطلوبة في وقتها المحدد، وضعف الثقة بالنفس، وتأجيل الامتحانات، والتغيب عنها، والغياب عن المحاضرات، كل ذلك يترتب عليه سلوكيات وأفكار سلبية تنعكس على عملية التعلم، مما ينعكس على التكيف الدراسي للطلاب. وفي دراسة معاوية أبو غزال (2012) وجد أن نسبة (25,2%) من طلاب الجامعة لديهم تسويق أكاديمي مرتفع، ونسبة (7,7%) من الطلاب لديهم تسويق أكاديمي متوسط، ونسبة (17,2%) لديهم تسويق أكاديمي منخفض، وأشارت دراسة محمد زغبوي (2020) أن نسبة انتشار سلوك التسويق الأكاديمي بين طلبة الكلية الجامعية بحقل قد بلغت (4,56%) وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسب العالمية، بنما أسفرت نتائج دراسة هيثم محمد عبد الخالق (2021) أن نسبة التسويق الأكاديمي كان متوسطاً لدى أفراد العينة

وبالتالي تكمن مشكلة البحث في السؤالين التاليين:

- 1- ما مستوى انتشار التسويق الأكاديمي لطلاب كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور؟
- 2- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلاب كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزى لمتغيرات (الجنس التخصص، الكلية) ؟

أهداف البحث:

- 1- التعرف على مستوى انتشار التسويق الأكاديمي لدى طلاب كلية التربية قصر بن غشير، كلية التربية طرابلس، كلية التربية جنزور.
- 2- التعرف على الفروق في درجة التسويق الأكاديمي لدى طلاب كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص، الكلية).

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من جانبين، الجانب الأول في الأهمية النظرية ويتمثل في:

- 1- حيث الحاجة الماسة إلى دراسة شاملة لمعرفة أسباب التسويق، وكيف يحدث، وآثاره السلبية لدى طلبة الجامعة وتسهم هذه المعرفة بمساعدة الطلاب على التخلص، أو التقليل من سلوك التسويق.

2- كما تأتي أهمية هذا البحث في كونه من البحوث القليلة، التي تناولت التسويف الأكاديمي لطلاب الجامعة في ليبيا، ومن هنا نبعت الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع.

أما الأهمية التطبيقية لهذا البحث فتتمثل في:

1- تناوله شريحة مهمة من شرائح المجتمع، وفئة عمرية مؤثرة جداً، ومن المعروف أن طلبة الجامعات يشكلون اللبنة الأساسية في تقدم أي مجتمع ورفيحه، لذا كان لزاماً دراسة هذه الفئة، والعوامل التي قد تؤثر فيها سلباً.

2- كما تساعد في وضع توصيات، وأساليب تساعد الطلبة والأفراد بشكل عام، على التخلص من ظاهرة التسويف؛ لأنها مكلفة على الصعيد الفردي والجماعي.

3- توفير معلومات عن التسويف الأكاديمي، ومعدلات انتشاره، وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية في المجتمع الليبي بجامعة طرابلس، وتحديد كليات التربية، مما يساعد في فهم أعمق لهذا السلوك، والحد من أثاره.

4- قد يزود هذا البحث الأخصائيين النفسيين والمرشدين الأكاديميين ببرامج إرشادية تساعد الطلبة الجامعيين على التخفيف من ظاهرة التسويف.

مصطلحات البحث:

التسويف الأكاديمي Academic Procrastination: هو " ميل الفرد لتأجيل البدء في المهمات الأكاديمية أو إكمالها، ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي" (3)، ويعرف التسويف الأكاديمي بأنه: "تعمد تأجيل بدء وإكمال المهام الأكاديمية عن وقتها المحدد، نتيجة صعوبة استثمار الوقت، وعدم القدرة على تخطيط وترتيب المهام والخوف من الفشل" (4)

وتعرف الباحثة التسويف الأكاديمي إجرائياً: بالدرجة التي يحصل عليها الطالب على مقياس. التسويف الأكاديمي حيث تشير الدرجة المرتفعة على المقياس الى زيادة في سلوك التسويف الأكاديمي .

كليات التربية: تُعرّف بأنها: هي المؤسسات التربوية المتخصصة بإعداد المعلمين في مختلف التخصصات التطبيقية والإنسانية وفق النظام التكاملي المعمول به داخل ليبيا، وأنشئت بموجب قرار أمين اللجنة الشعبية للتعليم والبحث العلمي سابقاً، وتستمر الدراسة بها مدة ثمانية فصول دراسية يمنح الخريج بعدها إجازة (الليسانس) في التخصصات الإنسانية وإجازة (البكالوريوس) في التخصصات التطبيقية، كما تقوم بتنفيذ البرنامج التأهيلي والدورات التدريبية للمعلمين أثناء الخدمة، ومديري المدارس (5)

3- طلاب الجامعة:

الطالب الجامعي: هو أحد مدخلات البيئة للتعليم والتعلم بل أهمها في العملية التربوية فبدون الطالب لن يكون هناك فصل أو تعلم (6)
ويعرف الطالب الجامعي – أيضا- : بأنه الطالب الذي يزاول دراسته الجامعية في أي مستوى دراسي وفي أي تخصص جامعي بعد حصوله على شهادة الثانوية. (7)
حدود الدراسة:

- 1- **حدود موضوعية:** يتحدد البحث بموضوعه، وهو دراسة لمستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية قصر بن غشير، كلية التربية طرابلس، التربية جنزور، والمقياس المستخدم في هذا البحث.
- 2- **الحدود البشرية:** أجرى البحث على عينة عشوائية، من طلبة كليات التربية الثلاثة (التربية قصر بن غشير-التربية طرابلس-التربية جنزور)
- 3- **الحدود المكانية:** أجرى البحث الحالي بكلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور.

4- **الحدود الزمنية:** أجرى البحث الحالي خلال العام الدراسي. 2023\2024

الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً - الدراسات السابقة:

1- **دراسة:** خيرية شبش، هاجر الشريف (2022) بعنوان: التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة مصراتة، تهدف الدراسة إلى معرفة مستوى التسويق الأكاديمي لطلبة جامعة مصراتة، ومعرفة الفروقات الإحصائية لمتغيرات (الجنس، الكلية، المعدل التراكمي) في التسويق الأكاديمي. تم استخدام المنهج الوصفي للوصول إلى النتائج، ولتحقيق أهداف الدراسة تم جمع البيانات من خلال توزيع صحيفة الاستبانة على عينة عشوائية بسيطة بلغ عددها (538) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: مستوى التسويق الأكاديمي لطلبة جامعة مصراتة متوسط، وكذلك وجود فروقات لمستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة مصراتة تعزى لمتغيري الجنس والمعدل التراكمي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد فروقات لمستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة مصراتة تعزى لمتغير نوع الكلية.

2- **دراسة:** خليل أحمد خليل (2020) بعنوان: مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية جامعة مصراتة، هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة تكونت عينة الدراسة من (410) من طلبة كلية التربية

مصراته(342) ذكوراً، 68 إناثاً) وأستخدم مقياس التسويق الأكاديمي لمعاوية أبو غزالة(2012) وقد كشفت الدراسة عن مستوى منخفض من التسويق الأكاديمي لدى عينة الدراسة ولم تكشف الدراسة عن وجود فروق دالة إحصائية في متغير الجنس (الإناث والذكور)، ومتغير التخصص (بكالوريوس، ليسانس)، كما كشفت الدراسة عن فروق في متغير المستوى الدراسي حيث كانت نسبة التسويق الأكاديمي أعلى عند الطلبة الدارسين أكثر من أربعة فصول من الطلبة الدارسين في الفصول الأربع الأولى.

3-دراسة: إنعام مجيد عبيد (2019) بعنوان: التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، تهدف الدراسة الحالية التعرف على نسبة التسويق الأكاديمي لدى الطلاب كذلك معرفة الفروق في مستوى التسويق الأكاديمي بين (ذكور / إناث). والتخصص (علمي، إنساني) وقد اتبعت الباحثة المنهج الوصفي لاستخراج نتائج بحثها وتحقيق أهدافه وقد بلغت عينة البحث (300) طالباً وطالبة، ولتحقيق أهداف البحث فإن الباحثة تبنت مقياس التسويق الأكاديمي من إعداد (لفتة 2017) لقياس متغير البحث، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية، أن طلبة الجامعة لديهم تسويق أكاديمي، وتوجد فروق دالة إحصائية في الدرجة بين الذكور والإناث في مستوى التسويق الأكاديمي، ولصالح الإناث وكذلك فروق ذات دلالة إحصائية في متغير (التخصص العلمي/ الإنساني) ولصالح العلمي.

4-دراسة: رحاب السعدى(2018) بعنوان: التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال في مدينة أريحا، هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الاستقلال، والرضا عن الدراسة لديهم تكونت عينة الدراسة من (230) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. استخدمت الباحثة مقياس أبوغزال (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. 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.

