

الاستهلال

قال الله تعالى:

"وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ"

سورة المائدة- الآية ٢

قال رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:

"مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ؛ إِذَا
اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَىٰ لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى"

صحيح البخاري، حديث رقم (٦٠١١)

Dedication:

This thesis is dedicated to my grandfather's soul, who encouraged me all the way long. I wish he was here to see his dream come true.

ACKNOWLEDGEMENT:

I am thankful to ALLAH who gave me the courage and strength to complete this research and gave me the grace of knowledge of science which lit my way.

I would like to express the deepest appreciation to Sudan University for Science and Technology and College of Graduate Studies for the scientific and academic support.

I would like to express my profound gratitude to my supervisor Dr. Eltahir Ahmed Mohamed for his generous support, guidance, invaluable assistance and effort.

I also take this opportunity to express a deep sense of gratitude to Faisal Islamic Bank (Sudan) for supporting me through providing all required data and information which helped me in completing this research.

I would like to thank all my colleagues in batch five who always stood beside me during this thesis.

Lastly, I am very grateful to my beloved family, especially my parents for their helps and supports, and my brothers, Taher, Mohamed and Ahmed, and my sisters, Alia, Amal and Arwa for their encouragement.

Abstract:

The purpose of this study was to investigate the impact of applying ISO 26000: 2010 (Corporate Social Responsibility) on competitive advantage from the customers' perspective of Faisal Islamic Bank- Sudan, where researcher used a descriptive approach to its appropriateness for the purposes of the study.

The study tried to answer the following questions:

1. Is there any impact of corporate social responsibility on competitive advantage?
2. To what extent the Bank's committed to the concept of social responsibility?
3. Do the implemented social responsibility programs consistent with the community needs?
4. Is the community aware of the social responsibility activities?

This study was conducted on a sample of (70) customers of Faisal Islamic Bank's customers. Questionnaire designed as a tool to collect data. (SPSS) software program for statistical treatments appropriate to put the study for it according to the following changes: (category, gender, educational level).

Results from the analysis of customer feedback showed high positive trends about the impact of corporate social responsibility on competitive advantage of Faisal Islamic Bank- Sudan.

The study found that Faisal Islamic Bank of Sudan is committed to adopting and applying the principle of social responsibility, which is reflected in the customers' feedback results towards the Bank, which explained that the adoption of ISO 26000 standard gives a high competitive advantage for corporate.

The study recommended a series of recommendations including:

1. Creating a social responsibility policy approved by General Manager.
2. Leadership should be participating in the various programs of social activities.
3. Documenting the events and occasions sponsored.
4. Deploying social programs and activities via the media; because it improves the bank's image.
5. Taking into account the seven basic aspects of the specification guidance ISO: 26000, when formulating the objectives of social responsibility.

مستخلص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق المواصفة ISO 26000: 2010 (المسؤولية الاجتماعية للشركات) على الميزة التنافسية لبنك فيصل الإسلامي السوداني من وجهة نظر العملاء، حيث استخدم المنهج الوصفي لملاءمته لأغراض الدراسة.

وقد حاولت الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

١. هل يوجد أي أثر للمسؤولية الاجتماعية للشركات على الميزة التنافسية؟
٢. إلى أي مدى بنك فيصل الإسلامي السوداني ملتزم بمبدأ المسؤولية الاجتماعية؟
٣. هل برامج المسؤولية الاجتماعية متوافقة مع احتياجات المجتمع؟
٤. هل المجتمع مدرك للأنشطة الاجتماعية التي تقدم له؟

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (٧٠) عميل من عملاء بنك فيصل الإسلامي السوداني، وقد تم تصميم الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وباستخدام برنامج SPSS تم إجراء المعالجات الإحصائية المناسبة لما وضعت الدراسة من أجله تبعاً للمتغيرات التالية: (تصنيف العميل، الجنس، المستوى التعليمي). نتائج تحليل آراء عملاء بنك فيصل الإسلامي السوداني أوضحت نواحي إيجابية عالية عن أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن بنك فيصل الإسلامي السوداني ملتزم بتبني وتطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية، حيث انعكس ذلك على نتائج انطباع العملاء تجاه البنك، مما أوضح أن تبني المواصفة ISO 26000 يعطي ميزة تنافسية عالية للمؤسسات.

توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها:

١. صياغة سياسة للمسؤولية الاجتماعية معتمدة من المدير العام.
٢. قيادة الشركة ينبغي أن تشارك في برامج وأنشطة المسؤولية الاجتماعية.
٣. توثيق المناشط والبرامج المنفذة في المسؤولية الاجتماعية.
٤. نشر برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الوسائط المختلفة؛ لتحسين صورة البنك.
٥. الأخذ في الاعتبار الجوانب السبعة الأساسية في المواصفة الإرشادية ISO 26000، عند صياغة أهداف المسؤولية الاجتماعية.

List of Contents:

Content	Page
الاستهلال	a
Dedication	b
Acknowledgement	c
Abstract	d
مستخلص الدراسة	e
List of Contents	f
List of Tables	h
List of Figures	h
Chapter ONE: Introduction	
1.1 Introduction	1
1.2 Research problem	3
1.3 Importance of the research	3
1.4 Research objectives	3
1.5 Research Questions	4
1.6 Research Hypothesis	4
1.7 Research Methodology	5
1.8 Previous studies	7
CHAPTER TWO: Literature Review	
2.1 Literature Review	12
2.1.1 Corporate Social Responsibility	13
2.1.2 ISO 26000	15
2.1.3 Competitive advantage	20
2.1.4 Consideration of Customer Perspectives	21
2.1.5 Advertising and branding	22
2.1.6 CSR and Competitiveness	22
2.1.7 Faisal Islamic Bank (SUDAN)	23
CHAPTER THREE: Materials and Methods	
3.1 Study methodology	29
3.2 Study population	29
3.3 Study sample	29
3.4 Study tool	30

3.5 Believe study tool:	31
3.6 Study procedures	31
3.7 Statistical Processing:	31
CHAPTER FOUR: Results of Research	
4.1 Results concerning the study questions	33
4.2 Results concerning the study hypothesis	36
CHAPTER FIVE: Discussion, Conclusion and Recommendations	
5.1 Discussion	39
5.2 Conclusion	40
5.2 Recommendations	41
References	42
Appendix	44

List of Tables:

Table	Page
Table 2.1: Basic Information about Faisal Islamic Bank	19
Table 3.1: The sample distribution by category variable	28
Table 3.2: The sample distribution by gender variable	29
Table 3.3: The sample distribution by education level variable	29
Table 4.1: Results of the questionnaire analysis	33
Table 4.2: Results of the first hypothesis	35
Table 4.3: Results of the second hypothesis	36
Table 4.5: Results of the third hypothesis	36

List of Figures:

Figure	Page
Fig: 2.1: ISO 26000: 2010 Schematic overview	13
Fig: 2.2: ISO 26000: 2010 Core Subjects	14