



**Libyan International Medical University
Faculty of Business Administration**

**Department of Marketing
Graduation Project
Spring 2021**

**The Impact of Market Orientation on Libyan Small
Businesses' Performances**



Tasneem Mehana

Supervised By:

Dr. Sabri Elkrghli

Sabri Elkrghli

Abstract

This study aims to investigate the impact of market orientation on small and medium-sized enterprises (SMEs) business performance in Libya. This research adopts a precise qualitative strategy to survey extant research on market orientation, recognizing issues, patterns, and paradoxes. In particular, my research gives coordination of the expanding empirical research on market orientation, in light of a thorough synthesis of articles published in the past years. Uniting the various strands of inquiry that have guided information accumulation on market orientation, we can distinguish major hypothetical holes and gaps in the previous writings. We additionally find that while market orientation research has taken significant steps throughout the long term, much work actually should be done as voids exist that should be focused on in future assessments of the market. The main objective of this research are to measure the market orientation from the view of Libyan Small businesses' owners. The questionnaire was conducted to find out whether market orientation has an impact on Libyan small businesses' performances. The recommended size of the sample was 384 (Krejcie and Morgan, 1970). Though, the questionnaire received 94 responses to be analyzed. SPSS (Statistical Package of Social Science) was used as the analytic tool. The collected data followed parametric analytical methods. The tests conducted were a reliability test of Cronbach's alpha, frequency tests, Pearson rank correlation, descriptive statistics were extracted through the test of Shaprio-Wallis, ANOVA, and the linear regression model. The key result was that there was a high significance on market orientation and its impact on Libyan small performances.

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى تقصي أثر توجه السوق على أداء الأعمال التجارية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في ليبيا. يتبنى هذا البحث إستراتيجية نوعية دقيقة لمسح الأبحاث الموجودة حول توجه السوق ، والتعرف على القضايا والأنماط والمفارقات. على وجه الخصوص ، يوفر بحثي تنسيقاً للبحث التجريبي المتوسع حول توجه السوق ، في ضوء توليفة شاملة للمقالات المنشورة في السنوات الماضية. من خلال توحيد خيوط البحث المختلفة التي وجهت تراكم المعلومات حول توجه السوق ، يمكننا التمييز بين الثغرات والفجوات الافتراضية الرئيسية في الكتابات السابقة. بالإضافة إلى ذلك ، نجد أنه في حين أن أبحاث توجيه السوق قد اتخذت خطوات مهمة على المدى الطويل ، إلا أنه يجب القيام بالكثير من العمل نظراً لوجود فراغات يجب التركيز عليها في التقييمات المستقبلية للسوق. تتمثل الأهداف الرئيسية لهذا البحث في قياس توجه السوق من وجهة نظر أصحاب الأعمال الصغيرة الليبيين ، وتقييم أداء الشركات الصغيرة الليبية من وجهة نظر أصحاب الأعمال الصغيرة الليبيين ، وقياس العلاقة بين توجه السوق والشركات الصغيرة الليبية. "الأداء ، لدراسة تأثير توجه السوق على أداء الشركات الصغيرة الليبية ، وتحديد ما إذا كانت هناك أي اختلافات كبيرة بين ردود المشاركين ، وطرح بعض التوصيات والآثار الرئيسية. تم إجراء الاستبيان لمعرفة ما إذا كان التوجه السوقي له تأثير على أداء الشركات الصغيرة الليبية. كان الحجم الموصى به للعينة 384 (Krejcie and Morgan، 1970). رغم ذلك ، تلقى الاستبيان 94 إجابة لتحليلها. تم استخدام SPSS (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) كأداة تحليلية. البيانات التي تم جمعها اتبعت الأساليب التحليلية البارامترية. كانت الاختبارات التي تم إجراؤها عبارة عن اختبار موثوقية لألفا كرونباخ ، واختبارات التردد ، وارتباط رتبة بيرسون ، وتم استخراج الإحصائيات الوصفية من خلال اختبار Shaprio-Wallis ، و ANOVA ، ونموذج الانحدار الخطي. وكانت النتيجة الرئيسية أن هناك أهمية كبيرة لتوجه السوق وتأثيره على الأداء الصغير الليبي.

كانت محدودة هذا البحث هي الموارد المحدودة وحجم العينة الصغير نسبياً. التوصية والمضمون هي أن وزارة التجارة الليبية يمكن أن تصبح أكثر وعياً بنهج توجيه السوق من حيث أداء الأعمال داخل قطاع الأعمال الليبي ، خاصة أن ليبيا تزيد ببطء النمو من حيث رواد الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة مما سيكون مفيداً في زيادة الناتج المحلي الإجمالي في ليبيا وزيادة أداء الأعمال في الجانب الاقتصادي للبلاد.