5-دراسة: محمد زغبى (2018) بعنوان: التسويق الأكاديمي لدى طلبة الكلية

الجامعية بحقل وعلاقته ببعض المتغيرات، هدفت الدراسة للتعرف على مدى انتشار سلوك التسويق الأكاديمي بين طلبة الكلية الجامعية بحقل، والفروق في درجة هذا السلوك تبعا لاختلاف متغيرات الجنس، التخصص، والسنة الدراسية. ولتحقيق هدف الدراسة، قام الباحث بإعداد مقياس التسويق الأكاديمي، وتم تطبيقه على عينة مكونة من (227) طالبا وطالبة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة انتشار سلوك التسويق الأكاديمي بين طلبة الكلية الجامعية بحقل كان مرتفعاً كما بينت نتائج الدراسة أن هناك فروق دالة إحصائية في التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس، ولصالح الذكور. بينما لم تجد النتائج فروق دالة إحصائية في التسويق الأكاديمي تعزى لمتغيري التخصص، والسنة الدراسية.

6- دراسة: و داد الكفيري (2016) بعنوان: التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل، وهدفت الدراسة الكشف عن نسبة انتشار التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل. وتكونت عينة الدراسة من (360) طالبة من طالبات كلية التربية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2015\2016 تم اختيارهن بالطريقة العشوائية، وقام الباحث بتطوير مقياس للتسويق الأكاديمي. أظهرت نتائج الدراسة عن مستوى متوسط لانتشار التسويق لدى الطالبات وأوصت الباحثة المؤسسات التربوية بالاهتمام بوضع الخطط والبرامج اللازمة للحد من ظاهرة التسويق الأكاديمي ورفع الدافعية لطلاب الجامعات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من الدراسات السابقة والتي تكونت من دراسات محلية وعربية بأنها تناولت موضوع التسويق لدى طلاب الجامعة، الذي يتشابه مع موضوع البحث الحالي، وتنوعت الدراسات السابقة واختلفت تبعا لمجتمعاتها، فقد كانت جميعها ذات صلة بالبحث الحالي وعاملا من عوامل إثرائها.

- ندرة الدراسات المحلية التي تصدت لدراسة مستوى التسويق في حدود علم الباحثة، حيث لم تحصل الباحثة إلا على دراستين كانت في جامعة مصراتة

-تكونت العينات المستهدفة من طلبة المرحلة الجامعية أي مرحلة المراهقة المتأخرة.
-أكثر المقاييس شيوعا واستخداما في قياس التسويق هو مقياس أبوغزال (2012)
لقياس مستوى التسويق الأكاديمي لدى الطلاب
-اهتمت الدراسات ذات الصلة بدراسة المتغيرات الديموغرافية مثل الجنس والتخصص وكان هناك تباين في نتائجها

-تنوعت منهجية البحث في الدراسات السابقة, فبعضهم استخدم المنهج الوصفي باعتباره أكثر المناهج مناسبة لطبيعتها, وبعضهم استخدم المنهج التجريبي, وبالنظر إلى الدراسات السابقة هناك عدد من أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين البحث الحالي فقد تشابه مع الدراسات السابقة في موضوع البحث, وهو دراسة التسويق الأكاديمي, وتتشابه -أيضا- مع بعض الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي, واختلفت في متغيرات الدراسة والحدود المكانية والزمانية لها

ثانيا- الإطار النظري:

تمهيد:

التسويق: هو تأجيل الشخص لإنجاز عمل أو مهمة مطلوبة منه, ويقوم بعمل بدلاً منها فقط أنشطة تبعث في نفسه المتعة والراحة, ويعني - أيضا - تأجيل الأعمال والمهام إلى وقت لاحق. ويرى بعض علماء النفس أن الشخص قد يلجأ إلى التسويق فراراً من القلق الذي عادة ما يصاحب بداية المهام أو اكمالها, او ما يصاحب اتخاذ القرارات, وقد اقترح بعض العلماء ألا نحكم على التعرف بأنه تسويق الا عندما يتوفر فيه ثلاثة معايير: أن يكون للتأجيل نتائج عكسية. ثانياً: أن يكون التأجيل لا حاجة له بمعنى ان ليس هناك هدف من التأجيل. والثالث: ان يترتب على التأجيل عدم إنجاز المهام وعدم اتخاذ القرارات في الوقت المحدد.

مفهوم التسويق الأكاديمي:

- التسويق الأكاديمي: وهو سائد بشكل كبير في الأوساط الأكاديمية حيث يشترط على الطلبة الالتزام بالمواعيد المحددة للمهام, والاختبارات في بيئة مليئة بالأحداث والأنشطة التي يتنافس فيها الطلاب على الوقت والاهتمام بشكل أكثر تحديد.

- وقد عرّف أبو غزال التسويق الأكاديمي: بأنه التأجيل الطوعي لإكمال المهمات الأكاديمية ضمن الوقت المرغوب فيه أو المتوقع, رغم اعتقاد الطالب أن تأجيل إنجاز هذه تلك المهمات والواجبات في وقتها سوف يتأثر سلباً بسبب هذا التأجيل.(14)

- فيما يعرفه المصليحي والحسيني " بتأجيل الطالب البدء في المهام الدراسية وتأخيرها للحظات الأخيرة مع شعوره بالضيق وعدم الراحة النفسية. (15)

- من خلال التعاريف السابقة وما اتفق عليه الباحثون يمكن استخلاص تعريف شامل للتسويق الأكاديمي: على أنه إرجاء أو تأخير المهام والواجبات الأكاديمية (حل الواجبات، المذاكرة للامتحان، حضور المحاضرات) إلى أجل آخر عن طريق تقديم

الأعداء للظروف مما يضعه موضع صراع مع الوقت وذاته. ومع الآخرين وبطبيعة الأمر ينعكس عليه بالسلب على مستقبله الأكاديمي والعملية التعليمية.

● **أسباب التسويق الأكاديمي:** يعرض الباحثون العديد من أسباب التسويق الأكاديمي، وهي:

- 1- يرى أبو غزال أن من أسباب التسويق الأكاديمي تتمثل في الخوف من الفشل، وأسلوب المدرس والمهنة المنفرة، ومقاومة الضبط وضغط الأقران. (16)
 - 2- سوء إدارة الوقت وتنظيمه، وتحديد الأولويات والأهداف الأولية، وعدم القدرة على التركيز، والمحافظة على مستوى مرتفع من اليقظة عند أداء المهام، والخوف والقلق المرتبط بالفشل وخاصة كلما اقترب الموعد النهائي لأداء المهمة. (17)
- أنواع التسويق الأكاديمي:** هناك عدة أنواع للتسويق الأكاديمي نذكر منها.

- 1- **التسويق القطعي:** ويعني العجز عن اتخاذ القرارات المهمة في فترة زمنية محددة.
- 2- **التسويق التجنبي:** وفيه يتجنب الفرد الابتداء أو الانتهاء من المهمة، لأن العمل النهائي يتضمن تهديداً للذات.
- 3- **التسويق الخامل:** وينطبق ذلك على الأفراد الذين يؤجلون عملهم حتى اللحظة الأخيرة بسبب عدم القدرة على اتخاذ القرار نحو العمل في الوقت المناسب.
- 4- **التسويق الضغط:** وهو القدرة على اتخاذ قرارات متعمدة للتأجيل، واستخدام قدراتهم للعمل تحت الضغط. (18)

العوامل المؤدية إلى التسويق الأكاديمي:

ويمكن تقسيم عوامل التسويق الأكاديمي إلى ما يلي:

عوامل داخلية: ترتبط بسمات الشخصية والعوامل المعرفية وما يتعلق بها من قلق وتوتر، تفكير لا عقلاني؛ انخفاض في الكفاءة الذاتية والتنظيم الذاتي؛ الثقة المفرطة في النفس أو ضعفها تدني تقدير الذات، اللامبالاة؛ الضغوط الشخصية واتجاهات الطلبة الدراسية.

عوامل خارجية: وتشمل العوامل المتعلقة بالبيئة الدراسية المناخ الجامعي، عدم مناسبة المناهج وطرق التدريس والعلاقات التي تسود العملية التعليمية، سوء إدارة الوقت والبيئة الأسرية والاجتماعية، منها المناخ الأسري غير المشجع، وأساليب المعاملة الوالدية ونقص التوجيه والتشجيع والمشاكل الاجتماعية، وكذا تأثير الرفاق والأصدقاء والبيئة الفيزيائية والتي تتضمن عموماً عدم مناسبة البنى التحتية والضوضاء والمشتتات المختلفة. (19)

آراء التسوية الأكاديمي: كثيراً ما يعتقد البعض ان تأثير التسوية الأكاديمي يقتصر انعكاسه على الجانب الأكاديمي التعليمي، إلا أن ما توصلت اليه مختلف الأبحاث تعكس ذلك، مانعني به أنه يؤثر بالسلب على عدة جوانب في الحياة منها ما هو أكاديمي، نفسي، أدائي وغيرها ومن خلال هذا نلخص عدة نقاط لهذه الآثار السلبية. (20)

- الأشخاص المسوفون أكثر عرضة للإصابة باضطرابات النوم والنظام الغذائي عند اقتراب موعد تسليم الواجبات.

- ارتفاع مستويات الاجهاد، القلق، الشعور بالذنب والندم.

- سوء التكيف الأكاديمي.

