

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
60	تطور الكثافة الهاتفية النقالة من 2000-2008	01
61	تطور عدد المشتركين في سوق خدمة الهاتف النقال من 2000-2008	02
62	تطور رقم أعمال قطاع الهاتف النقال من 2002-2008	03
73	تطور أسعار خطوط الدفع المسبق	04
75	تطور أسعار المكالمات لكل متعامل 2004-2008	05
78	تطور عدد المشتركين في خدمة الدفع المسبق و المؤجل من 2001-2008	06
79	التوزيع النسبي للمشاركين بين خدمة الدفع المسبق و المؤجل 2001-2008	07
80	تطور الطلب على الهاتف النقال و الثابت من 2001-2008	08
84	تطور الحصة السوقية لكل متعامل 2000-2008	09
90	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية	10
94	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات العوائق القانونية	11
95	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات تمييز المنتجات	12
97	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات الميزة المطلقة في التكاليف	13
98	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات عوائق الدخول الهيكلية	14
99	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات استراتيجية التسعير	15
100	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات استراتيجية الإعلان	16
102	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات استراتيجية الإبداع التكنولوجي	17
103	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات عوائق الدخول الاستراتيجية	18
104	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات المنافسة في القطاع	19
107	مدى تأثير عوائق الدخول على المنافسة في القطاع	20

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
04	القوى التنافسية الخمس	01
61	تطور الكثافة الهاتفية النقالة 2008-2000	02
62	تطور عدد المشتركين لكل متعامل من 2008-2000	03
63	تطور رقم أعمال قطاع الهاتف النقال من 2008-2002	04
74	تطور أسعار خطوط الدفع المسبق	05
75	تطور أسعار المكالمات لكل متعامل 2008-2004	06
77	القوى التنافسية في سوق الهاتف النقال في الجزائر	07
78	تطور عدد المشتركين في خدمة الدفع المسبق و المؤجل من 2008-2001	08
79	التوزيع النسبي للمشاركين بين خدمة الدفع المسبق و المؤجل 2008-2001	09
81	تطور الطلب على الهاتف النقال و الثابت من 2008-2001	10
85	تطور الحصة السوقية لكل متعامل 2008-2000	11
91	تركيبية عينة الدراسة حسب المتعامل	12
91	تركيبية عينة الدراسة حسب الجنس لكل متعامل	13
92	تركيبية عينة الدراسة حسب السن لكل متعامل	14
92	تركيبية عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي لكل متعامل	15
93	تركيبية عينة الدراسة حسب الخبرة العملية لكل متعامل	16