

## عنوان مقاله:

ارتباط پرخاشگری مشتری با رضایت شغلی و قصد ترک با در نظر گرفتن خستگی هیجانی در سازمان های دولتی

## محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی و مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

عدرا حسینی - گروه مدیریت بازرگانی واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

هما درودی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

کارمندانی که باورها و احساسات واقعیتشان را سرکوب می کنند و یا تظاهر به پیروی از قوانین وضع شده می کنند، از یک تناقض بین احساسات درونی و بیرونی رنج می برند این اختلاف هیجانی منجر به خستگی هیجانی واسترس شغلی می شود که به نوبه خود باعث نارضایتی در کار وترک سازمان می شود از طرفی، خدمات ضعیف به ارباب رجوع به عنوان مشتری می تواند موجب تشدید پرخاشگری و خسونت مشتریان شود که نهایتا خستگی هیجانی و نارضایتی شغلی کارکنان را به دنبال خواهد داشت. بنابراین در این مقاله تعاریف خشم و پرخاشگری، پرخاشگری مشتری وخستگی هیجانی . عوامل مرتبط با آن مورد بررسی قرار می گیرد؛ همچنین توضیحاتی درمورد رضایت شغلی و قصد ترک ارائه می گردد ودر ادامه ارتباط پرخاشگری مشتری با رضایت شغلی وقصد ترک وخستگی هیجانی در سازمان های دولتی که می تواند برای سازمان ها بسیار مفید باشد مورد بررسی قرارمی گیرد و نهایتا بحث ونتیجه گیری کلی و پیشنهاداتی از دیدگاه صاحبانظران ارائه می گردد.

## کلمات کلیدی:

پرخاشگری مشتری، رضایت شغلی، قصد ترک، خستگی هیجانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1131995>