- استخدام العطل المرضي لتأجيل الامتحان وتبرير الأعذار.

- الغش في الامتحان وتزوير الواجبات.

كما أن هناك مجموعة من الآثار تمثلت في انخفاض الثقة بالنفس، قلق الامتحان، سوء إدارة الوقت، الخوف من الفشل، مشاكل شخصية ومالية وصحية، النظرة السلبية للذات، انخفاض المثابرة، قلة الجهد، ارتفاع توجه تجنب الأداء، محاولة الظهور بمظهر ايجابي، الرسوب والتسرب من المدرسة، التعرض لضغوط نفسية مما تنعكس على العمل والعلاقات العامة، كذلك انتشار عادات وظواهر سيئة كالكسل، اللامبالاة، قلة الالتزام، الحصول على درجات منخفضة في الامتحان مما يشعر بالندم وفقدان الفرص وتوتر العلاقات،(21)

إجراءات البحث ومنهجيته:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الشائع الاستخدام في الأبحاث التربوية، والذي لا يقتصر على وصف الظواهر، والأحداث، وجمع المعلومات عنها، بل يمتد إلى تصنيف هذه المعلومات، وتنظيمها وتفسيرها، وإيجاد العلاقات بين الظواهر المختلفة، بغية الوصول إلى استنتاجات حول تساؤلات البحث، والتي تساعد بدورها على فهم الواقع وتطويره.

مجتمع البحث: تكون مجتمع البحث من جميع الطلاب والطالبات الدراسين بكليات التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور بجميع أقسامها، والبالغ عددهم (3278) طالباً وطالبة حسب إحصائيات المسجل العام بكل كلية للعام الجامعي 2024/2023م.

عينة البحث: حيث أن مجتمع البحث كبير جداً لذلك اكتفت الباحثة بأخذ عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث بنسبة (10%) من مجتمع البحث، وكان إجمالي استمارات

العينة التي تم توزيعها (328) استمارة، وعند مراجعتها للتأكد من مدى صلاحيتها للتحليل، تم استبعاد الاستمارات غير الصالحة للتحليل الإحصائي فأصبح حجم العينة (272) استمارة وبذلك تكون نسبة الفاقدة من الاستمارات (17%) من إجمالي الاستمارات الموزعة وهي نسبة مقبولة، لذلك تم اعتماد حجم العينة (272) طالباً وطالبة موزعة على كليات التربية الثلاثة.

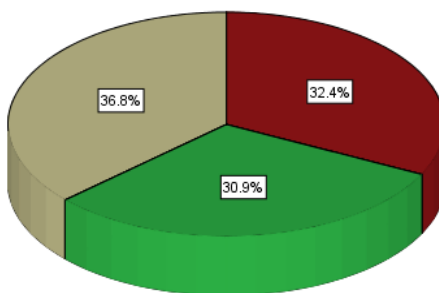
وصف البيانات الأساسية للمجتمع:

يقوم هذا البحث على عدد من المتغيرات المستقلة المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد عينة البحث متمثلة في (الكلية المنتسب إليها الطالب - الجنس - التخصص). وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن تحديد خصائص أفراد عينة البحث على النحو التالي:

جدول رقم (1) يبين توزيع عينة البحث حسب الكلية

الكلية	للتكرار	النسبة المئوية
لتربية جنزور	88	32,4%
لتربية طرابلس	84	30,9%
لتربية قصر بن غشير	100	36,8%
لمجموع الكلي	272	100%

■ التربية جنزور
■ التربية طرابلس
■ التربية قصر بن غشير

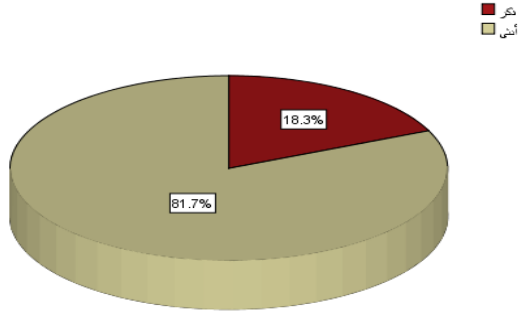


شكل رقم (1) يبين توزيع عينة البحث حسب الكلية

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة البحث حسب الكلية المنتسب إليها المستجيب، فكانت (36,8%) من إجمالي عينة البحث من كلية التربية قصر بن غشير، بينما نسبة المستجيبين للمقياس التابعين لكلية التربية جنزور فكانت نسبتهم تصل إلى (32,4%) من إجمالي عينة البحث، في حين أن منتسبي كلية التربية طرابلس كانت نسبتهم تصل إلى (30,9%) من إجمالي عينة البحث، وهي نسب متقاربة وتخدم أهداف البحث.

جدول رقم (2) يبين توزيع عينة البحث حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	50	18,3%
إناث	222	81,7%
المجموع الكلي	272	100%

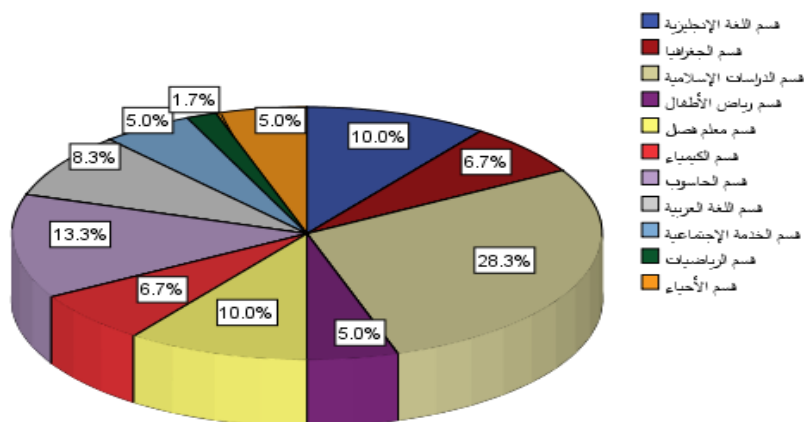


شكل رقم (2) يبين توزيع عينة البحث حسب الجنس

من خلال نتائج الجدول رقم (2) يتضح لنا توزيع عينة البحث حسب الجنس، فكانت (81,7%) من إجمالي مجتمع البحث من الإناث، بينما نسبة الذكور فكانت لا تتجاوز (18,3%) من إجمالي عينة البحث، وتعزو الباحثة هذا إلى أن أغلب طلاب كليات التربية التابعة لجامعة طرابلس من الإناث.

جدول رقم (3) يبين توزيع عينة البحث حسب التخصص

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
اللغة الإنجليزية	24	10,0%
الجغرافيا	16	6,7%
الدراسات الإسلامية	68	28,3%
رياض الأطفال	12	5,0%
معلم فصل	24	10,0%
الكيمياء	16	6,7%
الحاسوب	32	13,3%
اللغة العربية	20	8,3%
الخدمة الاجتماعية	12	5,0%
الرياضيات	4	1,7%
الأحياء	12	5,0%
المجموع الكلي	240	100%



شكل رقم (3) يبين توزيع عينة البحث حسب التخصص

جدول رقم (3) يوضح توزيع عينة البحث حسب التخصصات, فكانت نسبة الطلاب المنتسبين إلى قسم الدراسات الإسلامية تتجاوز ربع حجم عينة البحث (28,3%), وهي الفئة الأكثر شيوعاً في عينة البحث, يليها في المرتبة الثانية تخصص الحاسوب بنسبة تصل إلى (13,3%) من إجمالي عينة البحث, يليها قسمي اللغة الإنجليزية ومعلم فصل بنسب متساوية تصل إلى (10%) من إجمالي عينة البحث, ثم قسم اللغة العربية بنسبة تصل إلى (8,3%), يليها قسما الجغرافيا والكيمياء بنسب متساوية تصل إلى (6,7%), في حين أن باقي التخصصات (رياض الأطفال, الخدمة الاجتماعية, الأحياء, والرياضيات) كانت نسبتهم لا تتجاوز (5%, 5%, 5%, و 1,7%) من إجمالي مجتمع البحث على التوالي.

متغيرات البحث:

تنقسم متغيرات البحث إلى قسمين رئيسيين هما:

1- متغيرات مستقلة: وهي متمثلة في:

لنوع (ذكر، أنثى), التخصص (الدراسات الإسلامية / الرياضيات / معلم الفصل / اللغة الإنجليزية / الحاسوب / الفيزياء / الكيمياء / اللغة العربية / رياض الأطفال / الخدمة الاجتماعية / الأحياء / الجغرافيا), الكلية المنتسب إليها الطالب (التربية قصر بن غشير / كلية التربية طرابلس / كلية التربية جنزور)

2- متغيرات تابعة: تمثلت المتغيرات التابعة في مقياس التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية/ جامعة طرابلس.

أداة البحث: بعد اطلاع الباحثة على المقاييس والدراسات السابقة التي تناولت موضوع التسويف الأكاديمي، استخدمت الباحثة مقياس التسويف الأكاديمي الذي طوره "حسام حميد عباس" وهو مقياس يتكون من تسعة وثلاثين فقرة، يجاب عنها من خلال مقياس ليكرت الثلاثي (تنطبق على تماماً، تنطبق على أحياناً، لا تنطبق على أبداً)، حيث قامت الباحثة بتطبيق المقياس على عينة استطلاعية من طلاب كلية التربية قصر بن غشير لغرض حساب الخصائص السيكومترية لهذا المقياس للتأكد من مدى ملائمة للتطبيق في البيئة الليبية.

