بررسی علل و پیامدهای خشم در سازمان‌ها
و ارائه راهکارهای مدیریتی

آرین قلی بور، سوده بیات **، بهزاد بدن ***

تاریخ دریافت: 95/08/15
تاریخ پذیرش: 95/08/26

چکیده
محلي کار از لحاظ یکی از مکان‌های عملکرد اجتماعی است که در آن زمینه‌ها زیادی برای درهم‌پرداختن زدن افراد وجود دارد. درک زمینه‌ها و راهکارهای مدیریتی خشم در سازمان برای افزایش ارشدی کارگران و بهبودی سازمان مهم است. هدف پژوهش حاصل بررسی علل و پیامدهای خشمن در سازمان و ارائه راهکار برای مدیریت آن است. روش مورد استفاده در این تحقیق روش پژوهش کمکی است. برای گردآوری اطلاعات از روی مصاحبه و برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از روش تحلیل تبدیل استفاده شده است. یافته‌های حاصل از مصاحبه شامل گروه‌کردن 4، عملکرد انجام کردنی خشمنه؛ 4 عملکرد پیامدهای ناپاسخ‌آمیز، خشمنه؛ 4 عملکرد راهکارهای کمالی و مقابله با خشمنه و 7 عملکرد تعلم کننده شش‌شماری: 1. جنبش، 2. تجربه، 3. نوع مشترکان و 4. آماره را شامل می‌شود. براساس این یافته‌ها، تصمیمات سازمان و مدیریت و انتقادات مشترکان و ماهیت کار باعث تجربه خشمن در محل کار می‌شود. همچنین پیامدهای ناشی از ابراز خشمن توسط کارکنان نیز شامل پیامدهای شخصی (تاثیر بر روابط خارجی و بین‌پرس)، و پیامدهای سازمانی (کاهش اعتماد به و بهبودی سازمانی) می‌باشد.

کلمات کلیدی: خشمنه؛ استرس؛ مدیریت خشمنه؛ ارشدی کارگران

* استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه مدیریت دانشگاه تهران
** دانشجوی دکتری مدیریت خدماتی، دانشگاه علامه طباطبایی
*** دانشجوی دکتری مدیریت گروه‌داری دانشگاه علوم و فرهنگ (نویزده مسن)
مقامه

تلاش برای تبیین معناي خشن در تعاملات انساني از زمان ارسطو صورت گرفته است. برخی روانشناسان مطرح می‌کنند که خشن، مفهومی است که افراد در هنگام مواجهه می‌توانند آن را درک کنند اما نمی‌توانند آن را بازنمایی با تعريف كند (گیبسون، 2010، 67). خشن، یک حس اجتماعی است که در پاسخ به رفتار دیگران یا بهدیل تصاویر ذهنی در مورد آنها بروز می‌کند. شیوه ابراز خشن به شدت محرک آن یا هدفی که در پی آن هستند، بستگی دارد. بازوهای خشن را می‌توان به عنوان حسی روانی-اجتماعی که اهداف خاصی را در ارتباطات انسانی دنبال می‌کند، تعريف كرد (داماگالسکی، 2007، 298). محل کار افراد یکی از مکان‌های تعامل اجتماعی است که در آن زمینه‌های زیادی برای درهم‌ریختن ذهن افراد وجود دارد (یوس، 2005، 250).

اگرچه خشن، اغلب بی‌سیار منفی است، اما همواره به‌ویژه در زندگی در سازمان‌ها و نیم‌توان سازمانی را تصویر کرد که در آن زمینه خشن‌گردن شدن افراد وجود نداشته باشد (تجلیل؟). وقتی فرد امکان است، به‌هدف خود را در معرض خطر می‌پندارد و شخص دیگری را مقصود این امر بداند، ممکن است برای یکی از بین بردن هدف در وی ایجاد می‌شود که منجر به ابراز خشن می‌شود (دون کلیف، 2010). درک زمینه‌ها و پیامدهای خشن در محل کار به چندین دلیل مهم است؛ به‌طور کلی به نظر می‌رسد که زمینه‌های سازمانی و فرمی مشترکی برای تجربه و بروز خشن وجود دارد. برای مثال، پیامدهای فردی خشن همواره موردی جنین بیماری‌های قلبی عروقی، بدخواهی، تنش، کاهش عضت نفس و ناتوانی در روابط اجتماعی را در بر دارند. از نظر سازمانی نیز خشن تأثیرات مانند رفتار خانوادگی، کاهش بهره‌وری و خشونت در محیط کار را ایجاد می‌کند (داماگالسکی، 2007، 298).

سازمان‌ها همواره مانع ایجاد استرس و تنش برای کارکنان و مخاطبان خود بوده‌اند. به نظر می‌رسد که در دوران معاصر نیز این ویژگی همچنان در نهاد سازمان‌ها وجود دارد. در الواقع می‌توان

1. Gibson
2. Domagalski
3. Booth
4. Tjosvold
5. Van Kleef

134
مرور مبانی نظری پژوهش
رویکرد علمی به مطالعه خشمش

از آنجا که خشم از نظر آزمایشگری آیا به آسانی با سطح اجتماعی مانند سوسیده شورش اجتماعی منجر نمی‌شود. بنابراین یکی از مراحل مفهوم خشمش اجتماعی بود که در مطالعات معتبر رفتارسازمانی، خشم مرتبط با یک محرک زوده‌نشده مطرح می‌شود. نخستین بار موضوع خشمش به شکلی گسترده توسط نواکو مورد بررسی قرار گرفت. این مدل خشمش را یک مدل نویسی که تأثیری دوسویه برآورده در پاسخ به همرزگر کیفیتی به کار می‌برند، یا کننده. نخستین مؤلفه این مدل شناخت است که به عنوان محرک اصلی تجربه خشم در نظر گرفته می‌شود و شامل عواملی نگر، انگیزه و ارتباطات غیرهمگنی است. مؤلفه دوم، انگیزه‌گر روانی است که از طریق تفسیر شناختی خشمش اتفاق می‌افتد. احساس خشم، سومین مؤلفه

1. Suter
2. Novaco
خشم در سازمان

سازمانها به صورت بالقوه دارای زمینه‌های متعددی برای ایجاد خشم هستند. بنابراین انتظار می‌رود که کارکنان اغلب خشم را تجربه کنند. خشم اگرچه اغلب به‌صورت منفی در منظر گرفته می‌شود، اما بخشهایی از کار سازمان‌هاست. درواقع، تغییرات سریعی مانند تغییرات در سازمان‌ها نسبت به تولید نیرو و مشارکت سازنده برای تولید ممکن است خشم در سازمان‌ها را نشان دهد که در نتیجه ترغیب به نظر ظاهر واقعی می‌شود که سازمان‌ها را مستقل از خشم تصویر کنیم (تجربه، 2007:262).

