

العلاقة ما بين حجم الأنترنت المستعملة والهواتف الذكية في الجزائر

The relationship between the volume of used internet and smart phones in Algeria

خربوش مصطفى

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد (الجزائر)، mus-kher@hotmail.com

تاريخ النشر: 2023/05/20

تاريخ القبول: 2023/10/27

تاريخ الاستلام: 2022/09/25

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور الانترنت والهواتف الذكية في المجتمع الحديث من خلال تقييم عام للنتائج المتوصل اليها في مختلف الشركات ومحاولة ابراز الدور الذي يلعبه الهاتف في زيادة الطلب على الأنترنت . كما تنبع أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تبحث عن المعلومات و تجمعها من خلال الاستبانة الصادرة والمعدة باتقان قصد التعرف علي أذواق المستهلك.

توصلت الدراسة الي مجموعة من الأجوبة منها العلامة سامسونج الكورية هي الأكثر مبيعا في السوق حيث يحتل *A21s* الصدارة كما أن حجم الانترنت الأكثر استهلاكاً هو الأكثر من 30 جيجا شهريا . أما الموقع الأكثر استعمالاً عند الشباب فهو موقع انستغرام لكن يوتوب هو الموقع الأكثر استفادة أو الموقع الذي يقدم قيمة مضافة عند الشباب.

كما توصلت الدراسة أيضا أن نوعية الهاتف النقال هي التي تلعب دورا مهما في زيادة الطلب علي حجم اضافي من الأنترنت .

كلمات مفتاحية: الأنترنت الذكية، مواقع التواصل الاجتماعي ، اقتصاد المعرفة .

تصنيف JEL: M20, M29

Abstract:

This study aims to highlight the role of the Internet and smartphones in the modern society through a general evaluation of the results reached in various companies and an attempt to highlight the role played by the phone in increasing the demand for the internet. Issued and prepared to perfection in order to identify the consumer's needs.

The study found a set of answers, including the Korean Samsung brand, which is the best seller in the market, where the A21s is at the fore, and the volume of the internet that consumes the most is more than 30 GB per month. As for the site most used by young people, it is Instagram, but YouTube is the most used site or the site that provides added value to young people.

The study also found that it is the quality of the mobile phone that plays an important role in increasing the demand for an additional volume of internet.

Keywords: Internet, smart phones, social networking sites, knowledge economy.

JEL Classification: M20, M29

1. مقدمة:

انتشرت في الآونة الأخيرة استعمال وسائل مواقع التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة 1 ، من أبرزها الإنترنت الذي أحدث تغيرات في حياة الانسان والمجتمع ككل، وحول العالم إلى بلدة صغيرة تصلنا اخبارها بسرعة. ومن هنا حاولت مختلف الشركات الكبرى تحقيق أهدافها من حيث تسويق منتجاتهم من مختلف أنواع الهواتف . أصبحت الهواتف الذكية أو المحمولة ظاهرة اجتماعية حقيقية. أو جوهرية تكنولوجية حقيقية، اد يشهد الهاتف المحمول نجاحاً لا يمكن تصوره. بحيث يزداد عدد المستعملين من يوم لأخر. ويتنافس عليه مختلف أطراف المجتمع لقد غير هذا الجهاز الطريقة التي نتواصل بها. أصبح استخدامه مسألة روتينية، مما أدى إلى تعديل المشهد الاجتماعي والاقتصادي وكذلك سلوك الأفراد. ومع تزايد الطلب عليه من قبل الأفراد تنافست مختلف الشركات الكبرى على جذب أكبر عدد من الزبائن من خلال عرض مختلف المزايا والتحسين من جودة المحمول من استعمال الكاميرا وقدرة التحمل للبطارية وصول الي تخزين الذاكرة ومزايا أخرى لا تعد ولا تحصى.

أهمية الدراسة:

يهتم هذا البحث في ابراز المكانة التي يحتلها الهاتف الذكي ومدى مساهمته في زيادة الطلب على الأنترنت في الجزائر، وما يتطلبه هذا القطاع من معلومات مختلفة عن أذواق المستهلك ورغباته في سبيل كسب ولاء الزبون وبالتالي تحقيق أرباح جديدة. يجب أن تحتوي مقدمة المقال على تمهيد مناسب للموضوع، ثم طرح لإشكالية البحث ووضع الفرضيات المناسبة، بالإضافة إلى تحديد أهداف البحث ومنهجيته

1.1 إشكالية البحث:

ما مدي مساهمة نوع الهاتف النقال في زيادة الطلب على حجم اضافي من الأنترنت ؟

2.1 أسئلة البحث:

ما هو أكثر موقع اجتماعي ساهم في استعمال الأنترنت بكثرة؟

هل استطاعت هذه المواقع تقديم القيمة المضافة من المعرفة؟

3.1 فرضيات البحث:

يساهم نوع الهاتف النقال في زيادة الطلب علي الأنترنت

لعبت مختلف المواقع دورا كبيرا في تطوير الذات.

