

(٤٣٢) فرداً بين ذكر وأنثى من ثلاث محافظات أردنية (اربد، عمان، مادبا). واختبرت الدراسة مجموعة من الأسئلة الرئيسة والأسئلة الفرعية إلى جانب اختبار خمس فرضيات حاولت تبيان العلاقة بين مستويات الرضا للزبائن ومجموعة من المتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، السن، مدة التعامل مع خدمات الشركة، المنطقة السكنية).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- ١- تحتل وظيفة المسؤولية الاجتماعية مكانة متوسطة في الهيكل الإداري لشركة مجموعة الاتصالات الأردنية "أورانج" وهي شكل مستحدث من أشكال العلاقات العامة التي تدمج عدة مهمات اتصالية في آن واحد.
- ٢- تعتمد إستراتيجية الشركة في المسؤولية الاجتماعية على مرتكزات ثلاثة هي : أ- نشر الانترنت. ب- التنمية المجتمعية المستدامة. ج- دعم المشروعات الصغيرة في مجالات الاتصالات.
- ٣- حققت أنشطة الشركة في مجال نشر الانترنت وفي مجال تقديم عروض مميزة بأسعار الخدمات متوسطة موافقة مرتفعة من قبل الزبائن، فيما لم تحقق الأنشطة المتعلقة بالبيئة أو بمكافحة المخدرات سوى متوسطات حسابية منخفضة من وجهة نظر الزبائن.
- ٤- حققت أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المجالات الثقافية والرياضية والصحية والتنمية والترفيهية متوسطات حسابية متوسطة.
- ٥- تبين أن الشركة أكثر استخداماً للصحف الورقية في مجال الإعلان عن برامجها في نطاق المسؤولية الاجتماعية ثم تليها "الرسائل النصية" عبر الهواتف المحمولة، ثم مواقع الانترنت والتلفزيون والإذاعات على التوالي.