گیبسون و بارسدن (1999) نشان دادند که تقریباً تمامی از کارکنان، مقداری خشم را در کار

1. Discrete
2. Kweon
3. Gibson & Barsade
بررسی علل و یا پیامدهای خشمش در سازمان‌ها و افراد راهنمت‌های مدیریتی


استرس نیز می‌تواند به بروز خشمش منجر شود؛ تخمین زده می‌شود که 70 درصد از کارکنان در محیط کار از خشمش نجات برخاستند. بسیاری از افراد در زمینه ابراز خشمش راحت‌نشستند. با این‌حاله افراد از خشمش از خشمش راحت‌نشستند. برخی افراد از خشمش راحت‌نشستند. این بیشتری نتایج می‌گیرند؛ آنها احساس می‌کنند که موضع‌هایها و بازارگاه‌های بازارگاه‌های بازارگاه‌هایها است که به‌طور خودکار و به‌طور معناداری افزایش در کار شماره شده‌اند. پذیرش دیگران مشاهده توزیع افراد ناشیه و توزیع مقام‌بندی‌ها از سوی رئیس‌است (جانسون، 1995: 22).

براساس یافته‌های لوطی (1951) شخصیت یک شخص با نمایگری‌های محیطی که تعیین کننده مقدار فشار تجربه‌شده است. تناسب کمتر بین فرد و محیط، موجب می‌شود که فشار بیشتری به وی وارد شود و بیشتر احتکار دارد که کارکنان در گیر کاهش بهره‌وری و مشکلات مرتبط با کار شوند (واگ، 2002: 245).

بررسی مطالعات قبلی نشان می‌دهد که در مجموع، هفت مسئله در بروز خشمش مؤثر است؛ این‌ها هفته مورد بررسی از این‌ها عبارتند از:

- اظهار: مواجهه زمانی با فیزیکی با متخلخلان حادثه‌های

1. Aquino
2. Van Kleef & Cote
3. Callister
4. Johnson
5. Kurt Lewin
6. Vagg
سرکوب: پنهان کردن احساس خشم از متخلفان و ایجاد کننده‌گان خشم;
کنترل: کنترل و سرکوب کردن احساس خشم;
کارکنان هیجانی: پوشاندن احساس واقعی و نشان‌دادن یک احساس تقلیدی. برای مثال:
یک افزایش حسای رطوبتهای هیجان خشم آور;
تکرار: تعداد دفعاتی که فرد در محل کار شرکت جامعه‌ای می‌شود;
مدت زمان: مدت زمانی که کارنامه با حل حال می‌انجامد;
شدت: شدت و فوریت افزایش خشم افراد (بیو، ۲۰۰۵: ۲۵۵).
ایجاد خشم در سازمان‌ها، نتایج کوتاه‌مدت و بلندمدت است. مهم‌ترین نتایج کوتاه‌مدت خشم عبارتند از:

• نتیجه غیرقانونی متفاوت: کیوی جوی، ارجاع کارهای نامطلوب به متخلف، گسترش
• شایعات با دروغ، خرابکاری و کاهش عمدی سرعت کار;
• رفتار سازندگان، به‌خاطر اهداف و راه‌های خود;
• متاثرگرایی کار: حوادثی که کار مشارکت کنندگان را متأثر می‌سازد;
• کارگاه احساسی: تأثیر ازدیاد گرفتن متفاوتان، باعث سکوت رفتاری با متخلف;
• نتایج قندهای: ادرار مشترک کنندگان با عوامل ایجاد می‌کنند که به خودی نیاز به حل
است با خیر;

• نتیجه مشروط متفاوت: توزیع ریز متفاوت یا اخراج وی (بیو، ۲۰۰۵: ۲۵۷).

عمده‌ترین نتایج بلندمدت بروز خشم در سازمان‌ها عبارتند از:

• اطمینان به ترک کردن، ترک کاری افراد خشم نرمال در ضرورت یک هدایت یا خشم;
• در حال پیشرفت?
• خشم مزمن: احساس مستمر خشم;
• سریز: سریزه اثرات خوشحال و خشم به زندگی شخصی کارکنان;
• به شکل متقع: بهترین حل ترک کردن: اداره ای‌کیه مقاومت حل نشده است، روابط بعید با
م تخلف تضعیف می‌شود;

۱۲۸
زمینه‌های برای پروز خشم در سازمان دست‌بندی شده است که به شرح جدول (1) است:

<table>
<thead>
<tr>
<th>موضوع</th>
<th>تعریف</th>
</tr>
</thead>
</table>
| رفتار ناعادلانه | دیگران به کاری که نامه و دیگران را در کار نشان دهد.
| بی کفاشی نهادی | بی رفتاری با همکاران، نکردن پیشنهادات، نگرانی از مرکز و واحدها
| ارتباط بد | همکارانی احساس ازدواج کنند، درایافتن درکننده، پشتیبانی از مدیران و همکاران
| فقدان مشتاقی | داشتی به راحتی نادیده گرفته شده، یک حس کلی که متفاوتی با مخاطبان گوش نمی‌دهد به شکل اشتراکی نادیده می‌گیرد
| فقدان مدیریت | عدم ناپایداری فرد، عدم سازمان‌دهی، بی‌خبری
| فقدان ارتقاء‌سازی | عدم ناپایداری کارکنان، نبود پیشرفت
| عدم تحصیل | نداشت قدرت برای مواجه به موضوع‌ها و مسائل
| تغییرات سازمانی | ترس از تغییرات و وظایف
| فقدان کاری | کارکنان به صورت نیمه کار نمی‌کنند
| فقدان رفتاری | نگرانی از ارتباط سازمانی و عمل نمایندگان
| تحقیق | تحقیق در آزمون‌های و مطالعات

به‌طوری‌که ادبیات تحقیق در رشته‌ها، ملاحظه می‌شود که هر کدام از پژوهش‌های قبلی بر یکی از ابعاد مدل‌سازی رفتاری یعنی عوامل پیش‌بینی کننده، رفتار انجام شده و پیامدهای تمرکز داشته‌اند. از این رو در تحقیق کنونی مدل مفهومی پژوهش بر مبنای این سه بعد در نظر گرفته شد. در مرحله دگرآوری اطلاعات پژوهش نیز از این جهت فهم‌گیری برای طراحی سوالات و پرسش از مشارکت کنندگان استفاده شد. مدل مفهومی پژوهش کنونی بهترین زیر است: 139
مدل مفهومي مطالعه خشم (برگرفته از کالستر و همکاران، 2007؛ غربی و ددرور، 2010؛ گیبسون و کالستر، 2010؛ ون کليف و کونه، 2007) می‌شود.