2 اقتصاد المعرفة:

تعد المعرفة هي المرحلة النهائية من تحويل البيانات إلى معلومات 2، والتي تتحول بدورها إلى حقيقة من خلال توفر بيئة معرفية ممكنة لهذا التحول مع ضرورة وجود ترابط ما بين البيانات والمعلومات والمعرفة. ولو ربطنا المعرفة بالجانب الاقتصادي لوجدنا الكثير من المصطلحات والمفاهيم الجديدة في عالم الاقتصاد والرقمة والأرقام وقد ساعدت البيئة وتطور التكنولوجيا والانترنت على خلق أسواق جديدة ومنصات اقتصادية حديثة على عكس التقليدية وهذا التطور والتغيير المعرفي للجانب الاقتصادي نسميه الآن مصطلح اقتصاد المعرفة الذي يعتمد على المعرفة كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي 3.

- إذن ما تعريف هذا الاقتصاد الحديث؟ وما الفرق بين الاقتصاد التقليدي القديم واقتصاد المعرفة؟

- ما هي خصائص هذا الاقتصاد وما هو الدور الذي تلعبه التكنولوجيا والانترنت في هذا الصدد؟

اقتصاد المعرفة:

يقصد بالاقتصاد المعرفي الذي يطلق عليه في بعض الأحيان الاقتصاد الجديد هو ذلك الاقتصاد القائم على المعرفة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر⁴، ويقصد به أيضا " باقتصاد المنتجات الذكية أي أن هذه المنتجات هي بعض ملامح المعرفة القائم على تكتل المعلومات وتراكمها في جهاز الكمبيوتر الذي يقوم بدوره بتحليلها وتنسيقها ليتعاطى مع أحداث الواقع بما يتناسب معها تماما. كما يتعاطى معها الإنسان الراشد⁵

بدأت اقتصاديات دول العالم تتجه نحو توجهات جديدة أطلق عليها تسميات مختلفة مثل: الاقتصاد الجديد ما بعد الصناعي، واقتصاد المعلومات، واقتصاد الإنترنت، والاقتصاد الرقمي، والاقتصاد الإلكتروني، والاقتصاد الشبكي، واقتصاد الملموسات...

وأخيراً نطاً متطوراً عن الأنماط السابقة، وهو الاقتصاد الذي تؤدي فيه المعرفة دوراً أساسياً في خلق الثروة، وتحتل فيه مساحة أكبر وأكثر عمقاً مما كانت في أشكال الاقتصاد السابقة، فلم يعد من حدود لدور المعرفة في الاقتصاد، إذ أصبحت تُشكل مكوناً أساسياً في العملية الإنتاجية، وتحقق الجزء الأعظم من القيمة المضافة فيه.

يشير مصطلح اقتصاد المعرفة إلى الاقتصاد الذي يركز على إنتاج المعرفة وإدارتها في إطار محددات اقتصادية معينة، وهو يختلف عن الاقتصاد القائم على المعرفة الذي يرمز إلى الاقتصاد الذي يستخدم تقنيات المعرفة كالمهندسة المعرفية وإدارة المعرفة. وبشكل عام فإن اقتصاد المعرفة يشير إلى التحول الاقتصادي العالمي الناجم عن مجتمع المعلومات وعن نجاح الاقتصاد الصناعي في إعادة صياغة أسسه وقواعده، بحيث تكون مصادر المعرفة كأسرار العمل والخبرات أساسية كمصادر الاقتصادية الأخرى.

" وهناك أيضاً مصطلح الاقتصاد المبني على المعرفة الذي ينبع من إدراك مكانة المعرفة والتكنولوجيا والعمل على تطبيقها في الأنشطة التجارية، فهو يعتبر مرحلة متقدمة من الاقتصاد المعرفي. أي أنه يعتمد على تطبيق الاقتصاد المعرفي في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية في مجتمع يمكن القول إنه مجتمع معلوماتي⁶

يتسم اقتصاد المعرفة بنامي الأهمية النسبية للأنشطة كثيفة استخدام المعرفة في إنتاج السلع والخدمات بما يساعد على تسارع الابتكار والتطور التقني، وهو ما بات يميز اقتصاد القرن الحادي والعشرين.

يؤدي التوسع السريع في المعرفة والاعتماد المتزايد على الحوسبة وتحليل البيانات الضخمة إلى تغيير ملامح الاقتصاد العالمي أكثر اعتماداً على رأس المال الفكري والمهارات....

يلعب التعليم دوراً مهماً في إعداد الأجيال الناشئة للتعامل مع اقتصاد المعرفة وجعل الأفراد مساهمين حقيقيين في صنع الاقتصاد المبني على المعرفة. لذلك يقع وضع اللبنة الأولى للتحول نحو اقتصاد المعرفة بالأساس على عاتق المؤسسات التعليمية وعلى رأسها وزارات التربية والتعليم، والمؤسسات الأكاديمية، ومراكز البحث والتطوير.

لذلك يشهد سوق العمل زيادة كبيرة في مستويات الطلب على تعلم مهارات جديدة في مجالات مثل علوم البيانات والذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة التي تعتبر من أبرز ملامح الثورة. بالتالي يمكن التراكم المعرفي مختلف الأفراد والمؤسسات في الدولة من الزيادة الإنتاجية والمنافسة في خضم الاقتصاد العالمي الحديث.

