

ملخص البحث

محمد حميم سلطان. 2015، بحث جامعي. موضوع: تأثير البرنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات للصورة الشركات (دراسة عن برنامج "2014 Mataku Sehat" في شركة ذات المسؤولية المحدودة Sumber Alfaria Trijaya مالانج).

مشرف : محمد فتح الرازي الماجستير

الكلمة الرئيسية : المسؤولية الاجتماعية للشركات، صورة الشركات

المسؤولية الاجتماعية اليوم هي الإستجابة الشركة للجوانب البيئية والاجتماعية. و تستند على تقرير التنظيم الحكومية في القانون رقم 40 لسنة 2007 بشأن الشركات ذات المسؤولية المحدودة المادة فصل 74. تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات اليوم ليس باعتبار مسؤولية اجتماعية فقط ولكن كشكل استراتيجية التسويق الأساسية في النمو أو الحفاظ صورة الشركة. لأن في برنامج المسؤولية الاجتماعية الجيدة التي من شأنها إما تأثير على نمو الثقة والعلاقة الجيدة مع البيئة والمجتمع. وأوضحت حتى نتائج البحوث التي أجريت من قبل روبر بحث في جميع أنحاء العالم أن تصل إلى حوالي 66٪ من أفراد العينة على استعداد لتغيير العلامات التجارية للشركات التي لديها صورة اجتماعية إيجابية في شكل برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبالتالي، فإن هذه الدراسة لديه هدف لتحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على صورة للشركة.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي الذي أدى إلى استنتاج الواضح والمحدد. دراسة الحالة في هذا البحث هو برنامج "2014 Mataku Sehat" الذي نظمه شركة ذات المسؤولية المحدودة Sumber Alfaria Trijaya مالانج. بالإضافة إلى ذلك، يتم جمع البيانات عن طلاب المدرسة الثانوية YPK 2 جاوة الشرقية والمدرسة الثانوية بترا مالانج ، وتنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. وخلصت الدراسة إلى أن متغيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات (X3) هي التأثير الكبيرة و يحتوي على النفوذ الأبرز مع ر ر ر عد من 4.701 إلى أهمية ر 0.000. وفي الوقت نفسه، أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل tcount من 2.552 مع أهمية ر 0013 لها تأثيرة الكبيرة. في حين مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس لها تأثيرة الكبيرة مع tcount من -0.411 مع أهمية ر 0.682.