در این مدل بعد عوامل پیش‌بینی کننده به پرسی عواملی که می‌توانند اختلال خشم در سازمان و بین کارکنان را افزایش دهنده اشتهار دارد. این عواملی هستند که زمینه‌های برخی خشم در سازمان را ایجاد می‌کنند. برخی از مهم‌ترین عوامل پیش‌بینی کننده خشم در بخش‌های مختلف تحقیق بررسی شد. همچنین بعد رفتار انجام شده، شناخت‌دهنده شیوه‌های ابراز خشم یا پنهان‌سازی آن بین کارکنان سازمان می‌پردازد. پیامدهای خشم نیز به نتایج و آثار ابراز یا پنهان‌سازی خشم در سازمان اطلاع می‌شود.

سپس بعد مذکور بیان گردید: جایگزین مفهومی پژوهش حاضر است و طرح تحقیق بر مبنای این چارچوب اجرا شده است.

روش تحقیق

در تحقیق حاضر از راهبرد پژوهش کیفی برای دستیابی به اهداف اصلی استفاده شده است. برای گردآوری داده‌های تحقیق، مصاحبه‌ها با ریکداران استخراج و به‌صورت نیمه‌ساختاری انجام شد. یکی از مورد‌نظیر تحقیق، کارکنان بانک می‌باشند. برای انتخاب تعداد نمونه‌های مورد نظر، تحقیق از قاعده انتخاب پروی شد (مایکوت و مورهاوس، 1994: 37)، بدین صورت که بعد از انجام 10 مصاحبه، داده‌های گردآوری شده به میزانی بود که نیاز به گردآوری داده‌های جدیدی

1. Saturation
2. Maykut & Morehouse

130
بررسی علی و یامدهای خشمان در سازمان‌ها و ارائه راهکارهای مدیریتی

احساس نمایش انتخاب نمونه‌های تحقیق نیاز از طریق شیوه انتخاب گلوله برای انجام شد؛ در این روش هر مصاحبه‌شونده در پایان مصاحبه یک جهان نفر را به عنوان افراد مطلع و مناسب برای انجام مصاحبه معرفی می‌کنند.

تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با روش تحلیل تم 

1. Snowball
2. Thematic Analysis
3. Roulston
4. Braun & Clarke
5. Kvale

برای سننچش پایایی مصاحبه‌ها، از روش پایایی پاژآزمایی و روش توافقات درون موضوعی استفاده شده است (خواستاران، 1388). برای محاسبه پایایی پاژآزمایی، از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، 3 مصاحبه انتخاب شده است و هر کدام از آن‌ها دو بار در یک فاصله زمانی 15 روزه گذاری شدند. تعداد کل گذاره در فاصله زمانی 15 روزه برای 243 تعداد کل توافقات بین گذاره در این دوره برابر 94 و تعداد کل عدم توافقات در این دوره برابر 50 است. بنابراین پایایی پاژآزمایی مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق برابر 99 است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از 30 است، قابلیت استفاده از گذاره‌ها مورد تایید قرار می‌گیرد.

در روش توافقات درون موضوعی دو گذاره (ارزیابی)، تعداد کل گذاره مشترک که شرط بندی برابر 30 برای تعداد کل توافقات بین این گذاره برابر 45 محسوب شد. پایایی بین گذاره‌های انجام مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق برابر 91 است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از 40 است (واله، 1999: 373)، قابلیت استفاده از گذاره‌ها مورد تایید است و می‌توان از که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.
بحث و بررسی یافته‌های تحقیق

یافته‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌های انجام گرفته در تحقیق حاضر در جدول (2) نشان داده شده است. در این جدول هر کدام از اهداف آزمایش شده و راهکارهای مقوله خشم سازمانی دارای دسته مفهومی و تهیه‌های خاص خود هستند.

جدول 2. تم‌ها و دسته‌های مفهومی استخراج‌شده از مصاحبة‌ها

<table>
<thead>
<tr>
<th>دسته‌های مفهومی</th>
<th>رده‌بندی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>شمار دحق با مشتری است (A)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>احتراز پیش از حد لازم به مشتری (B)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>بالای فروش زمان انتظار (شلوغی شبب) (C)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>جابجایی کارکن در شب (جرخی شغلی) (D)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>انتظار اعمال کار بدون خط توسط کارمندان (E)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>رفتار ناعادلانه مدیر با کارکنان (F)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ارزیابی عملکرد بر اساس معیار مالی (G)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>عدم درک کارکنان توسط سازمان (H)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>قطعی یا کنفدراسیونهای مورد استفاده (I)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تغییر سریع قوانین (J)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>عجزه داشتن مشتری (2A)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تأثیر نشریات خارج از بازی بر رفتار مشتری (2B)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تبع فرهنگی اجرای کنگره (2C)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>رعایت کنون حرم حیات (2D)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>انتظار زیاد مشتری از کارمند (2E)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آشنایی مشتری با ضوابط (2F)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تبع درخواست‌های مشتری (2G)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1) هر دسته مفهومی به دو آیین (یک حرف و یک عدد) دسته‌بندی می‌شود. عدد نشان‌دهنده شماره موضوع با تم است. حروف نیز یکدانه ترتیب دسته مفهومی در درون هر گام از موضوعات است. برای مثال فک 2D نشان‌گر چهارمین دسته مفهومی در دویم موضوع است.
<table>
<thead>
<tr>
<th>دسته‌های مفهومی</th>
<th>تعریف</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>استرس ناشی از حساسیت کار(3A)</td>
<td>عوامل مربوط به ماهیت کار</td>
</tr>
<tr>
<td>بالا بودن حجم کار(3B)</td>
<td>پیامدهای شخصی</td>
</tr>
<tr>
<td>ساعت کار زیاد(3C)</td>
<td>پیامدهای ناشی از خشم در سازمان</td>
</tr>
<tr>
<td>ادامه تنش بعد از رفت‌و‌آمد مشتری(4A)</td>
<td>پیامدهای سازمانی</td>
</tr>
<tr>
<td>عصبایی شدن در خانه(4B)</td>
<td>آموزش کارکنان</td>
</tr>
<tr>
<td>بیماری به دلیل استرس و خشم کاری(4C)</td>
<td>حل مسئله از طریق مدیر</td>
</tr>
<tr>
<td>کم شدن آسانی تحمل(4D)</td>
<td>مربوط</td>
</tr>
<tr>
<td>افزایش مالیات مشتری(5A)</td>
<td>مراحل مدیریت پدرمان</td>
</tr>
<tr>
<td>کاهش بارزی بیش از عادت عصبایی(5B)</td>
<td>راهکارهای قانونی و اداری</td>
</tr>
<tr>
<td>کاهش بهره وری شغلی(5C)</td>
<td>راهکارهای سازمانی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>ساختار شغلی(5D)</td>
<td>راهکارهای ثقافتی و عادی</td>
</tr>
<tr>
<td>آموزش کارکنان</td>
<td>راهکارهای قانونی و اداری</td>
</tr>
<tr>
<td>سقوط در مقابل مشتری(6A)</td>
<td>راهکارهای ثقافتی و عادی</td>
</tr>
<tr>
<td>ارجاع مسئله به بالادست(7A)</td>
<td>راهکارهای قانونی و اداری</td>
</tr>
<tr>
<td>سیستم مدیریت پدرمان(7B)</td>
<td>راهکارهای ثقافتی و عادی</td>
</tr>
<tr>
<td>مراجعه به پازرزی(8A)</td>
<td>راهکارهای سازمانی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>کاهش ارتباط با مشتری پیوستار کارکنان(8B)</td>
<td>حضور فردی به عنوان کمد کننده برای کاهش تراکم</td>
</tr>
<tr>
<td>شهادت(8C)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>کاری(9A)</td>
<td>راهکارهای سازمانی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>تشکیل انتقالی فکر(9B)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>پاداش و درآمد بالا(9C)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>امکانات رفاهی(9D)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>ریشه پایی مسائل مشتری به خشم(9E)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>جنای(10A)</td>
<td>راهکارهای سازمانی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>تجربه(10B)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>نوع مشتریان(10C)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
<tr>
<td>آموزش(10D)</td>
<td>راهکارهای بهداشتی و ساختاری</td>
</tr>
</tbody>
</table>
در ادامه یافته‌های حاصل از مصاحبه به‌صورت مشروح به‌همراه نقل قول‌هایی از مصاحبه شوندگان ارائه می‌شود.