تستند اقتصاديات المعرفة على الابتكار والرقمة كركيزتين أساسيتين لإنتاج سلع وخدمات ذات عائد مجز وقيمة مضافة مرتفعة. في هذا السياق، يعتبر قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من أبرز وأهم قطاعات الاقتصاد المعرفي. لذلك عادة ما يتم الحكم على اقتصاد دولة ما بأنه اقتصاداً معرفياً من خلال احتساب نسبة مساهمة قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في إجمالي الناتج المحلي الإجمالي.

يرتكز اقتصاد المعرفة على أربع ركائز أساسية على النحو التالي:

أولاً: التعليم والتدريب، حيث يتطلب اقتصاد المعرفة مجتمعاً متعلماً ومهراً، بإمكانه إنتاج المعرفة واستخدامها بفاعلية.

ثانياً: توفر بنية تحتية معلوماتية ديناميكية، كالشبكة العالمية للمعلومات (الأنترنت)

ووسائل الاتصال الحديثة والحواسيب، لتسهيل التواصل الفعال، ونشر ومعالجة المعلومات.

ثالثاً: توفر شبكة تفاعلية تربط مراكز البحوث والجهات الاستشارية والجامعات والشركات التجارية ومؤسسات المجتمع المدني

بحيث يتمكن هؤلاء من امتصاص المخزون المعرفي العالمي المتراكم وتطويره وتكييفه وفقاً للاحتياجات المحلية.

رابعاً: تدفق المعرفة بحرية في أطر اقتصادية وتشريعية ممكنة، بما يحفز تعزيز الاستثمار في مجالات الاقتصاد المعرفي.

خامساً: انتشار أجهزة الهواتف الذكية التي يستخدمها القارئ، مثال ذلك جهاز (الآيفون)

الذي تنتجه الشركات التقنية، مثل شركة (آبل)

وإن لاقتصاد المعرفة مؤشرات تدل على مدى نجاحه ونسبة الوثوق في التوجه نحوه ومن أهم هذه المؤشرات ما يلي:

"عدد حقائق التكنولوجيا أو البحث أو العلم وعدد حاضنات التكنولوجيا والاتصالات.

نسبة المكون المعرفي في ثمن السلع والخدمات والمنتجات

الميزان التجاري للدولة فيما يتعلق بتجارة المعرفة (الصادرات المعرفية والواردات المعرفية)

مؤشرات التوجه نحو مجتمع المعلومات مثل مؤشرات البنية الأساسية (هواتف، حواسيب... شبكات ومنها الإنترنت) والمحتوى

الرقمي، ومدى التقدم في تنفيذ تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجالات التجارة والحكومة والتعليم.

عدد براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامات التجارية

عدد سنوات الدراسة والتدريب بالنسبة إلى عمر الفرد

نسبة الإنفاق على البحث والتطوير من الناتج المحلي الإجمالي، وعدد الباحثين بالنسبة إلى عدد السكان.

أصبح الاقتصاد المعرفي الجديد واقعاً حياً ملموساً، وإن كان يبدو لبعضهم أنه مازال تحت التكوين والتشكل، وأصبح يتفوق على

الاقتصاديات الأخرى كلها، وبشكل غير مسبوق، سواء من الناحية الكمية المحسوسة أو من الناحية النوعية الملموسة.

3. العولمة واقتصاد المعرفة:

يطل القرن الحادي والعشرون ومعه تغيرات جذرية هامة تطرح العديد من التحديات ومن الفرص، وليست الدول

العربية بمنأى عن هذه التغيرات، تأتي العولمة المالية والصناعية والتجارية وعولمة الخدمات (من اتصالات ونقل وغيرها) لتطرح بعداً

جديداً مهماً في التنافس الدولي على مختلف الأصعدة.

"وتحولت تكنولوجيا المعلوماتية إلى أحد أهم جوانب تطور الاقتصاد العالمي، حيث بلغ حجم السوق العالمية للخدمات

المعلوماتية عام 2000 حوالي تريليون دولار7

ويعد الإنترنت أحد الأسس الهامة لهذا الحامل الأساسي لهذه التحولات الجذرية، وقد بلغ حجم التجارة الإلكترونية عام

1998م 2.3 تريليون دولار، وقد بلغ هذا الرقم في عام 1999م 3.5 تريليون دولار. وقبل الإسراع نحو تعريف التجارة

الإلكترونية يجب أن نعرف أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين:

الأول: "التجارة Commerce" وهذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف، ويتم من خلاله تداول السلع

والخدمات وفقاً لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها.

الثاني: "الإلكترونية Electronic" والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجاري" باستخدام تكنولوجيا

الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت والشبكات والأساليب الإلكترونية.

ومما سبق يمكن أن نعرف التجارة الإلكترونية **Electronic Commerce** بأنها عمليات الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات، ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات، ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع".

"وتوضح الإحصاءات الصادرة عن شركة **Active Media ResarciGroup** الصادرة في عام 1999م التطور الكبير في حجم التجارة الإلكترونية المحقق فعلياً من عام 1996م، والذي بلغ أقل من 3 بليون دولار، وعام 1998م والذي بلغ حوالي 84 بليون دولار بزيادة 28 ضعف، وتصل في تقديراتها إلى أن حجم التجارة الإلكترونية سيصل إلى 1234 بليون دولار لتكون الزيادة في 6 سنوات أكثر من 400 ضعف8

وقد باعت شركة الأمزون مئات آلاف الكتب عبر الإنترنت عام 1996م، وبلغ حجم مبيعاتها 16 مليون دولاراً، أما في عام 1997م فقد بلغت 148 مليون دولار، وفي عام 1998م 250 مليون دولار وبلغ عدد عملائها 4.5 مليون وعدد زوار موقعها على الإنترنت عشرات الملايين.

