

دراسة ميدانية حول التسويق الإلكتروني في الجزائر

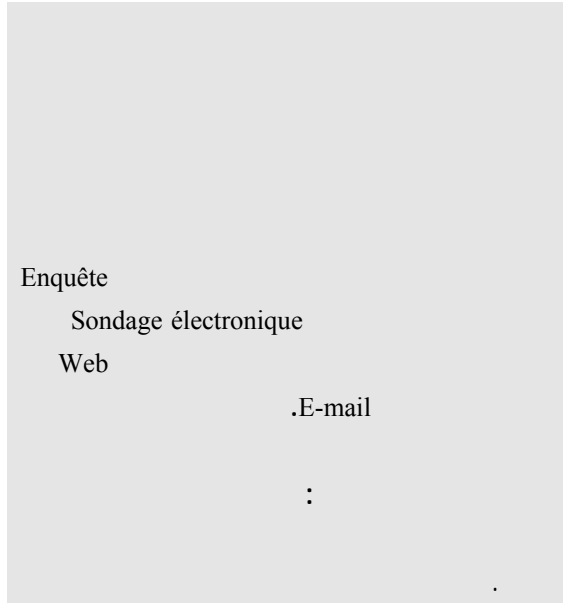
- . / & /

EXCEL 2000

Tableaux)

(croisés

: -3



1999

.2000

: -1

: -4

(1)

Microsoft FrontPage 2000

HTML

Microsoft Excel 2000

.STATITCF V5.0

: -5

252

: 9 200

: - 14 29

Cybermarketing

%59.15

: -1

40.85%

: -2

: -

		%11		
	€%7.06			%83.10
%4.7		/	.	%16.90
		%3.53	:	-
		.		
	:	-	%49.30	
				%50.07
	%60.56		.	
.	%39.44		:	-
	:	-		%57.75
				%42.25
	%21.7		%57,75	
			%30,98	
		%28	%7,04	5 1
				10 6
.%25			10	
	:	-		.%4,23
	%8.45		:	-
	.%91.55			
	:	-		%21
	%7.04	Visa		Téléchargement
MasterCard			%18	
.	%91.55	€%1.41	%15	
			%12.65	

		%51,46	:		-
		.			
%96	:		-		
.	%4				%29,29
:			-	%21,95	
					%17,19
	%80,28		%12	%14,69	
	.	%19,72		%4,88	
	:		-		
			:		-
		%69			
	31%			%29,65	
					%27,77
	%15,79		%26,79
	:		-	:	-
					%77,46
	%32,52			%22,54	
	%19,63	%20,24			
%10,43	%15,95		.		
	.%1,23			:	-
	:		-		
			%9,86	%90,14	
			.		
:			:		-
%31	%41				
	%19				
	.%9				%48,54

.
%32,86 %67,14

.
)
(. ...

)
.(...

:

)
.(...

.
(2)

:

.1

.4

.2

.5

.6

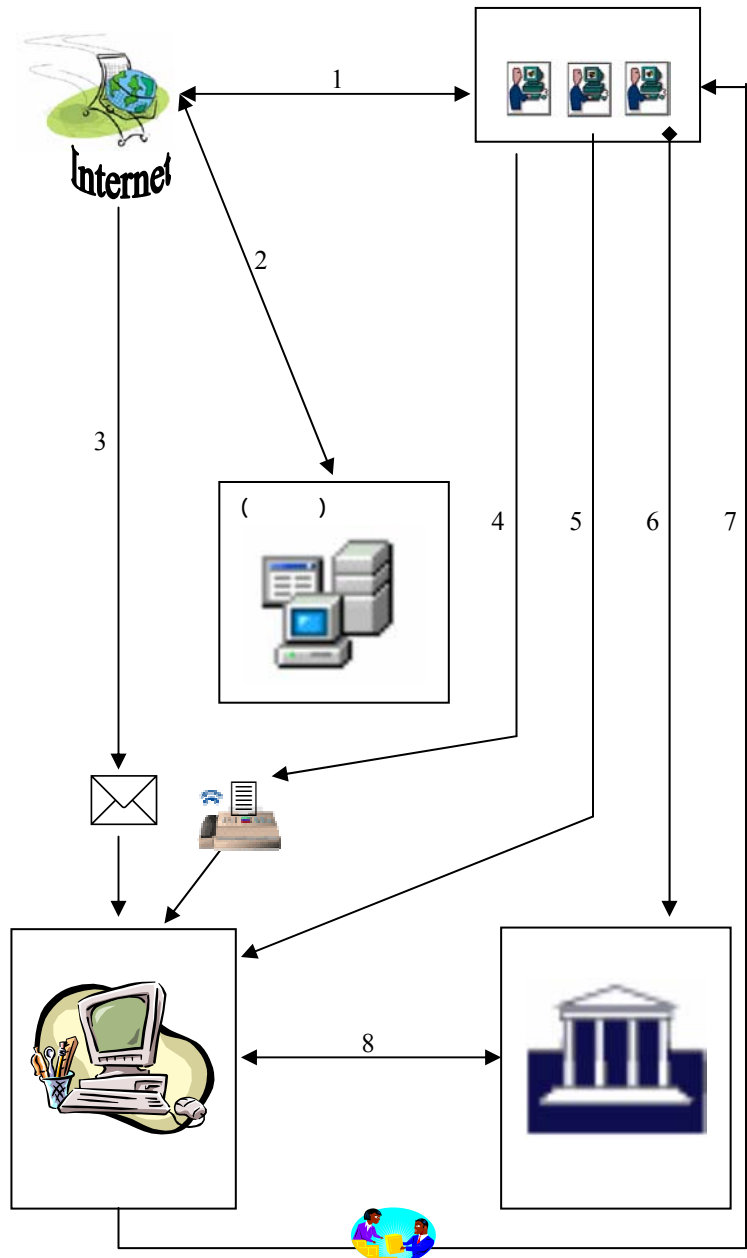
.3

.7

:

(1)- 04/06/1999, [http:// bekhti.ouargla-univ.dz/sondage.html](http://bekhti.ouargla-univ.dz/sondage.html)

"() " _ (2)
.2002 - ()



: 1•2

: 2•3

: 4

: 5

: 6

: 7

: 8