عوامل ایجاد خشم در سازمان

1. عوامل مربوط به سازمان و مدیریت

موضوع عوامل مربوط به سازمان و مدیریت به‌نخستین دسته مفهومی که در قالب موضوع
عوامل مربوط به سازمان و مدیریت دست‌بندی شده است، شعار این با مشتری است؛ (A1)

می‌باشد؛ برای مثال یکی از مصاحبه شوندگان این گونه اظهارنظر می‌کند:

"واقعه در حال حاضر هیچ جزی خاصی به‌دهنی نمی‌رسد. من باید این‌ها عملیاتی، راه و روش
خاصی انجام شده باشند. با تفاوت‌های خاصی استفاده شده باشد، فقط به ما می‌گویند. صور
کنید، روز اول همکارهایی که برای مصاحبه آمدند به ما گفتند باید همه جزیره را تجمل کنید، جون
شماران است که مشتری داشته‌اند. این باید به می‌گویند که باید تجمل کنید،
حالا می‌شود می‌کنه، یک شکلی در هر صورت حیوان کننده." 

دسته مفهومی دیگری که در قالب عوامل مربوط به سازمان و مدیریت طبقه‌بندی شده است,
احترام بیش از حد لازم به‌مشتری (B1) است. اغلب مصاحبه شوندگان در تحقیق گروهی دیده‌اند

مشابه داشتند، به اظهارنظرهای زیر توجه کردند:

"در کسی با من درگیر شود، ساخت مسئله و مشتری هرچه بخواهند. می‌گوید، من
چیزی نمی‌گویم، چون آمگیزی گویم فقط نشان بیشتر می‌شود.
دسته مفهومی دیگری که در قالب موضوع عوامل مربوط به سازمان و مدیریت طبقه‌بندی شده
بالاپاپون زمان انداز (شلغمی شرعی) (C1) بود.

برخوردار مشتریان به عنوان مشکل بستگی دارند، بعضی اوقات مرده می‌بیند شهربان بوده
و چنده ساعت نشستند. نمی‌شود آدم علت خاصی را برای بیان کند.
مشارکت کندنگان نسبت به این دسته مفهومی دیگری که در قالب تم عوامل مربوط به سازمان
و مدیریت دسته‌بندی می‌شود، جانبه‌گا کارکنان در شعب (جرج شغلی) (D1) است.

موردی که در باکس‌ها وجود دارد، این است که مسئولان رده‌بندی ما اکثریت بازنشسته‌ها

۱۲۴
بکارگیری متفاوت توسط فرهنگ کاری باید متفاوت با هم فرق می‌کند، حالا آدم‌های نظام‌های بانکی مختلف آماده‌اند در یک مجموعه قرار گرفتن؛ مثل اصلی تهیه از یک بانک با یک شرکت کاری، معاون از یک بانک دیگر با یک نظام کاری، ارائه از بانک دیگر با یک نظام کاری که باعث شده است تا مادریک در توانایی که از من به عضوی کارمند، بردنیشن‌دنا داده، نتایج و دیده‌باندی این، می‌باشد، این که ایده‌های مبنای دادنی که رضایت شرکت‌های مستقل را جلب کنن و خودم در درون خودم به خرد بی‌می‌خورم.

است: به استزار دیگر در موضوع عوامل مربوط به سازمان و مدیریت، انتظار انجام کار بدون خطا توسط کارمندان (E1).

مسئولی که باعث عصایشان می‌شود، زیاد است، بیشتر زمانی که با مشتریان مسائل تیپش می‌آید (بیشتر از جزئی که امکانش هست، انتظار دارند و جوی بانک شخصی است بیشتر از آن چیزی که با ایده، خواسته‌های دارد).

است: دسته مفهومی دیگری که در قابل عوامل مربوط به سازمان و مدیریت طبقه‌بندی شده است، رفتار ناعادلانه مدیریت (E1).

هر دوی صحیح بیشتر با مسئولان بالاتر است، یک وقت مثل ما در داریم یک کاری انجام می‌دهیم، مهم دارم آن کار را به نحو انسان انجام می‌دهم ولی رئیس شهیب توجه‌ش به سمت به تفرخوصی جلب می‌شود آن را مثل بالاتر می‌دانند، این اثر می‌گذارد، بیشتر همین موضوع است که مثل خود شفقت‌هایی که می‌گذرانند، جالب نیست.

است: دسته مفهومی دیگری که در قابل عوامل مربوط به سازمان و مدیریت طبقه‌بندی شده است، ارزیابی عملکرد بر اساس معیار مالی (E1).

سازمان، منابع شهید را به نظر می‌گیرد، سازمان نمی‌تواند، رفتار رئیس شهیدی به خلاصی کند، کما باشکه ما داشتیم مثل شعبه‌ای، همه به‌پردازیده، آماده از شعبه‌های دیگر نیرو جمع کرده، یک نفرهای شده‌ای شده را جمع و جور کردن، رئیس را فرشتند، یک شعبه‌بی‌دیگر، خود آن یک مشکل بزرگ بود، از سازمان بالا خلیفی این رئیس شوه را قبول دادند، چون منابع زیادی جمع کرده است، در عرض یک سال و نیم شعبه‌ای شده 18 امین.

135
employed between 290 to 780% of a sample for two days. The results showed a decrease in the number of bacteria and the growth rate of the samples was reduced. The results indicated that the extract could be a good candidate for further research.

2. Relevant Factors for Customers

Customers' perception of the quality of the product is highly significant. The study revealed that customers perceived the product as high quality and the brand as trustworthy. They also believed that the product was worth the price they paid. These factors, along with the product's reputation, contributed to the high customer satisfaction rate.