ويقدم التطور العلمي والتكنولوجي فرصاً كبيرة لتطوير القدرة التنافسية للمؤسسات والدول ولزيادة الإمكانات الوطنية للتنمية المستدامة، ويتم هذا من خلال تطوير منظومة العلم والتكنولوجيا الوطنية وتحويلها تدريجياً إلى نظام وطني للابتكار أو الإبداع

National Innovation System (NIS).

"إن تفعيل منظومة العلم والتكنولوجيا عبر تبني سياسة لها واستراتيجية لتنفيذ هذه السياسة، وعبر تقوية الروابط والجسور بين حلقات هذه المنظومة، يؤدي إلى إيجاد نظام وطني للإبداع يزيد من القدرة التنافسية ويحقق التنمية المستدامة اللازمة للوطن العربي للقرن الحادي والعشرين.

إن ظاهرة العولمة هي نتاج طبيعي تراكمي للتجربة الإنسانية توسّع دائرتها تدريجياً، ومنذ زمان بعيدة ثم تسارعت وتيرتها مع مطلع السبعينيات وخاصة منذ بداية تسعينيات القرن العشرين بفعل الثورة الهائلة لتكنولوجيات المعلومات والاتصال، "وإجمالاً فإن اقتصاد المعرفة - بالرغم من المكاسب المسجلة - مازال بحاجة ماسة إلى البنية المؤسسية العلمية والتكنولوجية والأطر التشريعية والموارد البشرية لمواجهة تحديات التنمية، ومنها تحديات التشغيل والبطالة من ناحية، ولتحسين مواقع الاقتصاديات العربية في جغرافيا المعرفة على المستوى الدولي من ناحية ثانية (العربية، يوليو 2008)

يعتمد اقتصاد المعرفة على أهمية أن يكون المجتمع مجتمعاً معرفياً، ويعتمد مجتمع المعرفة بصفة أساسية على توافر عدد من الأمور أولها أنشطة وبرامج البحث العلمي، وتوجيهها نحو دراسة وتطوير كافة قطاعات الاقتصاد الوطني، وثانيها قدرة المجتمع على تحويل نتائج البحوث العلمية إلى تقنيات وتطبيقات عملية مفيدة في كافة جوانب الحياة وفي كل مؤسسات الدولة، وثالثهما التعليم الجيد القائم على الإبداع والابتكار.

1.3 دور الانترنت في تطوير هذه الاقتصاديات:

إن تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال عامل مهم في ظهور الاقتصاد المعرفي حيث تعتبر البنية التحتية لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصادي العالمي المبني على المعرفة حيث تشكل كثافة الخطوط الهاتفية - الثابتة والمنقولة - وانتشار الحواسيب الشخصية ومدى استخدام الانترنت المؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية.

ويتكون الاقتصاد المعرفي من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية التي تمثل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحقق فوائد في جميع مناحي الحياة الداعمة للتنمية المستدامة في مجالات عديدة كالأعمال التجارية والإدارة العامة والتعليم والصحة والزراعة وغيرها، وهذه المؤسسات الإلكترونية تتشابه مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى

الدولية، ويعتبر البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الإلكترونية، ويشمل الاقتصاد المعرفي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية وتقوم قنوات التوزيع الإلكترونية وهو ما يعرف بالبنوك الإلكترونية، وقد ساعد توفر البنى الأساسية المتمثلة في انتشار الأقمار الصناعية والاتصالات الدولية ومجموعة الحواسيب الشخصية والاشتراك في الإنترنت للشركات على ظهور الاستثمار الإلكتروني.

ولعل أبرز عنصر هام في تكوين هذه التطبيقات ومختلف المجالات التي تضم الاقتصاد المعرفي هو الإنترنت وهذه الأخيرة هي شبكة عالمية تعمل على ربط الشبكات المنتشرة عبر العالم ببعضها البعض، عن طريق خطوط الهاتف أو الأقمار الصناعية، حيث تعود بداية هذه الشبكة إلى عام 1969 عندما طرحت وزارة الدفاع الأمريكي مشروعها الخاص بتبادل المعلومات مع مراكز البحث العلمي في مختلف أنحاء العالم، حيث كانت جامعة كاليفورنيا أول من ساعد في تطوير هذا المشروع، وأطلقت عليه تسمية

Arpanet9"

يمكن اعتبار الإنترنت تلك الثورة التكنولوجية للألفية الجديدة والتي ساهمت في تمكين المستهلكين ومنظمات الأعمال من التواصل والاتصال بكل الأشكال والطرق الممكنة والمفضلة لهم، وتشير الدراسات الحديثة إلى قيام الكثير من المستهلكين باستخدام وتقييم المعلومات المنشورة على الإنترنت قبل اتخاذهم لقراراتهم الهامة كاختيار المدرسة أو الجامعة التي يدخلونها، والسيولة التي سيقومون بشرائها وإيجاد الوظيفة التي يتطلعون إليها.

