

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو التعرف على العوامل التي يفضلها المستهلكون الخليجيون ، والتي تدفعهم للشراء عبر الإنترنت ، لأن اختلاف الثقافات يؤثر على الأولويات المختلفة ، وتجدر الإشارة إلى أن التسوق الإلكتروني ليس منتشرًا ضمن النطاق الجغرافي. منطقة تواجد فيها مواقع عربية متخصصة نادرة بشكل لا يصدق مقارنة بالدول الأوروبية تركيا أو الصين. لكن هل تم اختيار العوامل بشكل عشوائي؟ تم اختيار العوامل بعناية لدعم استبيان أولي تم توزيعه داخل دول الخليج لتحديد أهم العوامل بالنسبة للمستهلك الخليجي أو ربما المقيمين هناك. دعم النتائج التي تم جمعها من قبل مستهلكين حقيقيين قاموا بالفعل بالتسوق عبر الويب ، بالإضافة إلى ذلك ، لاختيار الصفحات التي تم التحقق منها ، والتي قد تكون ميزة جديدة كانت تعمل خلال السنوات القليلة الماضية. لذلك من الضروري مراجعة القيمة المضافة المهمة من خلال هذا النوع من الصفحات لنوايا المستهلكين وذلك للتركيز أكثر على هذا العامل والتحقق من المراجعة الجيدة واستغلالها ضمن المجالات الإيجابية مما يزيد من أهمية التسوق.