The study also identified some factors that negatively affect customer satisfaction. These include product defects, poor customer service, and high prices. The study recommended improving these factors to enhance customer satisfaction.

3. Conclusion

The study concluded that the extract could be a good candidate for further research. The high customer satisfaction rate and the positive feedback from customers indicate that the product has potential for commercialization. The study also highlighted the need for further research to understand the mechanisms behind the product's effects and to develop it for mass production.

References


بررسی علی و ویامدهای خش در سازمان‌ها و ارائه راهکارهای مدیریتی

وبه هر حال بانک یک جایی است که همه جور فرهنگ آدم در آن رفت و آمد دارند، یکی از مشکلاتی که در شعبه‌ها وجود دارد با خطر فرهنگ مردم است.

مشارکت کنندگان دسته مفهومی دیگری را که در قالب تم عوامل مربوط به مشتریان دستیابی می‌شود. ملاحظه گردد که در حالت نیستند. شما در محیطی هستید، تا یک حضی اجازه دارید. تا یک حضی برای شما مقدور است، یکسری کارها را انجام دهید، پایان را از یک حضی در روابط شخصی فرائه می‌گذارند.

دسته مفهومی دیگر در موضوع عوامل مربوط به مشتری، انتظار زیاد مشتری از کارمند (E2)

است. برای مثال موردی که توسط مصاحبه‌های گزارش رهبری بود: "مشکلی پیش آمده بود که ما بکار یک حس‌های بود، رفت و بازدید، یکی حساسیت خوبی زد، گفت کار بانک خود را انتظار، گفت شما یک میلیون بار یک کاری را درست انجام می‌دهید، و ظرفیت بوده است، اما بکار یک انتظار انجام دهید، بپدیم می‌شود.

دسته مفهومی دیگری که در قالب عوامل مربوط به مشتریان طبقه‌بندی شده است، آشکارندون مشتری با ضیافت (E2) است. اغلب مصاحبه‌های گزارش رهبری با دسته مفهومی آشکارندون مشتریان با ضیافت اشاره نموده‌اند.

"گاهی اوقات بخشی از آن، مشتری خواسته‌ای دارد که نمی‌شود، قبول کرد یا اصلگن در خواست، خارج از قوانین و ضیافت ما است ویلی ما را به دست کمی که جویی مشتری را آرام کنیم.

آخرین دسته مفهومی که در قالب عوامل مربوط به مشتریان دستیابی شده است، تنوع در خواسته‌های مشتری (G2) است. به عنوان مثال مصاحبه‌های چندان بیان نموده است: "در مشتریان موردی است؛ مثل آدمی که مشاهدات را می‌کنند که درست نیستید یا یک جهانی را می‌خوانند. که آدمی با پیوستگی خصوصی کاردان نمی‌توانند، زیاد انجام بدهد، مثل خیلی در خواسته‌های زیادی می‌کنند، خیلی در خواسته‌هاشون مشروط است و آدم را خسته می‌کنند."
3. عوامل مربوط به نفس کار

اکثر ناشی از حساسیت کار (۳۸)، به معنای نخستین دسته مفهومی است که در اکثر موارد عوامل مربوط به نفس کار دست‌بندی‌شده است؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان یکن گونه اظهار نظر می‌کند:

"به‌هر حال پیش‌آمدهای که با صندوق کار می‌کنند، آن کسی که با پول سروکار دارد، یکی مقدار نش و استرس دارد.

جوون آخر وقتی یک بیانیان صندوق می‌خواند، نیم‌خواننده.

دسته‌ی مفهومی دیگری که در قابل عوامل مربوط به نفس کار طبق‌بندی شده است، بالا بودن حجم کار (۳۴) است. اغلب مصاحبه‌شنوندگان نیم‌نور موضع اشاره کرده‌اند، به اظهارنظر زیبای توجه کرده:

دیگری به این شکل بوده است که گزارش از طرف بالادستی‌های شهیب می‌شود، نسی دانم خبره را به چه شکلی به آنها می‌رسانند، ولی به آنها می‌رسانند، از اول زمان گفتند، که کارکنان‌ها نباید در شهیب با هم مشکل پیدا کنند، اگر اختلاف داشته باشند، و خبر برسد، برو خریداری می‌کنند، و می‌گویند یک مدت خونه بینندن نتیجه نیافته شان مشخصشوند.

آخرین دسته‌ی مفهومی که در قابل عوامل مربوط به نفس کار دست‌بندی شده است، ساعت کار زیاد (۳۴) است.

"سالا ساعت کار زیاد است، صحیح سعی می‌کنم زودتر بی‌بند شوم از پس کارنها خوانه.

بر بیایم، حداکثر یک صحبت‌بره به شوهرم بدهم، جون ایشان در تهران شاغل هستند".

پایه‌های ناشی از خشم در سازمان

1. پایه‌های شخصی

موضوع پایه‌های شخصی ناشی از خشم در سازمان به نخستین دسته‌ی مفهومی که در قابل

موضوع پایه‌های شخصی ناشی از خشم در سازمان دست‌بندی شده است، ادامه نش بعده از وقت مشتری (فکر کردن به مسئله) (۸۴) است؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شنوندگان یکن گونه بیان می‌کند:
در حقیقت، خشکی در خون می‌ریزد و بروز نمی‌دهد. بنابراین نمودار به موضوع فکر می‌کنم، که نمودار کاش به‌آن گفته بودم کاش به‌شناس این حرف را می‌زنم کاش

می‌توانست نگاه‌یک را بدهم خلی دوست دارد جواب بدی و یک خوب ساخت می‌شوم.

dیگر، در خودم می‌ریزد بعد جریان را با خودم دوره می‌کنم.

دسته مفهومی دیگری که در قالب پایان‌های شخصی ناشی از خشکی در سازمان طبقه‌بندی شده است، تاثیرش بر میزان خصوصیات شدن در خانه (Bv) است. در صفحه فردی اغلب مصاحبه شوندگان در تحقیقات کشکی شاید داشتند، به اظهارنظرهای زیر توجه کنید:

«وقت خانه می‌روی، گاهی اوقات از روى خستگی و عصبانیت برای انجام کارهای خانه اصلاً دیگر انرژی ندارم که بکسیری کارها را انجام بدهم.»

گاهی در خانه زود از کوره در می‌روی بچه‌های می‌کنم در بانک عصبانیابی نشوم در خانه عصبانیبیم را سر خانواده خالی می‌کنم.

دسته مفهومی دیگری که در قالب موضوع پایان‌های شخصی ناشی از خشکی در سازمان طبقه‌بندی شده است، گشت دیده است (C4). 

«شماشایی در شروع کار بهم کشیده، خودم فکر می‌کنم به خواست دستایی مرتبطی هم در من شده است، مرضیهایی که رلیه عصبی دارد، یک مقداری رگ‌هایی گردنم می‌گیرد.»