كما تقوم الشركات المساهمة الإلكترونية في الاقتصاد المعرفي بتصميم موقع على شبكة الإنترنت للتعريف بنشاطاتها وخططها وأسواقها وأهدافها لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية ولعل أهم التطبيقات الخاصة بالاقتصاد المعرفي والتي لعبت الإنترنت دورا مهما في تطويره والاستفادة منه هي التجارة الإلكترونية¹⁰

4. تحليل النتائج:

سنقوم بعرض النتائج بشكل منظم ومتسلسل منطقيا باستخدام الأدوات الإحصائية (الجدول والأشكال)، بحيث تساعدنا لاحقا في الإجابة عن سؤال البحث.

أول مرحلة في عرض النتائج هي الدراسة التحليلية حيث تستخدم بشكل كبير في العمليات الخاصة بتحليل المعلومات والبيانات، والتي يهدف الباحث ان يصل من خلالها لأفضل الحلول أو النتائج الممكنة والتي ترتبط بإشكالية أو ظاهرة البحث العلمي.

سنستعمل الاستبانة ((Questionnaire هي أحد أدوات البحث، حيث سنقدم مجموعة من الأسئلة وغيرها من أوجه طلب المعلومات وذلك من أجل تجميع المعلومات من الأشخاص قصد مساعدتنا في البحث عن الأجوبة. الإحصائيات أسفله توضح نتائج الاستبانة التي اجاب عليها 426 شخص استعملوا مختلف أنواع الهواتف النقالة أهمها (شركة سامسونج، شركة أوبو، شركة أيفون، شركة شاومي، شركة هواوي) في سبيل استعمال الأنترنت. من خلال هذه الاستبانة سنحاول الاجابة على مجموعة من الأسئلة

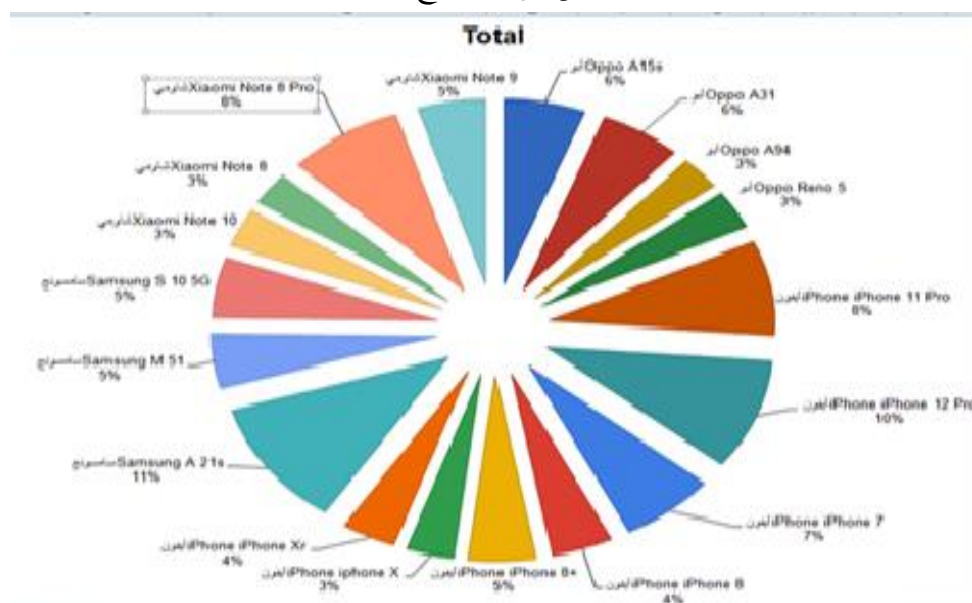
الشكل (1): العلامة الأكثر مبيعا



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال البيان أعلاه نلاحظ أن سامسونج الكورية هي الأكثر مبيعا في السوق حيث يحتل A21s الصدارة من خلال 23 شخص ثم يأتي بعده iPhone 12 pro من خلال 20 شخص ثم يليها note 8 pro بـ 17 شخص مع iPhone 11 pro ليأتي بعد ذلك iPhone 7 بـ 14 شخص لتأتي بعد ذلك مختلف العلامات و النماذج .

