

الإهداء

إلى أمي الغالية
متعها الله بالصحة والعافية

وإلى روح أبي
تلبية لما كان يرجوه واستجابة لما كان يدعو

وإلى زوجتي الحبيبة
ثمرة لتشجيعها الدائم وحصاداً لدفعها المتواصل

وإلى أبنائي الأحباء مناسك وبراءة وعثمان
حباً وتقديراً
أهدي هذا العمل

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات حمداً يليق بجلاله الله الذي هداني لنهج سبيل العلم وأن من علي من فضله بإتمام هذه الدراسة، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والرسل سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آل بيته، وأتمني أن تكون إسهاماً للبحث العلمي في مجال التكاليف والمحاسبة الإدارية.

ثم من بعده اتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا التي منحتني الفرصة للقيام بهذه الدراسة، ولأعضاء هيئة التدريس بكلية الدراسات التجارية عامة، ولقسم التكاليف والمحاسبة الإدارية وقسم المحاسبة خاصة.

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور/ فتح الرحمن الحسن منصور، المشرف الرئيس والأستاذ الدكتور/ صديق بلل إبراهيم، المشرف المعاون اللذين تفضلاً بقبول الإشراف علي هذه الدراسة، حيث أفاض علي من علمهما الواسع وتناولوا الدراسة بالصقل والتهديب والتوجيه، فلم يأل جهداً في بذل النصح والإرشاد، ولم يبخل علي بوقتتهما وعلمهما، وهكذا كان لتوجيهاتهما وعونهما الأثر الأكبر في إخراج هذه الدراسة، فجزاهما الله عني خير الجزاء.

كما أتقدم بشكري إلى مكنتات الجامعات السودانية وأخص بالشكر مكتبة الدراسات العليا بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وأخص بالشكر والتقدير للأخوان الأعزاء د. عبد المطلب عثمان محمود ود. محمد اسحاق ود. عمر السر الحسن الذين وقفوا معي وقدموا لي مساعدات جلية في عمل الدراسة.

كما يطيب لي أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة على قبول سيادتهم مهمة المناقشة والحكم على هذه الدراسة، فلي عظيم الشرف أن يقبلوا الاشتراك في الحكم على الدراسة مما أثري هذا العمل.

كما لا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلي كل من مدّ إلي يد العون من قريب أو بعيد وأخص بالشكر الأستاذ/ عثمان محمد أحمد سنطلمساندته ووقوفه معنوياً ونفسياً وتذليل كل الصعاب حتى تحقق حلمي الذي طال انتظاره، وأيضاً أخص بالشكر الأخ العزيز الباشمهندس/ معاذ الطيب مدني الذي وفر لي الجو المناسب في سبيل إنجاز هذه الدراسة، والله أسأل أن يجزي الجميع خير الجزاء. وأخيراً أبعث بآيات الشكر والتقدير لكل من ساهم في انجاز هذا العمل.

والحمد لله أولاً وأخيراً، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

المستخلص

تعتبر الميزة التنافسية في عالم الاعمال اليوم غاية كل منظمة لضمان الإستمراريتها ونموها وازدهارها ،لذا هدفت هذه الدراسة لقياس أثر تكاليف الأنشطة الاجتماعية على الميزة التنافسية للشركات العاملة في السودان. اعتماداً على نظريتي (أصحاب المصالح، والموارد) تم بناء نموذج الدراسة مشتملاً على اربع فرضيات رئيسية ولاختبارها استخدم المنهج الوصفي التحليلي وجمعت البيانات عن طريق الاستبانة تم توزيعها على (180) شركة عاملة بولاية الخرطوم واستخدم البرنامج الإحصائي SMART PLS لاختبار فرضيات الدراسة . **اوضحت النتائج** وجود أثر للتكاليف الاجتماعية على الميزة التنافسية بجميع ابعادها . بجانب اختلاف إدراك المستجيبين لابعاد المسؤولية الاجتماعية المطبقة في شركاتهم بناءً على متغيراتهم الشخصية بناءً على ذلك **أوصت الدراسة** بزيادة اهتمام الشركات في دعم قطاعات المجتمع . أيضاً الإهتمام بإعداد البرامج التدريبية للعاملين في الشركات الخدمية والصناعية وذلك لتعريفهم بأنشطة المسؤولية الاجتماعية وأهمية تبنيها، كإحدى الوسائل التي تسهم في تحقيق الميزة التنافسية في أداء الشركات بشكل عام. وأن تشمل هذه الانشطة على دراسة حاجات العملاء.

