

Набіл Мохамед Абдо Алабсі

## **Орієнтація на ринок та результати діяльності малих і середніх підприємств Саудівської Аравії**

Метою аналізу є вивчення впливу бізнес-орієнтації на успіх малих і середніх підприємств (МСП) Саудівської Аравії. Ефективність діяльності бізнесу є залежною змінною, тоді як ділова орієнтація, орієнтація на конкурентів та міжфункціональна орієнтація використовуються як незалежні змінні. Перехресний аналіз базувався на кількісному опитуванні. До вибірки увійшли 72 МСП (промислові, комерційні та сфери послуг), визначені торговою палатою Саудівської Аравії в Ер-Ріяді. Обрано компанії з Ер-Ріяду, Джидди, Абхи, Даммама та Біші, які були засновані до 1 березня 2005 року та налічували менш ніж 100 працівників. Результати показали, що орієнтація на споживача, орієнтація на конкурентів та міжфункціональна співпраця мали суттєвий позитивний вплив на успіх МСП Саудівської Аравії протягом досліджуваного періоду. Виміри ринкової орієнтації демонструють помірний взаємозв'язок з ефективністю діяльності підприємства. Зроблено висновок, що чим вища орієнтація бізнесу, тим більшим є обсяг виробництва та дохід підприємств. Власникам/менеджерам МСП рекомендується усвідомити виміри орієнтації на споживача, які позитивно впливають на успіх їхніх підприємств. Залучені сторони повинні також розробити більш послідовні стратегії, орієнтовані на бізнес, які оцінюють корпоративний успіх, щоб збільшити обсяги виробленої продукції саудівських компаній.

**Ключові слова:** орієнтація на ринок, загальна результативність компанії, малі та середні підприємства, Саудівська Аравія

**Класифікація JEL:** M31, M13



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.