الخصائص السيكومترية لمقياس التسويف الأكاديمي:

صدق المحكمين (الصدق الظاهري): لتحقيق من صدق الأداة في البحث الحالي تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في التربية وعلم النفس في جامعة طرابلس، وطلب منهم بيان مدى وضوح الفقرات، وسلامة الصياغة اللغوية للفقرة، وإبداء أية ملاحظات يرونها مناسبة، والحكم على مدى ملائمة الفقرات لقياس سلوك التسويف الأكاديمي لدى عينة البحث، واعتمدت الباحثة نسبة (80%) كمعيار لقبول الفقرة.

صدق البناء الداخلي: قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (20) طالب من طلاب كلية التربية قصر بن غشير من مجتمع البحث؛ ولكن من خارج عينة البحث، بهدف التحقق من صلاحية أداة البحث من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية لمقياس التسويف الأكاديمي، والجدول رقم (4) يوضح ذلك:

جدول رقم (4) يبين نتائج الاتساق الداخلي بين عبارات مقياس التسويف الأكاديمي والدرجة الكلية للمقياس

ر.ت	العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة الإحصائية	القرار الإحصائي
1	تصور ان لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك حاجة فعلية للبدء في الدراسة.	0,427	0,000	دالة إحصائياً
2	عتدت ان يذكرني أحد لإتمام الواجبات الدراسية التي كلف بها.	,349	0,003	دالة إحصائياً
3	عتقد ان اخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني ووجل مذاكرتها.	0,390	0,001	دالة إحصائياً
4	نشغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون نجاز المهام الدراسية.	0,300	0,015	دالة إحصائياً
5	فسيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل بوعد الامتحان	0,376	0,002	دالة إحصائياً
6	بتشتت تركيزي عندما يطلب مني انجاز واجب دراسي.	0,379	0,002	دالة إحصائياً

7	عتقد أن الطلبة الذين يقرؤون كثيرا يصبحون معقدين فيما بعد.	0,186	0,131	غير دالة إحصائياً
8	صوري بأن الاستذكار اليومي أو الأسبوعي لا يجدي فعا يجعلني أؤجل واجباتي المدرسية	0,524	0,000	دالة إحصائياً
9	ستغرب في أفكاري الخاصة دون الاستعداد واستذكار واجباتي الدراسية.	0,401	0,001	دالة إحصائياً
10	شعر بضعف التركيز عند القراءة للامتحان فأميل تأجيله.	0,633	0,000	دالة إحصائياً
11	لجأ الى تأجيل الامتحان العتقادي بضعف قدراتي العلمية.	0,474	0,000	دالة إحصائياً
12	دراكي بصعوبة الامتحان او المهام الدراسية فاصل على إنجازها في وقتها.	0,67	0,28	دالة إحصائياً
13	فكر في اعمالي الأخرى على حساب إتمام واجباتي الأكاديمية.	0,449	0,000	دالة إحصائياً
14	شعر بالضيق وعدم الارتياح لتأجيلي المستمر للمهام الدراسية.	0,185	0,132	غير دالة إحصائياً
15	شعر بالقلق عندما اجلس مع أصدقائي ولدي واجب دراسي على إنجاز.	0,236	0,052	غير دالة إحصائياً
16	رتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية.	0,319	0,008	دالة إحصائياً
17	تضايق عندما يطلب مني واجب دراسي.	0,517	0,000	دالة إحصائياً
18	فرح بتأجيل الامتحان.	0,344	0,000	دالة إحصائياً
19	شعر بالندم عند تقصيري في إتمام واجباتي الدراسية لمكلف بها.	0,122	0,330	غير دالة إحصائياً
20	جد نفسي مهمل في تحضير واجباتي المدرسية.	0,466	0,000	دالة إحصائياً
21	حتاج الى من يضغط على لكي أقرأ ما أكلف به من واجبات دراسية.	0,413	0,001	دالة إحصائياً
22	تضايق لعدم تذكري المواد التي درستها سابقا.	0,313	0,012	دالة إحصائياً
23	ؤجل تهيئة حقيبتي المدرسية الى اللحظات الأخيرة قبل الخروج الى الجامعة.	0,454	0,000	دالة إحصائياً
24	شعر بالارتياح عند مشاركتي في الأنشطة الاجتماعية لأنها تبعدني عن جو الدراسة.	0,371	0,002	دالة إحصائياً
25	نززع عندما أكلف بواجبات علي إنجازها بوقتها.	0,440	0,000	دالة إحصائياً
26	شعوري باليأس يدفعني الى اتخاذ أعذار لتأجيل واجباتي الدراسية.	0,534	0,000	دالة إحصائياً
27	بتعد عن انجاز الواجبات الدراسية في وقتها.	0,391	0,001	دالة إحصائياً
28	خالف زملائي ممن ينجزون واجباتهم في حينها.	0,193	0,123	غير دالة إحصائياً
29	كمل واجباتي على نحو منظم يوما بعد يوم، فأجد نفسي غير متأخر في المواد الدراسية.	0,171	0,164	غير دالة إحصائياً
30	عندما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى.	0,460	0,000	دالة إحصائياً
31	فضي وقتا طويلا في انجاز اعمالي الخاصة قبل ان تجز واجباتي الدراسية.	0,562	0,000	دالة إحصائياً
32	تحين الفرص لاتغيب عن بعض الدروس وتأجيل	0,523	0,000	دالة إحصائياً

				إجابتي الدراسية.
33	متلك مقدرة لاختلاق الأعذار لتأجيل الامتحان.	0,541	0,000	دالة إحصائياً
34	فضل الجلوس امام الأنترنت مدة طويلة على أن أنجز إجابتي الدراسية المطلوبة مني.	0,414	0,000	دالة إحصائياً
35	بذل جهدي في انجاز واجباتي المدرسية.	0,044	0,723	غير دالة إحصائياً
36	جد صعوبة في حمل نفسي على القيام بما يجب أن أقوم به من واجبات ومهام دراسية.	0,369	0,002	دالة إحصائياً
37	حاول ان أكون اخر الطلبة الواصلين الى قاعة للدرس.	0,475	0,000	دالة إحصائياً
38	درك تراكم المادة الدراسية كوني لم أنجزها في وقتها المحدد.	0,123	0,316	غير دالة إحصائياً
39	تكمل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني	0,380	0,001	دالة إحصائياً

من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم (4) والمتمثلة في معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات استمارة المقياس وبين الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي، والذي يبين أن جميع معاملات الارتباط المبينة في الجدول دالة عند مستوى دلالة 0,05، باستثناء الفقرات (7, 14, 15, 19, 28, 29, 35 و38) حيث كانت معاملات الارتباط ضعيفة جداً وتتراوح ما بين (0,044-0,236)، لذلك تم استبعاد هذه الفقرات، في حين أن باقي معاملات الارتباط كانت متوسطة إلى قوية طردية ومحصورة بين ((0,267-0,633)، وبذلك تعتبر عبارات استمارة المقياس صادقة لما وضعت لقياسه. وبعد أن تم استبعاد الفقرات الغير مرتبطة مع المقياس أصبحت عدد الفقرات في صورته النهائية تتكون من (31) فقرة.

ثبات مقياس التسويق الأكاديمي:

تم حساب ثبات مقياس التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية بجامعة طرابلس بطريقة ألفا كرونباخ، فبلغ معامل الثبات (0,86) وهو معامل ثبات عالي جداً؛ لذلك يمكن الثقة في النتائج التي يتم التوصل إليها باستخدام هذا المقياس.

جدول رقم (5) يبين قيمة معامل الثبات للمقياس

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	درجة الثبات
31	0,86	عالية جداً

الصورة النهائية لمقياس التسويق الأكاديمي: بعد قياس الصدق والثبات لمقياس التسويق الأكاديمي تم التوصل إلى الصورة النهائية للمقياس، إذ تكونت فقرات المقياس في صورتها النهائية من 32 فقرة، جميعها تقيس عامل واحد وهو سلوك

التسوييف الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية بجامعة طرابلس.

طريقة تطبيق المقياس وتقدير الدرجة: تم إعداد تعليمات المقياس، إذ يوجد أمام كل فقرة من فقرات المقياس ثلاث خيارات للإجابة، وهي: (تنطبق علي تماماً، تنطبق على أحياناً، لا تنطبق على أبداً)، وتعطى لها الدرجات الأتية: (3, 2, 1) على التوالي، ويقوم طلاب كليات التربية بالإجابة على المقياس بوضع علامة (✓) على الخيار الذي يمثلته، وكلما كانت الدرجة مرتفعة كان ارتفاع سلوك التسوييف الأكاديمي لدى الطلاب، والعكس صحيح.