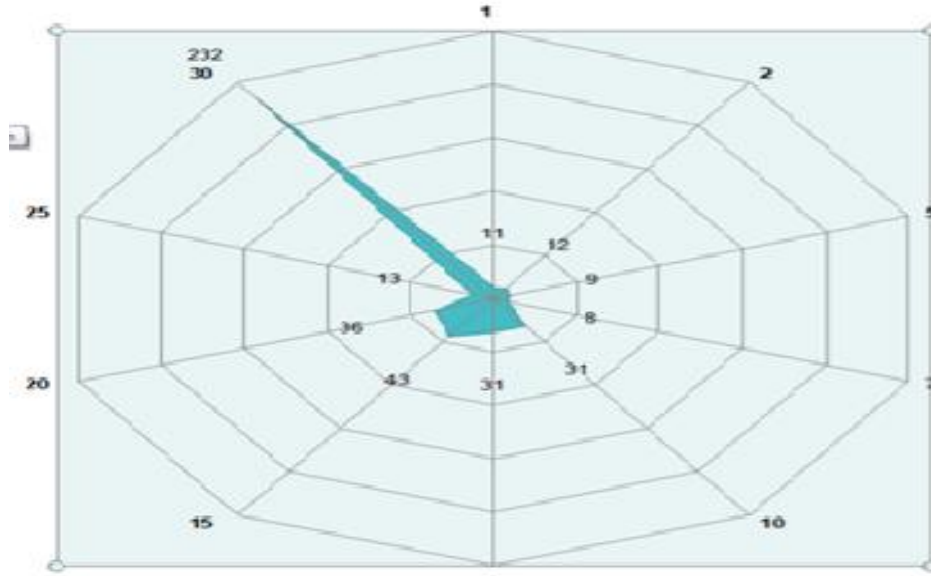
الشكل (2): النموذج الأكثر مبيعا



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذا البيان يظهر لنا ان النموذج الأكثر مبيعا من خلال كل العلامات الموجودة في السوق نرى ان النموذج سامسونج s 21 A هو الأكثر مبيعا بنسبه 11% ثم يأتي بعده النموذج ايفون 12 برو بنسبه 10% ثم يأتي كل من Note 8 pro و iPhone 11 Pro بنفس النسبة المقدرة بـ 8% أما مختلف النماذج للعلامات المتبقية فتتقاسم النسب المتبقية .

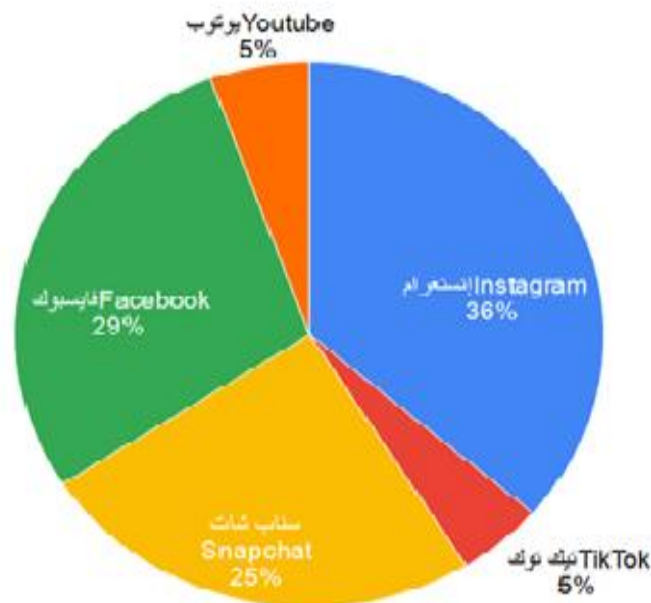
الشكل (3): نسبة استعمال حجم الانترنت



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذا البيان يتبين لنا ان حجم الانترنت الاكثر استهلاكا هو الأكثر من 30 جيجا شهريا من خلال 232 شخص ثم يأتي حجم 15 جيجا شهريا ثم يليه حجمه 10 جيجا شهريا ثم باقي النسب الاخرى الاخرى.

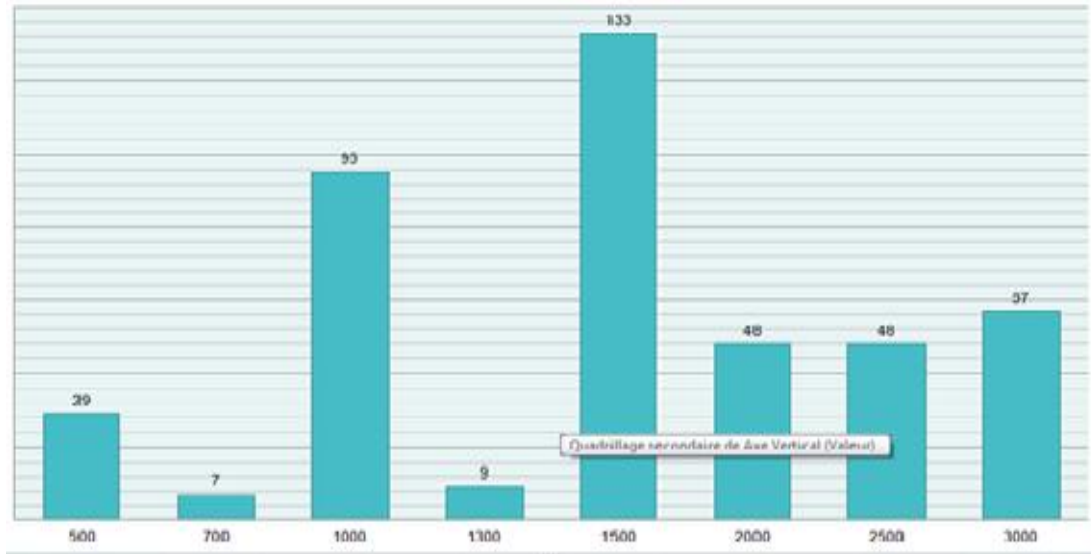
الشكل (4): الموقع الاجتماعي الأكثر استعمالا



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذه الدائرة نلاحظ ان الموقع الأكثر استعمالا عند الشباب هو موقع انستغرام بنسبه 36 % ثم يأتي موقع فيسبوك بنسبه 29 % وثالث يأتي موقع سناب شات بنسبه 25 % ثم يتقاسم كل من يوتيوب و تيك توك المرتبة الأخيرة بنسبة 10 % بالمئه بينهما أي نسبة خمسة بالمئه لكل واحد.