آخرين دسته مفهومی كه در قالب پایان‌های شخصی ناشی از خشکی در سازمان توسط مشاکت کنندگان شهادتی شده است، کم شدن آستانه تحمل (D4) است.

2. پایان‌های سازمانی

موضوع پایان‌های سازمانی ناشی از خشکی در سازمان به نخستین دسته مفهومی که در قالب موضوع پایان‌های سازمانی ناشی از خشکی در سازمان دستبندی شده است، از دست‌دادن مالی (A5) است؛ بروز نتیجه بکی از مصاحبه شوندگان ان‌گونه اظهارنظر می‌کنند: 

«اگر مجموعه فعال است و فعالیت‌ها با پول است، در سر چر و نش دارم، ممکن است جذب مشاغل را از دست بدهد، این یک قانونی است که هن آنها مقصدمم نه ما مقصدمم.»
دسته مفاهیم دیگری که در قالب عوامل مربوط به نفس کار طبقه‌بندی شده است، کاهش بازدهی به وسیلهٔ عصبیان شدن (B5) اغلب مصاحبه شوندگان در تحقیقات کنونی چنین اظهارنظری کرده‌اند:

البته یا نبته یا با به وسیله‌ی عصبیان شدن شهاد، قطع دعوا کرده باشیم یا نکنیم، رویه‌های نهادی که در جغرافیای این مکان راه‌پیمایی کار خود را انجام می‌دهد کاملاً ممکن است، قطع دعوا کرده باشیم یا نکنیم.

آخیرین دسته مفاهیمی که در قالب پیامدهای سازمانی ناشی از خشم در سازمان دستبندی شده است، کاهش در آمادگی شهرباز (C5) است.

مثل‌ها می‌توانند، رشد شعبه را با پایین بیابد، رشد شعبه هم که با پایین بیابد خوب یک جنبه‌ای که ما کار می‌کنیم در آماده‌شد، رشد شعبه چه کمی شود درآمده، ما با پایین می‌یابد.

راهکارهای کنترل و مقابله با خشم سازمانی

1. آموزش کارکنان

تنهای دسته مفاهیمی که در قالب آموزش کارکنان به عنوان راهکاری برای کنترل و مقابله با خشم سازمانی دستبندی شده است، سکوت در مقابل مشتری (A8) است.

اگر کسی با من دچار درگیری شود، ساکت می‌مانم و مشتری هرچه بخواهد، می‌گوید:

چیزی نمی‌گویم، جون اگر چیزی گویم فقط تنفس بیشتر می‌شود، ۹۰ درصد. کارکنان سعی می‌کنیم سکوت کنیم؛ اگر همیکاران نادرحت بیابد، سریع بلندش می‌کنیم خودمان جای آن کم‌وکم‌شینیم.

2. حل مسئله از طریق مدیر مربوط

دسته مفاهیمی که در قالب حل مسئله از طریق مدیر مربوط به عنوان راهکاری برای کنترل و مقابله با خشم سازمانی دستبندی شده است، ارائه مسئله به بالادست (A5) است.

دبییند. نه هرچیزی که مشتری خواهست، جون به هر حال ما در حال جواب‌گیری کار می‌کنیم، نمی‌توانیم هرچیزی که مشتری خواهست همان را انجام بدهیم. اگر بیشتر که از طریق مقام بالای برنا معاون و رئیس مسئله حل بیابد، جون مشتری بیشتر است، مشتری در حرف آنها را بهتر می‌خواند.
دسته مفهومی دیگری که در قالب حل مسئله از طریق مبادله و راهکارهای برای کنترل و مقابله با خشمندی دسته‌نی‌های علمی و فنی مطرح است، سیستم مدیریت پدرانه (BY) است. 

ما خیلی چیزهایی را به راحتی تحمل می‌کنیم، چون می‌دانیم که سه دامن کسی که من دارم برایش کار می‌کند، قدر می‌دانه، می‌فهمه، که من دارم برایش از جان و دل کار انجام می‌دهم.

3. راهکارهای قانونی و اداری

دسته مفهومی که در قالب حل مسئله از طریق راهکار قانونی و اداری به عنوان راهکار برای کنترل و مقابله با خشمندی دسته‌نی‌های علمی و فنی مطرح است، مراجعه به پارسی (88) است. برای مثال یکی از مصاحبه‌های شونداگان باین کرده است که:

«دندون وقت پیش یکی آمده بود سلام کرد و روی خیابان هم صدای زنگ‌های زده بود به پارسی، با پارسی هم زنگ زده بود که به یک زنگ زنگ زنده بود از مشتری معاصرت خواهی کنید، بدون اینکه دیبل را اینجا، اینها مشکل است». 

دسته مفهومی دیگری که در قالب حل مسئله از طریق راهکار قانونی و اداری به عنوان راهکار برای کنترل و مقابله با خشمندی دسته‌نی‌های علمی و فنی مطرح است، کاهش ارتباط با مشتری برای کارکنان است که دچار انحراف و نگرانی از نظر شده است که: 

تا اینجا که بنوانسته اگه یک نفر خسته باشد، همیشه می‌کنم که کمتر با مشتری ارتباط داشته باشد، می‌آورم انتها شهیب با حالا اگر خیلی مشکل‌های جاد باشید، مخصوصاً می‌فرضیم.

4. راهکارهای سازمانی و ساختاری

موضوع راهکار ساختار سازمانی، نخستین دسته مفهومی که در قالب موضوع راهکار ساختار سازمانی دسته‌نی‌های علمی و فنی مطرح است، حضور فردی به عنوان کمک کننده برای کاهش تراکم کار (90) است. برای مثال یکی از مصاحبه‌های شونداگان پیشنهاد کرده است که:

موردی که فقط وجود دارد این است که به نظر می‌رسد وجود شخصی که در شعبه مستند پاسخگویی و راهنمای مشتریان است و منجر به تسهیل روند اجرای امور بانکی می‌شود، واقعاً لازم است».
دسته مفهومی دیگری که در قلب موضوع راهکار ساختار سازمانی طبقه‌بندی شده است، تشکیل اتفاق‌های فکری (B4) است؛ در سطح فردی اغلب مصاحبه‌شونده‌گان در تحقیق کنونی چنین اظهارنظر کردند که:

دیگری را گذارده‌اند. که نظرات‌های را به‌هم، گفت‌شان اگر می‌توانند، باید و صحت بکینی، ولی خوب جواب نمی‌دهد. اگر یک‌واهی اعتراضی بکینی، بیشتر به ضرر خودمان می‌شود.

دسته مفهومی دیگری که در قلب موضوع راهکار ساختار سازمانی طبقه‌بندی شده، پدیده و درآمد باه (C9) بود.

سازمان سعی می‌کند یک‌سری امکانات رفاهی فراهم کند، مثل‌ نمی‌کند، حتی طبیعتاً این که کارکنان‌ها این هر جهد و وقت به ما داده می‌شود، پایداری که داده می‌شود، به‌کلی کمک می‌کند که ما به کارکنان بیشتر دل بندیم، سعی کنیم مشکلات را بیشتر تحلیل کنیم.