Abstract

A competitive advantage in today's world of business is considered an intention for every organization to ensure its continuity, growth, and success, so this study aimed at measuring the impact of social activities costs on a competitive advantage for companies operating in Sudan. Basing on theories of (interest owners, and resources), the study model was built concluding four main hypotheses, the analytical descriptive method was adopted to test the hypotheses, the study data were collected by the use of a questionnaire which was distributed to (180) companies operating in Khartoum State, and the statistical programme SMART PLS was used in testing hypotheses of the study. Findings of the study showed that there is an impact for social activities costs on a competitive advantage with all of its dimensions, the respondents' awareness of the dimensions of social responsibility applied on their company is different due to their personal variables. Accordingly, the study recommended that companies should increase the paid attention to supporting the community sectors, training programmes should be prepared for employees of service and industrial companies in order to familiarize them with the social responsibility activities and the importance of its adoption as a mean contributing to achievement of competitive advantage in companies performance as general; and these activities should include studying customers' needs.

فهرس الموضوعات

الصفحة	عنوان الموضوع
--------	---------------

أ	الاستهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
و	Abstract
ز	فهرس الموضوعات
ي	فهرس الجداول
ك	فهرس الأشكال
المقدمة	
	ولاً : الإطار المنهجي.
	ثانياً : الدراسات السابقة.
الفصل الأول: قياس تكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية	
	المبحث الأول: الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية.
	ولاً : مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
	ثانياً : أهمية المسؤولية الاجتماعية
	ثالثاً : أهداف المسؤولية الاجتماعية.
	إبعاً : الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
	خامساً : مجالات المسؤولية الاجتماعية.
	سادساً : مزايا إلتزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية.
	سابعاً : تحديات المسؤولية الاجتماعية.
	المبحث الثاني: المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.
	ولاً : نشأة وتطور محاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	ثانياً : مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	ثالثاً : أهمية محاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	إبعاً : مفاهيم ومصطلحات تتعلق بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	خاساً : مقومات نظام محاسبة المسؤولية.
	سادساً : الاتجاهات الرئيسية لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	سابعاً : أهداف المحاسبة الاجتماعية.
	ثامناً : المبادئ الرئيسية لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية.
	تاسعاً : عناصر وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

	عاشراً : مشاكل المحاسبة الاجتماعية.
	إحدى عشر : مشاكل المحاسبة الاجتماعية.
	المبحث الثالث: القياس والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
	القياس المحاسبي للتكاليف الاجتماعية.
	ولاً : مفهوم القياس المحاسبي وماهية القياس الاجتماعي واركانه.
	ثانياً : مجال عملية القياس المحاسبي.
	ثالثاً : القياس المحاسبي الاجتماعي ومعايره وأساليبه.
	رابعاً : مداخل تقدير التكاليف البيئية.
	خامساً : معايير الحكم على تحقيق أهداف القياس المحاسبي.
	الإفصاح المحاسبي عن التكاليف الاجتماعية.
	ولاً : مفهوم الإفصاح المحاسبي الاجتماعي وأنواعه ومجالاته.
	ثانياً : طرق ومعايير الإفصاح المحاسبي الاجتماعي وقواعده وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية.
	الفصل الثاني: الميزة التنافسية للشركات
	المبحث الأول: مفهوم وأهمية ومصادر وأنواع الميزة التنافسية ومراحلها.
	ولاً : مفهوم الميزة التنافسية.
	ثانياً : أهمية امتلاك الميزة التنافسية.
	ثالثاً : اسباب وخطوات واساليب تحقيق الميزة التنافسية والعوامل المؤثرة عليها.
	رابعاً : مصادر الميزة التنافسية.
	خامساً : أنواع الميزة التنافسية.
	سادساً : خصائص ومقومات الميزة التنافسية.
	سابعاً : مداخل الميزة التنافسية.
	ثامناً : مراحل تطور الميزة التنافسية.
	المبحث الثاني: مؤشرات وأبعاد ومعايير ومحددات الميزة التنافسية.
	ولاً : ابعاد الميزة التنافسية.
	ثانياً : مؤشرات الميزة التنافسية.
	ثالثاً : محددات الميزة التنافسية.
	رابعاً : نماذج الميزة التنافسية.
	خامساً : معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.
	المبحث الثالث: العلاقة بين الميزة التنافسية وقياس تكاليف الأنشطة الاجتماعية.
	ولاً : الاداء التنافسي للشركة