معيار تصحيح الأداة: تم اعتماد النموذج الإحصائي ذي التدرج النسبي، بهدف الحكم على المتوسطات الحسابية الخاصة بأداة البحث وفقراتها:

جدول رقم (6) المعيار الإحصائي لتحديد مستوى التسوييف الأكاديمي لأفراد عينة البحث

المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المستوى
من 1 – أقل من 1,67	33,3% - أقل من 55,7%	منخفض
من 1,67 – أقل من 2,34	55,7% - أقل من 78%	متوسط
من 2,34 – 3	78% - 100%	مرتفع

الأساليب الإحصائية:

- معامل بيرسون للارتباط لحساب البناء الداخلي لأداة البحث.
- معامل الثبات ألفا كرونباخ لحساب ثبات أداة البحث
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحساب مستوى التسوييف الأكاديمي لطلاب كليات التربية بجامعة طرابلس (كلية التربية طرابلس- كلية التربية قصر بن غشير – كلية التربية جنزور).
- اختبار (ت) للعينات المستقلة لحساب ما إذا كانت هناك فروقات في مستوى التسوييف الأكاديمي تعزو لعامل الجنس.
- تحليل التباين الأحادي لحساب ما إذا كانت هناك فروقات في مستوى التسوييف الأكاديمي تعزو لعامل التخصص، والكلية المنتسب إليها الطالب.
- اختبار LSD لإجراء المقارنات المتعددة.

عرض نتائج البحث ومناقشتها:

إجابة السؤال الرئيسي الأول: ما مستوى التسوييف الأكاديمي لطلبة كل من كلية التربية

قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور؟ للتعرف على مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية بجامعة طرابلس، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (7) يبين مستوى سلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة كليات التربية / جامعة طرابلس

الترتبة	مستوى التسويق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	ر.ت
15	متوسط	0.771	1.84	صور ان لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك اجة فعلية للبدء في الدراسة.	1
25	منخفض	0.736	1.60	تتد ان يذكرني أحد لإتمام الواجبات الدراسية بي أكلف بها.	2
10	متوسط	0.791	1.91	تتقد ان اخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني جل مذاكرتها.	3
14	متوسط	0.795	1.85	تتغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون جاز المهام الدراسية.	4
29	منخفض	0.664	1.49	سيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل عد الامتحان	5
20	متوسط	0.761	1.76	تتت تركيزي عندما يطلب مني انجاز واجب اسي.	6
21	متوسط	0.813	1.76	سوري بأن الاستذكار اليومي أو الأسبوعي لا يدي نفعا يجعلني أوجل واجباتي المدرسية	7
12	متوسط	0.723	1.88	تتغرب في أفكارى الخاصة دون الاستعداد استذكار واجباتي الدراسية.	8
13	متوسط	0.856	1.88	تتعر بضعب التركيز عند القراءة للامتحان فأميل أجيله.	9
28	منخفض	0.681	1.55	تتجأ الى تأجيل الامتحان لاعتقادي بضعب قدراتي علمية.	10
4	متوسط	0.753	2.00	تتراكى بصعوبة الامتحان او المهام الدراسية فاصل لى إنجازها في وقتها.	11
5	متوسط	0.769	1.99	تتكر في اعمالي الأخرى على حساب إتمام واجباتي كاديمية.	12
3	متوسط	0.826	2.06	تتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام دراسية.	13
16	متوسط	0.750	1.78	تتضايق عندما يطلب مني واجباً دراسياً.	14
2	متوسط	0.815	2.18	تترح بتأجيل الامتحان.	15
8	متوسط	0.745	1.93	تتد نفسي مهملاً في تحضير واجباتي المدرسية.	16
26	منخفض	0.801	1.58	تتاج الى من يضبط على لكي أقرأ ما أكلف به من جبات دراسية.	17
1	متوسط	0.802	2.27	تتضايق لعدم تذكري المواد التي درستها سابقاً.	18

17	متوسط	0.808	1.78	19	جل تهيئة حقيبتي المدرسية الى اللحظات الأخيرة ل الخروج الى الجامعة.
7	متوسط	0.836	1.96	20	عمر بالارتياح عند مشاركتي في الأنشطة اجتماعية لأنها تبعدني عن جو الدراسة.
11	متوسط	0.811	1.91	21	رجع عندما أكلف بواجبات على إنجازها بوقتها.
19	متوسط	0.755	1.76	22	عوري بالياس يدفعني الى اتخاذ أعذار لتأجيل جباتي الدراسية.
18	متوسط	0.719	1.77	23	تعد عن انجاز الواجبات الدراسية في وقتها.
23	منخفض	0.771	1.63	24	لما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى.
6	متوسط	0.791	1.97	25	ضي وقتا طويلا في انجاز اعماله الخاصة قبل ان جز واجباتي الدراسية.
22	منخفض	0.751	1.63	26	حين الفرص لأتغيب عن بعض الدروس وتأجيل جباتي الدراسية.
24	منخفض	0.762	1.61	27	تلك مقدرة لاختلاق الأعذار لتأجيل الامتحان.
19 مكرر	متوسط	0.755	1.76	28	ضل الجلوس امام الأنترنت مدة طويلة على أن جز واجباتي الدراسية المطلوبة مني.
9	متوسط	0.663	1.91	29	لصعوبة في حمل نفسي على القيام بما يجب أن اوم به من واجبات ومهام دراسية.
27	منخفض	0.802	1.57	30	باول ان أكون اخر الطلبة الواصلين الى قاعة برس.
30	منخفض	0.679	1.46	31	كل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام مطلوبة مني
	متوسط	0.337	1.81		الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي

بالنسبة لمستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية جامعة طرابلس ككل، فقد أشارت نتائج البحث إلى أن مستوى التسويق لدى طلبة كليات التربية متوسط، بمتوسط حسابي يصل إلى (1,81) وانحراف معياري (0,337). وقد اتفقت نتائج هذا البحث مع دراسة كل من خيرية شبش وهاجر الشريف (2022) ودراسة رحاب السعدى (2018)، ودراسة وداد الكفيري (2016). حيث أظهرت نتائجها وجود مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لدى عينة البحث، بينما اختلفت نتائج هذا البحث مع دراسة أنعام مجيد (2020) ودراسة زغبيني (2018) التي أظهرتا أن مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة قيد الدراسة كان مرتفع. وتغزو الباحثة هذه النتيجة الى كثرة المثبرات الاجتماعية (الانترنت، وأجهزة الموبايل، الفضائيات، ومواقع التواصل الاجتماعي) كل تلك المغريات تشغل الطلاب عن اداء واجباتهم، وقد حصلت معظم الفقرات على استجابة متوسطة، بينما لم تحصل أي فقرة على استجابة مرتفعة، وكانت أعلى فقرات تحصلت على تأييد من قبل العينة هي:

- في المرتبة الأولى الفقرة (18) "أتضايق لعدم تذكرني المواد التي درستها سابقاً", حيث حصلت على متوسط حسابي (2,27) وانحراف معياري (0,802).
- يليها الفقرة (15) "أفرح بتأجيل الامتحان", حيث حصلت على متوسط حسابي (2,18) وانحراف معياري (0,815).
- في المرتبة الثالثة تأتي الفقرة (13) "أرتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية", حيث حصلت على متوسط حسابي (2,06) وانحراف معياري (0,826).
- في حين أن الفقرات (2, 5, 10, 17, 24, 26, 27, 30, 31) حصلت على مستوى استجابة منخفضة، فأقل متوسط حسابي كان للفقرة (31) والتي تنص على: "أكل على زملائي في أتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني", حيث حصلت على متوسط حسابي (1,46) وانحراف معياري (0,679)، حيث لم تتفق عينة البحث على هذه الفقرة مما يدل على أن طلاب كليات التربية الثلاثة يعتمدون على أنفسهم في أتمام الواجبات والمهام المطلوبة منهم. يليها الفقرة (5) والتي تنص على أن "تفسيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل موعد الامتحان", حيث حصلت على متوسط حسابي (1,49) وانحراف معياري (0,664)، يأتي في المرتبة التي قبلها الفقرة (10) "ألجأ الى تأجيل الامتحان لاعتقادي بضعف قدراتي العلمية", حيث حصلت على متوسط حسابي (1,55) وانحراف معياري (0,681), في حين حصلت الفقرتين (30) و (17) على نتائج متقاربة جداً بمتوسط حسابي (1,57) و (1,58) وانحراف معياري (0,802) و(0,801) على التوالي.
- وعند مقارنة مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية الثلاثة, اتضح للباحثة أنه لا توجد فروق ظاهرة بين نتائج أفراد عينة البحث بالنسبة لكليات التربية الثلاثة, فقد أعطت نتائج متقاربة جداً على مقياس التسويق, حيث كان مستوى التسويق لدى طلاب كلية التربية طرابلس في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (1,98) وانحراف معياري (0,317) للمقياس ككل ومستوى استجابة متوسطة, يليها في المرتبة الثانية نتائج طلاب كلية التربية جنزور, حيث كان مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب التربية جنزور متوسط وبمتوسط حسابي (1,76) وبانحراف معياري (3,42), ويأتي في المرتبة الأخيرة طلاب كلية التربية قصر بن غشير وبمستوى تسويق أكاديمي متوسط وبمتوسط حسابي (1,71) وانحراف معياري (0,307).
- وقد كانت أبرز الفقرات التي تعبر على مستوى التسويق الأكاديمي بالنسبة للكليات الثلاثة على النحو التالي:

