

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Institut national de la planification et de la statistique

Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'ingénieur
d'état en statistique et planification

Option : *Statistique*

Etude analytique de l'opinion publique sur le service

Internet en Algérie

« Enquête par sondage auprès des cybercafés dans l'Algérie »

Réalisé par :

*Bourouaih Saddek
Allab Rachid*

Encadré par Mme :

Akrouf Taklit

16^{ème} Promotion - 2004 -

TH3. 1253

Sommaire :

• Introduction générale	1
• Chapitre I: Nécessité de l'information et développement d'Internet	4
Introduction	4
Section 1: Information & Internet	5
1-1 : Le rôle de l'information dans l'économie.....	5
1-2: Qu'est ce qu'Internet ?.....	6
1-3: Historique et évolution d'Internet.....	7
Section 2: Le marché d'Internet en Algérie	8
2-1: La situation d'Internet en Algérie.....	8
2-2: Les fournisseurs d'accès.....	10
2-3 : Les cybercafés.....	13
Section 3: Présentation de CERIST	14
3-1: Historique et création.....	14
3-2: Description générale du CERIST.....	14
3-3: Présentation du département de réseaux.....	16
Conclusion	16
• Chapitre II: Enquêtes exhaustives & enquêtes par sondages	17
Introduction	17
Section 1: Les types d'enquêtes	17
1-1: Les enquêtes exhaustives.....	17
1-2: Les enquêtes par sondage.....	17
1-3: Les principales étapes d'une enquête.....	18
Section 2: Présentation des différentes méthodes du sondage	20
2-1: Les sondages aléatoires.....	20
2-2: Les sondages empiriques.....	23
2-3: Les erreurs du sondage.....	25
Section 3: Conception de questionnaire	27
3-1: Le questionnaire.....	27
3-2: Les types de questions.....	28
Conclusion	29

• Chapitre III: Le déroulement de notre enquête	30
Introduction	30
Section 1: Etape de préparation	30
1-1: Les objectifs de l'enquête.....	30
1-2: Le champ de l'enquête.....	30
1-3: Le choix de la méthode adéquate.....	31
1-4: Détermination de l'échantillon.....	32
1-5: Rédaction du questionnaire.....	33
Section 2: Etape de réalisation	38
2-1: Collecte de données.....	38
2-2: Codification de données.....	38
2-3: Saisie et contrôle de la saisie.....	41
Conclusion	42
• Chapitre IV: Analyse & interprétation des résultats de l' enquête	43
Introduction	43
Section 1: Analyse des résultats de l'enquête par les tableaux croisés	43
1-1: Présentation de L'échantillon selon les caractéristiques individuelles.....	43
1-2: La fréquence d'utilisation des cybercafés selon les caractéristiques individuelles de l'échantillon.....	46
1-3 : La qualité de service au niveau des cybercafés selon les caractéristiques individuelles de l'échantillon.....	49
1-4 : Le comportement des personnes interrogées.....	53
Section 2: Analyse et interprétation des résultats de l'enquête parl' AFCM	64
2-1:Présentation théorique de l' AFCM.....	65
2-2: Application de l'AFCM, et interprétation des résultats.....	75
Conclusion	86
• Conclusion générale	87
• Références bibliographiques .	
• Les annexes .	