	ثانياً : نماذج تقييم الأداء التنافسي للشركة.
	ثالثاً : العلاقة بين الميزة التنافسية وتكاليف الأنشطة الاجتماعية.
	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
	ولاً : النظريات التي استخدمت في بناء النموذج.
	ثانياً : نموذج الدراسة.
	ثالثاً : منهجية الدراسة.
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
	المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات
	ولاً - تنظيف البيانات.
	ثانياً - البيانات الشخصية.
	ثالثاً - البيانات الأساسية للشركة.
	رابعاً - التحليل العاملي الاستكشافي.
	خامساً - التحليل العاملي التوكيدي.
	سادساً - مؤشرات جودة النموذج.
	سابعاً - تحليل الارتباط.
	المبحث الثاني: اختبار الفرضيات.
	ولاً -تحليل المسار.
	المبحث الثالث: مناقشة النتائج وإسهامات الدراسة.
	ولاً :نتائج البيانات الأساسية.
	ثانياً : نتائج اختبار فرضيات الدراسة.
	ثالثاً : التوصيات.
	رابعاً : محددات الدراسة.
	خامساً : إسهامات الدراسة.
	سادساً : الخلاصة.
	قائمة المراجع والمصادر
	الملاحق

فهرس الجد اول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
---------------	--------------	---------------

	تنظيف البيانات ومعدل الاستجابة	(1/1/4)
	توزيع أفراد عينة الدراسة للبيانات الشخصية	(2/1/4)
	توزيع أفراد عينة الدراسة للبيانات الأساسية للشركة	(3/1/4)
	التحليل العاملي الاستكشافي (قياس تكاليف خدمة المجتمع (حجم العينة: 180)	(4/1/4)
	قيم R^2	(5/1/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ لعبارات الإستبانة (حجم العينة: 180)	(6/1/4)
	التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل (حجم العينة: 180)	(7/1/4)
	قيم R^2	(8/1/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ لعبارات الإستبانة (حجم العينة: 180)	(9/1/4)
	التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل (حجم العينة: 180)	(10/1/4)
	قيم R^2	(11/1/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ لعبارات الإستبانة (حجم العينة: 180)	(12/1/4)
	التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل (حجم العينة: 180)	(13/1/4)
	قيم R^2	(14/1/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ لعبارات الإستبانة (حجم العينة: 180)	(15/1/4)
	المسار من قياس تكاليف خدمة المجتمع إلي الميزة التنافسية (Estimate)	(1/2/4)
	المسار من قياس تكاليف خدمة العاملين الي الميزة التنافسية (Estimate)	(2/2/4)
	المسار من قياس تكاليف خدمة العملاء الي الميزة التنافسية (Estimate)	(3/2/4)
	المسار من قياس تكاليف خدمة البيئة الي الميزة التنافسية (Estimate)	(4/2/4)
	ملخص اختبار الفرضيات	(5/2/4)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
	متغيرات الدراسة	(1)

	أبعاد المسؤولية الاجتماعية وعناصرها الرئيسية والفرعية	(1/2/1)
	قائمة الربح المعدل بأعباء الوفاء بالمسؤولية البيئية والاجتماعية	(1/3/1)
	تقرير الأداء البيئي والاجتماعي متعدد الأبعاد عن السنة المنتهية في 12/31	(2/3/1)
	موضوعية القياس	(1/1/2)
	التحيز في القياس	(2/1/2)
	العلاقة بين المدى وحدود الثقة	(3/1/2)
	مفاهيم التنافسية	(1/1/3)
	توزيع المبحوثين حسب العمر	(1/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي	(2/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب التخصص العلمي	(3/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب المؤهل المهني	(4/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب المسمي الوظيفي	(5/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة	(6/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب طبيعة عمل الشركة	(7/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب عمر الشركة	(8/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب عدد العاملين بالشركة	(9/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب عدد المنافسين لمنتجات الشركة	(10/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب الأسواق التي تعمل بها الشركة	(11/1/4)
	توزيع المبحوثين حسب المنتجات التي تقدمها الشركة	(12/1/4)
	التحليل العاملي التوكيدي(حجم العينة: 180)	(13/2/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ	(14/2/4)
	التحليل العاملي التوكيدي(حجم العينة: 180)	(15/2/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ	(16/2/4)
	التحليل العاملي التوكيدي(حجم العينة: 180)	(17/2/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ	(18/2/4)

	التحليل العاملي التوكيدي (حجم العينة: 180)	(19/2/4)
	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ	(20/2/4)
	تحليل المسار لتكاليف خدمة المجتمع والميزة التنافسية	(1/2/4)
	تحليل المسار لتكاليف خدمة العاملين والميزة التنافسية	(2/2/4)
	تحليل المسار لتكاليف خدمة العملاء والميزة التنافسية	(3/2/4)
	تحليل المسار لتكاليف خدمة البيئة والميزة التنافسية	(4/2/4)