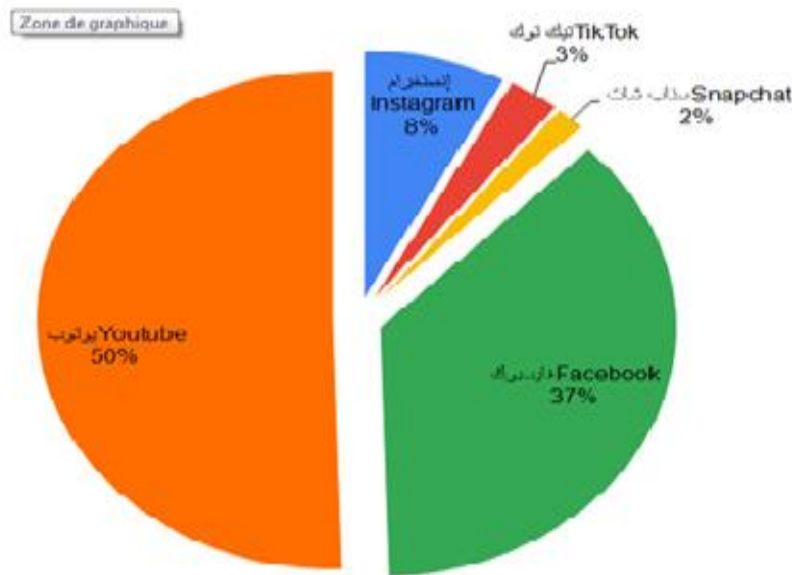
الشكل (5): تكلفة الانترنت المستعملة شهريا



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذا البيان يظهر لنا ان التكلفة المتوسطة ب 1500 دينار هي الأكثر من خلال 133 شخص ثم يليها التكلفة ب 1000 دينار من خلال 95 شخص ثم تأتي في المرتبة الثالثة التكلفة ب 3000 دينار من خلال 57 شخص ثم تأتي النسب الأخرى ب أعداد متفاوتة.

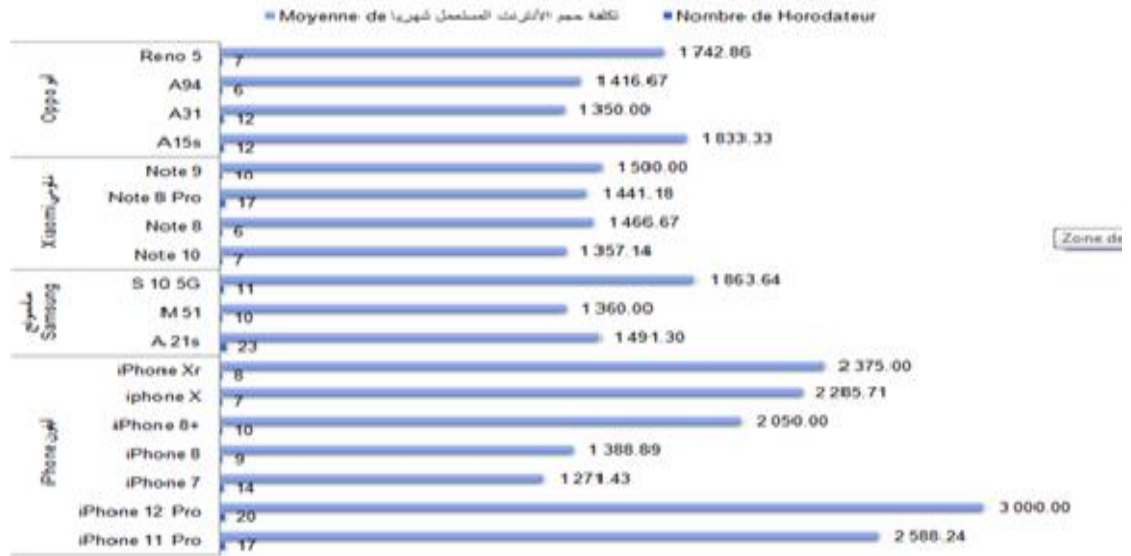
الشكل (6): الموقع الاجتماعي الأكثر إستفادة منه



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

يظهر لنا من خلال هذا البيان ان الموقع يوتيوب هو الأكثر استفادة أو الموقع الذي يقدم قيمة مضافة عند الشباب بنسبه 50 % ثم يليه موقع فيسبوك بنسبه 37 % ثم يأتي موقع انستغرام بنسبة 8% وفي الاخير يأتي موقع سناب شات وتيك توك بنسب متفاوتة.