بالنسبة لمستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كلية التربية جنزور، فقد أشارت نتائج البحث إلى أن مستوى التسويق لدى طلبة كلية التربية جنزور متوسط، بمتوسط حسابي يصل إلى (1,76) وانحراف معياري (0,342). وقد حصلت الفقرة (15)، التي تنص على "أفرح بتأجيل الامتحان" على استجابة مرتفعة من قبل عينة البحث، وتعزو الباحثة ذلك إلى، احتمالية الظروف البيئية والاجتماعية التي يعيش فيها الطلاب، ونوع المعاملة الوالدية والجو النفسي في الأسرة والذي من شأنه أن يؤثر على مستوى الطلاب، بحيث جعلتهم يفرحون عندما يتم تأجيل الامتحانات، و يتحصلون على فرصة جديدة للاستعداد للامتحان، بينما معظم الفقرات تحصلت على استجابة متوسطة، كما موضح في الجدول رقم (8)، في حين أن الإثنى عشرة فقرة التالية (2، 5، 10، 21، 26، 30، 32، 33، 34، 29، 30، 31) تحصلت على مستوى استجابة منخفضة، فأقل بمتوسط حسابي كان للفقرة (31) والتي تنص على: "أأكل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني".

جدول رقم (8) يبين مستوى سلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية جنزور/طرابلس

الترتبة	مستوى التسويق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	ر. ت
5	متوسط	.811	1.91	تصور ان لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك حاجة فعلية للبدء في الدراسة.	1
20	منخفض	.739	1.45	اعتدت ان يذكرني أحد لإتمام الواجبات الدراسية التي أكلف بها.	2
12	متوسط	.700	1.76	اعتقد ان اخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني أؤجل مذاكرتها.	3
3	متوسط	.795	2.18	شغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون انجاز المهام الدراسية.	4
16	منخفض	.796	1.59	تفسيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل موعد الامتحان	5
10	متوسط	.813	1.77	يتشتت تركيزي عندما يطلب مني انجاز واجب دراسي.	6
6	متوسط	.889	1.86	تصورني بأن الاستذكار اليومي أو الأسبوعي لا يجدي نفعا يجعلني أؤجل واجباتي المدرسية	7
4	متوسط	.756	2.00	أستغرب في أفكارني الخاصة دون الاستعداد واستذكار واجباتي الدراسية.	8
11	متوسط	.869	1.77	شعر بضعف التركيز عند القراءة للامتحان فأميل لتأجيله.	9
18	منخفض	.739	1.55	لجأ الى تأجيل الامتحان لاعتقادي بضعف قدراتي العلمية.	10

11	راكي بصعوبة الامتحان او المهام الدراسية فاصل على إنجازها في وقتها.	2.05	.844	متوسط	3
12	كر في اعمالي الأخرى على حساب إتمام واجباتي الأكاديمية.	1.82	.795	متوسط	8
13	أرتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية.	1.82	.907	متوسط	9
14	أتضايق عندما يطلب مني واجباً دراسياً.	1.82	.733	متوسط	7
15	أفرح بتأجيل الامتحان.	2.45	.800	مرتفع	1
16	جد نفسي مهملاً في تحضير واجباتي المدرسية.	1.77	.813	متوسط	10 مكرر
17	حتاج الى من يضبط على لكي أقرأ ما أكلف به من واجبات دراسية.	1.45	.739	منخفض	20 مكرر
18	أتضايق لعدم تذكري المواد التي درستها سابقاً.	2.19	.750	متوسط	2
19	جل تهينة حقيبتي المدرسية الى اللحظات الأخيرة قبل الخروج الى الجامعة.	1.91	.811	متوسط	5 مكرر
20	أشعر بالارتياح عند مشاركتي في الأنشطة الاجتماعية لأنها تبعدني عن جو الدراسة.	1.82	.907	متوسط	9 مكرر
21	لزج عندما أكلف بواجبات علي إنجازها بوقتها.	1.76	.700	متوسط	12 مكرر
22	شعوري باليأس يدفعني الى اتخاذ أعذار لتأجيل واجباتي الدراسية.	1.36	.581	منخفض	22
23	أبتعد عن انجاز الواجبات الدراسية في وقتها.	1.76	.768	متوسط	13
24	عندما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى.	1.64	.790	منخفض	15
25	ضي وقتاً طويلاً في انجاز اعمالي الخاصة قبل ان انجز واجباتي الدراسية.	2.05	.844	متوسط	3 مكرر
26	تحنين الفرص لاتغيب عن بعض الدروس وتأجيل واجباتي الدراسية.	1.36	.492	منخفض	21
27	أمتلك مقدرة لاختلاق الأعذار لتأجيل الامتحان.	1.57	.746	منخفض	17
28	أفضل الجلوس امام الانترنت مدة طويلة على أن أنجز واجباتي الدراسية المطلوبة مني.	1.64	.848	منخفض	16
29	جد صعوبة في حمل نفسي على القيام بما يجب أن أقوم به من واجبات ومهام دراسية.	1.64	.581	منخفض	14
30	أحاول ان أكون اخر الطلبة الواصلين الى قاعة الدرس.	1.55	.800	منخفض	19
31	أتمل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني	1.23	.528	منخفض	23
	الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي	1.76	.342	متوسط	

جدول رقم (9) يبين مستوى سلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية طرابلس/ جامعة طرابلس

الترتبة	مستوى التسويق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	ت. ت
	متوسط	.805	1.95	تصور ان لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك حاجة فعلية للبدء في الدراسة.	1
	متوسط	.680	1.81	اعتدت ان يذكرني أحد لإتمام الواجبات الدراسية التي أكلف بها.	2
6	متوسط	.894	2.20	اعتقد ان اخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني أؤجل مذاكرتها.	3
	متوسط	.809	1.89	شغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون انجاز المهام الدراسية.	4
	متوسط	.657	1.70	تفسيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل موعد الامتحان	5
	متوسط	.745	1.85	يتشتت تركيزي عندما يطلب مني انجاز واجب دراسي.	6
	متوسط	.793	1.86	تصورى بأن الاستذكار اليومي أو الأسبوعي لا يجدي نفعا يجعلني أؤجل واجباتي المدرسية	7
	متوسط	.831	1.76	أستغرب في أفكارى الخاصة دون الاستعداد واستذكار واجباتي الدراسية.	8
7	متوسط	.873	2.19	شعر بضعف التركيز عند القراءة للامتحان فأميل لتأجيله.	9
	متوسط	.671	1.65	لجأ الى تأجيل الامتحان لاعتقادي بضعف قدراتي العلمية.	10
	متوسط	.632	2.00	راكي بصعوبة الامتحان او المهام الدراسية فاصل على إنجازها في وقتها.	11
3	متوسط	.786	2.25	كر في اعمالى الأخرى على حساب إتمام واجباتى الأكاديمية.	12
1	متوسط	.784	2.29	أرتبك عند إلزامى بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية.	13
	متوسط	.831	1.90	انتضايك عندما يطلب منى واجبا دراسيا.	14
	متوسط	.837	2.00	أفرح بتأجيل الامتحان.	15
	متوسط	0,831	2,10	جد نفسى مهملا فى تحضير واجباتى المدرسية.	16
	متوسط	0,933	1,85	نتاج الى من يضبط على لى أقرأ ما أكلف به من واجبات دراسية.	17
4	متوسط	0,851	2,25	انتضايك لعدم تذكرى المواد التى درستها سابقا.	18
	متوسط	0,831	1,90	جل تهينة حقبتي المدرسية الى اللحظات الأخيرة قبل الخروج الى الجامعة.	19
1 مكرر	متوسط	0,784	2,29	أشعر بالارتياح عند مشاركتى فى الأنشطة الاجتماعية لأنها تبعدنى عن جو الدراسة.	20
2	متوسط	0,845	2,29	بز عى عندما أكلف بواجبات على إنجازها بوقتها.	21

22	شعوري باليأس يدفعني الى اتخاذ أعذار لتأجيل واجباتي الدراسية.	2,10	0,700	متوسط	
23	أبتعد عن إنجاز الواجبات الدراسية في وقتها.	1,90	0,788	متوسط	
24	عندما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى.	1,62	0,669	منخفض	
25	ضي وقتا طويلا في إنجاز اعمالى الخاصة قبل ان انجز واجباتي الدراسية.	1,95	0,740	متوسط	
26	تحين الفرص لأتغيب عن بعض الدروس وتأجيل واجباتي الدراسية.	2,24	0,768	متوسط	5
27	أمتلك مقدرة لاختلاق الأعذار لتأجيل الامتحان.	1,85	0,813	متوسط	
28	فضل الجلوس امام الأنترنت مدة طويلة على أن أنجز واجباتي الدراسية المطلوبة مني.	1,95	0,669	متوسط	
29	جد صعوبة في حمل نفسي على القيام بما يجب أن أقوم به من واجبات ومهام دراسية.	2,14	0,727	متوسط	
30	أحاول ان أكون اخر الطلبة الواصلين الى قاعة الدرس.	1,85	0,933	متوسط	
31	أتمكّل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني	1,68	0,730	متوسط	
	الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي	1,98	0,317	متوسط	

