

تم إجراء هذا البحث للحصول على أعلى مستوى من الصلاحية والموثوقية باستخدام المصادر الأولية والثانوية ، من أجل فهم ودراسة أفكار الناس حول تأثير التسوق عبر الإنترنت على أمازون. تم استخدام التقنيات الكمية واستخدمت معظم البيانات المستخدمة في تحليل الدراسة لجمع البيانات الأولية والثانوية. تم استخدام الاستطلاعات للحصول على البيانات الأولية ، ومن خلال مواقع الويب والمقالات المنشورة ، تم استخدام المصادر الثانوية لجمع البيانات حول تأثير التسوق عبر الإنترنت على أمازون في هذا البحث ، حيث تم جمع حوالي 53 إجابة من كلا الجنسين من عينة المجتمع بشكل عشوائي. Amazon. باستخدام 13 سؤالاً. معظم المشاركين من الموظفين والطلاب والعاطلين عن العمل أيضاً ، وتراوح أعمارهم بين أقل من 18 عاماً وأكثر من 40 عاماً من مختلف الجنس والعمر والوظيفة بشكل عشوائي ، وسيتم تسجيل إجاباتهم باستخدام الاستبيان عبر كما أنشأ الباحثون الاستبيان عبر الإنترنت وفي نفس الوقت وزع الرابط على المشاركين حتى ، Google الإنترنت بمساعدة نماذج يتمكنوا من الإجابة على الردود على الاستبيان التي يتم جمعها تلقائياً للحصول على معلومات ونتائج حول موضوعنا. ينقسم المسح إلى عدة أقسام ، معلومات ديموغرافية ووصفية. هناك أيضاً العديد من الأسئلة المختلفة: (نعم / لا) ، أسئلة الاختيار من متعدد ، التقييم ، ومن خلال النتائج والرسوم البيانية التي تم جمعها ، سيتم تمثيلهم باستخدام المخططات الدائرية.