الشكل (7): تكلفة حجم الانترنت المستعملة شهريا



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذا البيان يظهر لنا النموذج ايفون 12 برو هو الاكثر من ناحية تكلفه الانترنت المستهلكة شهريا بمتوسط قدره 3000 ديناراً ثم يأتي بعده في المركز الثاني ايفون 11 و بتكلفه متوسطه تقدر ب 2588.24 ديناراً ثم في المركز الثالث يأتي ايفون XR بتكلفه تقدر 2375 دينار .

الشكل (8): متوسط الثمن حسب النموذج



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات Excel

من خلال هذا البيان يظهر لنا أن النموذج الاكثر تكلفه هو الايفون 11 برو بثمان يقدر بحوالي 24 مليون سنتيم ثم يأتي بعده الايفون 12 برو بثمان قدره 19 مليون و 700 الف ثم يأتي في المركز الثالث الايفون XR بثمان قدره 19 مليون و 600 الف أما في المرتبة الرابعة فيأتي سامسونج S10 5G بثمان قدره 16 مليون و 500

5. خلاصة:

العلامة سامسونج الكورية هي الأكثر مبيعا في السوق من خلال A21s بنسبه 11% ثم يأتي بعده iphone 12 pro بنسبه 10%

ان حجم الانترنت الاكثر استهلاكاً هو الأكثر من 30 جيجا شهريا ثم يأتي حجم 15 جيجا شهريا ثم يليه حجم 10 جيجا شهريا . أما التكلفة المتوسطة ب 1500 دينار هي الأكثر استعمالاً
الموقع الاكثر استعمالاً عند الشباب هو موقع انستغرام بنسبه 36 % ثم يأتي موقع فيسبوك وبعده سناب شات والمواقع الأخرى.
أما الموقع يوتوب هو الاكثر استفادة أو الموقع الذي يقدم قيمة مضافة عند الشباب بنسبه 50 % ثم المواقع الأخرى.
النموذج ايفون 12 برو هو الاكثر من ناحيه تكلفه الانترنت المستهلكة شهريا بمتوسط قدره 3000 ديناراً.
النموذج الاكثر تكلفه هو الايفون 11 برو بثمن يقدر بحوالي 24 مليون سنتيم ثم يأتي بعده الأيفون 12 برو بثمن قدره 19 مليون وبالتالي العلامة أيفون هي العلامة الأكثر تكلفة مقارنة بالأجهزة الأخرى وذلك نظراً للخصائص والقدرات التي يتمتع بها هذا النوع من الهواتف الذكية

6. الهوامش والإحالات:

- ¹كريم زرمان و حرنان نجوى أهمية اقتصاد المعرفة في عصر تكنولوجيا المعلومات :مؤشرات ومنهجية قياسه المجلة العربية للتربية النوعية المجلد 4 العدد 12 خنشة (2020) ص 78
- ²علة مراد جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة المؤثر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الاسلامي قطر 2011 ص2
- ³أحمد عبد الوئيس مدحت أيوب اقتصاد المعرفة مركز دراسات وبحوث الدول النامية القاهرة (2006) ص18
- ⁴مسعي سمي و رجال السعدي الواقع ومتطلبات التحول : دراسة تحليلية مقارنة لواقع اقتصاد المعرفة في الجزائر رسالة لنيل شهادة الدكتوراة علوم اقتصادية جامعة أم البواقي (2015) ص4
- ⁵الليثي، ه. ا. و. ن. الاقتصاد المعرفي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان (2007).
- ⁶عواد، م. الزيادات اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان (2000) ص222.
- ⁷الزركاني، خ. ح الاقتصاد المعرفي والتعليم الالكتروني ركيزتان في كفاءة العنصر البشري، جامعة بغداد، (2002) ص2.
- ⁸غني، ر. ع. دور جامعة الدول العربية في تنمية وتيسير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية، جامعة الدول العربية، (2003) ص8.
- ⁹عامر، أ. ب. "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على الخدمات البنكية الإلكترونية"، مذكرة ماستر ، العلوم المالية والمحاسبية ، تخصص مالية المؤسسة. ، جامعة ورقلة (2010) ص33.
- ¹⁰الزبيدي، محمد نعمة الاقتصاد المعرفي ودوره في التنمية الشاملة ، دراسة في دول عربية مختارة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، (2008) ..

7. الملاحق :

Phone brand

Description du formulaire

علامة الهاتف *

☐ Samsung سامسونج
☐ iPhone آيفون
☐ Oppo أوبو
☐ Xiaomi شاومي
☐ Huawei هواوي
☐ Autre...

حجم الأنترنت المستهلك شهريا

☐ 1 Go
☐ 2 Go
☐ 5 Go
☐ 7 Go
☐ 10 Go
☐ 13 Go
☐ 15 Go
☐ 20 Go
☐ 25 Go
☐ 30 Go
☐ +30 Go

* ما هو الموقع الاجتماعي الأكثر إستعمالا من قبلكم

☐ Facebook فيسبوك
☐ Instagram إنستغرام
☐ Snapchat سناب شات
☐ Youtube يوتيوب
☐ TikTok تيك توك
☐ Autre...

* ما هو الموقع الاجتماعي الذي استغنتم منه أكثر في التعلم عن بعد

☐ Facebook فيسبوك
☐ Instagram إنستغرام
☐ Snapchat سناب شات
☐ Youtube يوتيوب
☐ TikTok تيك توك
☐ Autre...