هم‌اکنون مینی می‌دهند، هم حداکثر این که می‌شود گفت ما سالی دو بار جشن یا یک به‌کار می‌گیری هستیم. در این‌جا هم جمع می‌شونم و همه همکاران با همدیگر هستیم.

مساحبه کنندگان، دسته مفهومی دیگری را در موضوع راهکار ساختار سازمانی مطرح نموده‌اند که امکانات رفاهی (D9) است.

بیشتری باه ورودی برایشان تدارک می‌پیمی، هزینه‌های تغییری در اختیارشان می‌گذاریم، ما سعی می‌کنیم این کارها را انجام بدهیم که کارکنان کمتر فرسوده‌شونده.

آخرین دسته مفهومی که در قلب موضوع راهکار ساختار سازمانی طبقه‌بندی شده است، ریشه باید مسائل منجر به خشم (E9) سازمان است.

عوامل تعیین کننده

1. جنسیت

در تحقیق کنونی جنسیت به عنوان عاملی تعیین کننده در نظر گرفته شد. بر اساس عامل جنسیت به نظر می‌رسد که بین زنان و مردان در زمینه عوامل بروز خشم، پیامدها و راهکارهای مقابله با آن تفاوت وجود دارد. این مسئله در تحقیقات سایر نیز نشان داده شده است. برخی
معتقدند که زنان در شرایط سخت، خسته گردند و ملال آور گردند، مقاومت از مردان هستند و مردان در شرایط دیگر کوتاه مدت مقاومت پیشی‌گیری دارند. زنان نسبت به مردان برای مدت طولانی تر می‌توانند شرایط سخت را تحمل کنند.

۲. تجربه
یکی دیگر از عوامل تعیین کننده در پژوهش حاضر تجربه است. براساس عامل تجربه، کار کنان پس از کسب تجربه مهارت و مهارت در زمینه فعالیت خود کمتر دچار خشم در محيط کار می‌شوند. با در صورت بروز خشم به نحو راحت‌تری با آن مقابله می‌کنند.

۳. نوع مشتریان
باید به‌いまکن‌رزم جنگی کننده به بالا آوردن فرهنگ‌ها و سطح اجتماعی متفاوتی هستند و در عرض افشاگری‌های مشتریان باید باشد، با استفاده از مشتریان که سواد و ادبیاتی دارند، مهور و عصبانیت شده‌اند، بهتر می‌توانان آن تحلیل کرده و یکی از مشتریان که سواد و دانش‌های دارد، هر دو عصبانیتی شده‌اند.
بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که اشاره شد انظار می‌روید که کارکنان سازمان‌ها به طور معمول خشمش را ترجیح
کنند. بنابراین اگر ارزیابی‌های پژوهشی خشمش نشان‌دهنده خشمش در سازمان‌های
رو به درستی کار کنند، می‌توانند به اشتراک‌گذاری کارکنان به اندازه‌گیری خشمش در
سازمان‌های رو به درستی کار کنند. لذا می‌پیش‌ردم یک اهمیت در پژوهش‌های ارزیابی کارکنان و
درنتیجه به‌طوری‌که سازمان‌ها می‌توانند از بازی‌های خشمش کارکنان را ارزیابی کنند و این
ارتباط با آنها را مدیریت کنند و راه‌کارهایی بپذیرند و تمایل آنها را ارزیابی کنند. در
پژوهش‌های تحلیل‌شده نشان داده شد که افرادی با مشاهده‌ای که از بازی‌های خصوصی، عوامل
ایجاد کننده خشمش و بی‌پایه‌ای آن شناسایی شود و نیز راهکارهای مقابله‌ای با آنها شناسایی شود.

1. Sutton
یافته‌های حاصل از تحقیق کنونی نشان داد که عوامل ایجاد‌کننده خشم شامل عوامل مربوط به سازمان و مدیریت، عوامل مربوط به مشتریان و عوامل مربوط به ماهیت کار می‌باشند. از بین عوامل مدیریتی و سازمانی که مصاحبه‌های صداگذاری گان به عنوان عواملی که باعث خشم آنها می‌شود، اشاره کرده‌ند، شعار سازمانی که «حق با مشتری است؛ خود باعث می‌شود که کارکنان تحت هر شرایطی در مقابل مشتری کوتاه بپایند و خشم خود را کنترل کنند. سرکوب خشم اگرچه به رضایت بیشتر مشتریان منجر می‌شود ولی با توجه به اظهارنظر مصاحبه‌های صداگذاری گان، تأثیرات منفی برای کارکنان دارد. احترام بین‌ازده‌ای لازم به مشتریان که شعار سازمانی را نیز در بر می‌گیرد، با توجه به نوع کسب و کار سازمانی و تنش مؤثر مشتریان در عملکرد شعب بانکی احترام به مشتریان حتی در شرایط نش از جمله عواملی است که باعث بروز خشم کارکنان می‌شود. بالا بردن زمان انتظار (شلوغی شعب) نیز ازجمله مسائلی است که باعث کاهش آستانه تحمیل مشتریان می‌شود و در برخوردار آنها با کارکنان تأثیر گذاشته و می‌تواند باعث خشم سازمانی شود. مصاحبه‌های صداگذاری گان چنین بیان کرده‌اند که جابجایی کارکنان در شعب و چرخش صنعتی در سازمان‌ها باعث قرار گرفتن در شرایط کاری جدید و محیط جدید می‌شود که آشنا نبودن با این شرایط خود به بروز تنش منجر می‌شود. همچنین با توجه به حساسیت کار در بانک و انتظار انجام کار بدون خطا از سوی سازمان و مشتریان، استرس ناشی از آگاهی از حسابی کار دقت در انجام صحیح کارها باعث تنش و افزایش خشم می‌شود. رفتار ناعادلانه در سازمان‌ها یکی از عوامل مؤثر در بروز خشم سازمانی است که در پژوهش حاضر به آن اشاره شد. رتبه‌بندی شعب براساس عملکرد مالی و عدم توجه سازمان مرکزی به نوع برخورداری و رفتار مدیران شعب، زیمت‌های برای بروز رفتارهایی از سوی مدیران می‌شود که خشم در سازمان را افزایش می‌دهد. عدم درک کارکنان توسط سازمان از جمله عواملی بود که در پژوهش حاضر مطرح شد و مصاحبه‌های صداگذاری اظهار کردن که سیاست‌گذاران و مدیران که راه‌نماهای سازمانی را ندارند، توجه لازم را به تأثیر و تأثیرات برنامه‌های مدیران روي کارکنان ندارند. قطعی یا اندیشی سیستم‌های مورد استفاده‌که باعث کندی پاسخ‌گویی مشتریان می‌شود و نتیجه‌گیری سریع قوانین به عنوان عوامل سازمانی و مدیریتی ایجاد کننده خشم در سازمان مطرح شد.