دول رقم (10) يبين مستوى سلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية قصر بن غشير

ر. ت	الفقرات	للمتوسط لحسابي	للاتحراف لمعياري	مستوى التسويق	الرتبة
1	صور ان لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك حاجة فعلية للبدء في الدراسة.	1.67	.702	متوسط	17
2	عتدت ان يذكرني أحد لإتمام الواجبات الدراسية التي أكلف بها.	1.56	.768	منخفض	21
3	عتقد ان اخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني أؤجل مذاكرتها.	1.78	.736	متوسط	12
4	أنشغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون إنجاز المهام الدراسية.	1.50	.659	منخفض	22
5	سيراتي الخاطئة لأسئلة الامتحان تدفعني لتأجيل موعد الامتحان	1.22	.422	منخفض	27
6	نشئت تركيزي عندما يطلب مني إنجاز واجب دراسي.	1.68	.748	متوسط	16
7	صوري بأن الاستذكار اليومي أو الأسبوعي لا يجدي نفعا يجعلني أؤجل واجباتي المدرسية	1.60	.764	منخفض	20
8	ستغرب في أفكاري الخاصة دون الاستعداد واستذكار واجباتي الدراسية.	1.88	.600	متوسط	9
9	أشعر بضعف التركيز عند القراءة للامتحان فأميل لتأجيله.	1.72	.792	متوسط	14

10	ألجأ الى تأجيل الامتحان لاعتقادي بضعف قدراتي العلمية.	1.48	.653	منخفض	23
11	إدراكي بصعوبة الامتحان او المهام الدراسية فاصل على إنجازها في وقتها.	1.96	.790	متوسط	5
12	أفكر في اعمالي الأخرى على حساب إتمام واجباتي الأكاديمية.	1.92	.702	متوسط	7
13	رتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية.	2.08	.759	متوسط	2
14	أنضايق عندما يطلب مني واجباً دراسياً.	1.64	.700	منخفض	18
15	أفرح بتأجيل الامتحان.	2.08	.776	متوسط	3
16	أجد نفسي مهملًا في تحضير واجباتي المدرسية.	1.92	.584	متوسط	6
17	احتاج الى من يضبط على لكي أقرأ ما أكلف به من واجبات دراسية.	1.48	.714	منخفض	24
18	أنضايق لعدم تذكر المواد التي درستها سابقاً.	2.35	.832	مرتفع	1
19	جل تهينة حقيبتي المدرسية الى اللحظات الأخيرة قبل الخروج الى الجامعة.	1.56	.768	منخفض	21 مكرر
20	شعر بالارتياح عند مشاركتي في الأنشطة الاجتماعية لأنها تبعدني عن جو الدراسة.	1.80	.764	متوسط	11
21	انزعج عندما أكلف بواجبات علي إنجازها بوقتها.	1.72	.792	متوسط	14 مكرر
22	عوري بالياس يدفعني الى اتخاذ أعذار لتأجيل واجباتي الدراسية.	1.84	.800	متوسط	10
23	أبتعد عن إنجاز الواجبات الدراسية في وقتها.	1.68	.627	متوسط	15
24	عندما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى.	1.64	.860	منخفض	19
25	أقضي وقتاً طويلاً في إنجاز اعمالي الخاصة قبل ان انجز واجباتي الدراسية.	1.92	.812	متوسط	8
26	اتحين الفرص لاتغيب عن بعض الدروس وتأجيل واجباتي الدراسية.	1.36	.638	منخفض	26
27	أمتلك مقدرة لاختلاق الأعذار لتأجيل الامتحان.	1.44	.712	منخفض	25
28	فضل الجلوس امام الانترنت مدة طويلة على أن أنجز واجباتي الدراسية المطلوبة مني.	1.72	.737	متوسط	13
29	ند صعوبة في حمل نفسي على القيام بما يجب أن أقوم به من واجبات ومهام دراسية.	1.96	.611	متوسط	4
30	حاول ان أكون اخر الطلبة الواصلين الى قاعة الدرس.	1.36	.638	منخفض	26 مكرر
31	كل على زملائي في إتمام الواجبات والمهام المطلوبة مني	1.48	.714	منخفض	24 مكرر
	الدرجة الكلية لمقياس التسويف	1.71	.307	متوسط	

إجابة التساؤل الرئيسي الثاني: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويف الأكاديمي لطلاب كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزو لمتغيرات (الجنس، التخصص، الكلية)؟" ينبثق من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- التساؤل الفرعي الأول: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلاب كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزو لمتغير الجنس؟"

- التساؤل الفرعي الثاني: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلاب كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزو لمتغير التخصص؟"

- التساؤل الفرعي الثالث "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلاب كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور تعزو لمتغير الكلية المنتسب إليها الطالب؟"

- للإجابة على التساؤل الفرعي الأول: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلاب كلاً من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور، تعزو لمتغير الجنس؟" وللإجابة عن هذا التساؤل تم وضع الفرضية الفرعية كالتالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ في استجابة عينة البحث تعزو إلى متغير الجنس. وللإجابة على هذه الفرضية، تم تطبيق اختبار (ت) للعينات المستقلة، والجدول التالي تبين النتائج.

جدول رقم (11-أ) يبين نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لاختبار ما إذا كانت هنالك فروقات في استجابة طلبة كلية التربية جنزور تبعاً لمتغير الجنس

مستوى الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	الإحصاءة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	المتغير التابع
204.	19	1.3140	.457	1.52	ذكر	مقياس التسويق الأكاديمي
غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)			.329	1.80	أنثى	

جدول رقم (11-ب) يبين نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لاختبار ما إذا كانت هنالك فروقات في استجابة طلبة كلية التربية طرابلس تبعاً لمتغير الجنس

مستوى الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	الإحصاءة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	المتغير التابع
154.	15	1.5010	.206	2.15	ذكر	مقياس التسويق الأكاديمي
غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)			.378	1.89	أنثى	

جدول رقم (11-ج) يبين نتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لاختبار ما إذا كانت هنالك فروقات في استجابة طلبة كلية التربية قصر بن غشير تبعاً لمتغير الجنس

المتغير التابع	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	حصة (ت)	حرة	مستوى الدلالة الإحصائية
مقياس التسويق الأكاديمي	ذكر	1.61	.365	.3780	20	.709
	أنثى	1.70	.291			غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)

من خلال نتائج الجداول السابقة (11 - أ، 11 - ب، 11 - ج) يتبين أن مستوى الدلالة الإحصائية يساوي (0,204, 0,154 و 0,709) وهي قيم غير دالة إحصائياً، وبمقارنتها مع مستوى المعنوية (0,05)، نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة حول مقياس التسويق الأكاديمي تعزو لمتغير الجنس. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة خيرية شبش وهاجر الشريف (2022) ودراسة خليل أحمد خليل (2020) ودراسة رحاب السعدى (2018) حيث أظهرت نتائجها عدم وجود فروق تعزى لمتغير الجنس في التسويق الأكاديمي - للإجابة على التساؤل الفرعي الثاني: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلبة كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور، تعزو لمتغير التخصص؟" وللإجابة عن هذا التساؤل تم وضع الفرضية الفرعية كالتالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو إلى متغير التخصص. وللإجابة على هذه الفرضية، تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي، والجداول التالية تبين النتائج.

دول (12-أ) يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لمقياس التسويق الأكاديمي لطلبة كلية التربية جنزور تبعاً لمتغير التخصص

مصدر التباين	مجموع المربعات	حرة	توسط المربعات	F	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	.597	7	.085	.753	.635
خلال المجموعات	1.361	12	.113		غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)
المجموع الكلي	1.958	19			

دول (12-ب) يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي لمقياس التسويق الأكاديمي لطلبة كلية التربية طرابلس تبعاً لمتغير التخصص

مصدر التباين	مجموع المربعات	حرة	توسط المربعات	F	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	1.101	7	.157	1.957	.162
خلال المجموعات	.803	10	.080		غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)
المجموع الكلي	1.904	17			

جدول (12-ج) يوضح نتائج تحليل التباين الاحادي لمقياس التسويق الأكاديمي لطلبة كلية التربية قصر بن غشير تبعاً لمتغير التخصص

مصدر التباين	توسط المربعات	رحة الحرية	جمع المربعات	F	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	0.081	3	242	961	432
خلال المجموعات	0.084	18	1509		غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)
المجموع الكلي		21	1751		

من نتائج الجداول السابق يتبين لنا أن مستوى الدلالة الإحصائية يساوي (0,635)، 0,162 و 0,432) غير دالة إحصائياً، وبمقارنتها مع مستوى المعنوية (0,05)، نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إستجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاث تعزو لمتغير التخصص. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زغبوي (2018) في عدم وجود فروق في التخصص الأكاديمي والسنة الدراسية.

- للإجابة على التساؤل الفرعي الثالث: "هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في درجة التسويق الأكاديمي لطلبة كل من كلية التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، التربية جنزور، تعزو لمتغير الكلية المنتسب إليها الطالب؟" وللإجابة عن هذا التساؤل تم وضع الفرضية الفرعية كالتالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في استجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو إلى متغير الكلية. وللإجابة على هذه الفرضية، تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول التالي يبين النتائج.

دول (13) يوضح نتائج تحليل التباين الاحادي لمقياس التسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير الكلية المنتسب إليها الطالب

مصدر التباين	توسط المربعات	رحة الحرية	جمع المربعات	F	مستوى الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	0.451	2	902	4358	017
خلال المجموعات	0.104	65	6728		دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)
المجموع الكلي		67	7630		

من الجدول السابق يتبين أن مستوى الدلالة الإحصائية يساوي (0,017) وهي قيمة دالة إحصائياً، وبمقارنتها مع مستوى المعنوية 0,05، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إستجابة عينة البحث حول مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية التابعة لجامعة طرابلس تعزو لمتغير الكلية التي ينتسب إليها الطالب، ولمعرفة أي الثنائيات من كليات التربية ذات فروق معنوية في مقياس التسويق الأكاديمي نقوم بإجراء مقارنة متعددة باستخدام اختبار (LSD). والجدول التالي يبين نتائج اختبار المقارنات المتعددة، حيث أظهرت نتائج البحث أنه توجد فروق ذات دلالة

إحصائية بين مستوى التسويق لطلاب كلية التربية طرابلس وطلاب كلية التربية جنزور، وكذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التسويق لدى طلاب كلية التربية طرابلس وطلاب كلية التربية قصر بن غشير. وتختلف نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة خيرية شبش وهاجر الشريف (2022) بعدم وجود فروق في التسويق لدى طلاب جامعة مصراتة نعزى لمتغير نوع الكلية.

جدول (14) يوضح نتائج المقارنة البعدية

القرار الإحصائي	مستوى الدلالة الإحصائية	الفرق بين متوسطات المجموعتين	الكلية (J)	الكلية (I)
دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,05)	0.029	-21888-	التربية طرابلس	للتربية جنزور
غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,05)	0.599	0.04963	تربية قصر بن غشير	
دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,05)	0.006	26851	تربية قصر بن غشير	تربية طرابلس

ملخص نتائج البحث:

هدف هذا البحث إلى قياس مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب كليات التربية التابعة لجامعة طرابلس (كلية التربية قصر بن غشير، كلية التربية طرابلس، كلية التربية جنزور، ومعرفة الفروق في مستوى التسويق الأكاديمي بين طلاب كليات التربية الثلاثة. وأظهرت نتائج البحث أن:

- مستوى التسويق الأكاديمي متوسط لدى طلاب كليات التربية (التربية قصر بن غشير، التربية طرابلس، والتربية جنزور). حيث جاء طلاب كلية التربية طرابلس في المرتبة الأولى (الأكثر تسويقاً)، يليهم طلاب كلية التربية جنزور، وفي المرتبة الأخيرة (الأقل تسويقاً) طلاب كلية التربية قصر بن غشير.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إستجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إستجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو لمتغير التخصص.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتوسطات إستجابة عينة البحث من طلاب الكليات الثلاثة تعزو لمتغير الكلية، حيث كان طلاب كلية التربية طرابلس أكثر تسويقاً أكاديمياً من طلاب كلية التربية قصر بن غشير والتربية جنزور.

توصيات البحث:

- في ضوء نتائج البحث توجد عدة توصيات توصي بها الباحثة وهي كالآتي:
- 1- تصميم برامج إرشادية لمساعدة الطلبة على كيفية تنظيم وإدارة الوقت تجنباً للتسويق الأكاديمي.
 - 2- تقديم المزيد من الخدمات والأنشطة الترفيهية للطلبة لزيادة رضائهم عن الدراسة الجامعية.
 - 3- حث أعضاء هيئة التدريس بضرورة توجيه الطلاب للالتزام بمواعيد المحاضرات والتأكيد على احترام وتنظيم الوقت، واستخدام أساليب التعزيز والتشجيع من أجل التقليل من ظاهرة التسويق الأكاديمي بين أوساط الطلبة الجامعيين.

مقترحات البحث:

- إجراء دراسات أخرى تتناول علاقة التسويق الأكاديمي بمتغيرات أخرى
- إجراء المزيد من البحوث التي تبحث في أسباب التسويق والمشكلات التي تواجه الطلبة.
- فعالية الإرشاد بالواقع في خفض سلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة.
- إجراء بحوث مماثلة للبحث الحالي في كليات جامعية وفي تخصصات أخرى.

المراجع:

- 1- عبدالمهدي صوالحة، صوالحة، أحمد محمد (2018): التسويق الأكاديمي وعلاقته بمفهوم الذات الأكاديمي لدى عينة من طلبة جامعة إربد الأهلية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد التاسع، ع(26)
- 2- صفاء عبد الرسول الأبراهيمي (2020) اتجاهات طلبة الجامعة نحو تقدير الوقت وعلاقتها بالتسويق الأكاديمي، مركز البحوث النفسية. 31 (4) 142-27
- 3 أبو غزال، معاوية". (2012) التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعة"، (المجلة الأردنية في العلوم التربوية) مج (2) 149-131.
- 4- محمد أحمد زغبني (2020): التسويق الأكاديمي لدى طلبة الكلية الجامعية بحقل وعلاقته ببعض المتغيرات. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، مج (4) العدد (1).
- 5- نعيمة المهدي أبوشاقور (2010): تطوير منظومة كليات التربية في الجماهيرية العظمى في ضوء معايير الجودة الشاملة"، (رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الفاتح سابقا، كلية الآداب، طرابلس).
- 6- أميرة مكناسي، صونيا قاسمي، (2020) مشكلات البيداغوجية وتأثيرها على التحصيل الأكاديمي لدى الطالب الجامعي، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 34 ، العدد 2 ، قسنطينة الجزائر، ص614
- 7- فاطيمة بن خليفة (2023): التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي في ضوء متغيري الجنس والتخصص الدراسي، جامعة غليزان، الجزائر، مجلة البحوث التربوية والتعليمية المجلد / 12 العدد 1 .
- 8- خيرية شيش، الشريف، هاجر (2022): التسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة مصراتة، المؤتمر الدولي لمخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل الليبي، "رهانات الحاضر وأفاق المستقبل".
- 9- خليل أحمد خليل (2020): مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية جامعة مصراتة، كلية التربية، المجلة العلمية لكلية التربية، العدد 15.
- 10- أنعام مجيد عبيد (2019): التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، مجلة روت للعلوم التربوية والاجتماعية، المجلد 6 ع(3)، ص277-259.
- 11- رحاب السعدي (2018): التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال في مدينة أريحا، مجلة جامعة الأقصى للعلوم التربوية والنفسية 1(33-73).
- 12- زغبني، محمد أحمد (2020): التسويق الأكاديمي لدى طلبة الكلية الجامعية بحقل وعلاقته ببعض المتغيرات. المجلة الدولية التربوية المتخصصة، مج(4) العدد(1).
- 13 وداد محمد الكفيري (2016): التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل، مجلة الدراسات النفسية والتربوية، جامعة السلطان قابوس، مج10 ع(2) 299-290.
- 14 معاوية أبو غزال" (2012): التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر طلبة الجامعة"، (المجلة الأردنية في العلوم التربوية) مج (2) 149-131.
- 15- زهير عبد الحميد النواجحة، وبركة، رمضان عاززي(2018): القلق الوجودي والتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 15(2)، 292-262.
- 16- معاوية أبو غزال" (2012): التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر طلبة الجامعة"، (المجلة الأردنية في العلوم التربوية) مج (2) 149-131.

- 17- محمد حسن أبو راسين (2015): الإرجاء الأكاديمي وعلاقته بكل من الثقة بالذات والمعدل الدراسي لدى عينة طلاب وطالبات السنة التحضيرية بجامعة جازان، مجلة دراسات تربوية ونفسية، كلية التربية، جامعة الزقازيق، ع88 (73-133).
- 18- طارق عبد العالي السلمي" . (2014) : مستوى التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية والعلاقة بينهما لدى طلاب كليات مكة المكرمة والليث في المملكة العربية السعودية " ، رسالة دكتوراه كلية التربية، جامعة أم القرى.
- 19- فاطيمة بن خليفة (2023): التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي في ضوء متغيري الجنس والتخصص الدراسي، جامعة غليزان، الجزائر، مجلة البحوث التربوية والتعليمية المجلد / 12 العدد 1 .
- 20- حسين سلمان، حسين مير ا (2016) : أنماط المعاملة الوالدية وعلاقتها بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك [أطروحة ماجستير منشورة] ، جامعة اليرموك.
- 21- أحمد عبدالله، سمير، فوزي (2018): عوامل التسويق الأكاديمي كما يدركها طلاب; كلية التربية، جامعة الأزهر بالقاهرة، مجلة الدراسات العربية في التربية وعلم النفس، رابطة التربويين العرب العدد (96) 439-- 511