دومین دسته عوامل ایجاد کننده خشم که در پژوهش حاضر به آنها اشاره شده است، عوامل
مروریت به مشتریان است. عجله مشتریان و تأثیر نشانی‌های خارج از برنامه بر فرض مشتری از جمله عواملی است که باعث بروز تنش و خشم در سازمان می‌شود؛ ضمن اینکه معمولاً مراجعه به بانک‌های گروه‌های مختلف اجتماع برای انجام امور بانکی به بانک‌ها مراجعه می‌کند، مصاحبه‌هایی که انجام می‌دهد و توانایی مراجعه کننده‌ها را نیز به عنوان یک عامل بروز خشم در سازمان انرژی کرده. و رعایت نکردن حرمت‌ها توسط مشتریان در پرخور و باگتاتر نیز به عنوان عواملی که باعث بروز خشم در آنها می‌شود، مطرح شد. انتظار زیاد مشتری از کارکنان بموبیز انتظار انجام کارهای مضر را خواستار اعضای عوامل مربوط به مشتریان در اجراهای مطرع شد. آشنایی مشتریان با ضوابط و درخواست‌های اجراهای جاری ضروری، عوامل دیگری هستند که به بروز تنش و خشم سازمانی تأثیر می‌گذارد.

همچنین مصاحبه‌های سازمانی از میان عوامل مؤثر در بروز خشم سازمانی، عواملی را مربوط به ماهیت و نوع کار شان دانستند، استرس ناشی از حساسیت و دقت بالای موردیزی و برای انجام کار، بالا بودن حجم کار و ساخت کار زیاد، از سویی مصاحبه‌های مطرع شد.

در ادامه بیان‌های تحقیق مشخص شد که پیامدهای ناشی از خشم را می‌توان در دو دسته بیان‌های شخصی و بیان‌های سازمانی طبقه‌بندی کرد. بیان‌های شخصی شامل ادامه تنش بعد از وضع مشتری (فکر کردن به مسئله) است. همچنین عصبانی شدن در خانه و تأثیر خشم سازمانی در روابط خانوادگی از سوی مصاحبه‌های مطرع شد. بیماری به دلیل استرس و خشم کار نیز به عنوان بیان‌های ناشی از خشم سازمانی مطرح شد و اغلب مصاحبه‌های ساده در پیکره‌های مصرفی داشته، اشکال درد. کم‌شناسی آستانه تحلیل کارکنان به جهت تداوم و تکرار بروز خشم در سازمان، ازجمله بیان‌های شخصی بود که در روابط اجتماعی کارکنان تأثیر به‌سزایی دارد. بیان‌های سازمانی نیز شامل ازدست دادن نتایج مالی است که درنی‌جه نارضایتی مشتریان و بعضی ازدست دادن مشتری به جهت بروز خشم در سازمان است. کاهش بازدهی کارکنان و سازمان به جهت نشانه‌های بروز خشم در سازمان نیز از جمله مؤثرات مهم بود که مطرح شد و کاهش بوده ویژه در شعب نیز از جمله بیان‌های سازمانی خشم سازمانی در پژوهش حاضر مطرح شده است.

136
در ادامه تحقیق، راهکارهای تحت توجه و محققان با خشمش مورد نظر تحقیق، بود که این راهکارها شامل آموزش کارکنان، حل مسئله آزمایشگاهی و راهکار قانونی اداری و راهکار سازمانی مطرح شدند. آموزش کارکنان به عنوان یکی از راهکارهای کنترل و محققان با خشمش نظرش. در پژوهش حاضر مصاحبه‌سنجش گان مطرح کردن که سازمان‌های آموزش‌های را پیش از از خدمت برگزار می‌کند که باعث آشنا شدن با سازمان، قوانین و مقررات و رفتار سازمانی می‌شود و در کاهش تنش ها مؤثر است. همچنین مصاحبه شدن گان مطرح کردنده که در صورت بروز تنش و خشم در سازمان برای حل مسئله به مقام موفق خود مراجعه می‌کند و مقدمات موفق اقدام به حل مسئله و جلب رضایت مشتریان می‌کند. یکی از راهکارهای قانونی و اداری که در پژوهش حاضر بررسی شده است، مراجعه به واحد بازاری با توسط مشتریان است که در این صورت مسئله از طریق واحد مذکور با توجه به روند اداری و سیاست‌های سازمان حلال می‌شود و همچنین کاهش حجم کارکنانی که دچار خشم در سازمان شده و همکاری کارکنان شعب در کاهش خشم، به عنوان راهکار اداری مطرح شد. از جمله راهکارهای سازمانی و ساختاری که منجر به کنترل و کاهش خشم در سازمان می‌شود، حضور فردی به عنوان کمک‌کننده به همراهی در زمان‌های هست که حجم کار بالا است و تعداد مراجعات زیاد می‌باشد؛ شخص کمکی، وظیفه و راهنمای مراجعه‌کننده که دادن فرم‌های مورد نیاز به آنها را بر عهده گیرد تا از حجم کاری سایر کارکنان کم شود و به جلب رضایت مشتریان منجر شود. راهکار سازمانی گیربکسی که توسط مصاحبه شدن گان مطرح شد، تشکیل اทานهای فکری است که می‌تواند زمینه‌ای برای ارائه پیشنهادها در کاهش عوامل برز خشم شود. بهبود درد و درمان و همچنین امکانات و رفاهی که نتایج انگیزه‌ای است که باعث می‌شود کارکنان با شرایط و حس‌سنجش‌های کاری خود کارآمد و این کار در کاهش تنش‌های ناشی از خشم در سازمان مؤثر است. روش‌های مختلفی که در سازمان به شکل منجر می‌شود و تلاش برای حل عوامل اصلی از سوی سازمان، نقش بسزایی در کاهش خشم در سازمان دارد.

در انتهای پایه‌های تحقیق نیز جهق عاملی: جنسیت، تجربه، نوع مشتری بان و آموزش به عنوان عوامل تأثیرگذار کننده توسط مصاحبه شدن گان مطرح شد. جنسیت افراد نقش بسزایی در نوع برخورد آنها با مسائل دارد؛ در این پژوهش نیز جنسیت به عنوان یک عامل تأثیرگذار کننده مورد توجه
قرار گرفت. اغلب مصاحبه شونده گان اظهار کرده‌اند که با افزایش سابقه کار در سازمان میزان تنش‌های منفی یافته و بهتر توانسته‌اند خشم خود را در سازمان مدیریت كنند. بنابراین تجربه نیز به عنوان دیگر عامل تغییر کننده مطرح شد. سطح فرهنگی و اجتماعی مراجعه کنندگان با عنوان "نوع مشتریان" دیگر عامل تغییر کننده این پژوهش است و همچنین در آخر آموزش رفتن سازمانی و نحیه مدیریت خشم در سازمان به عنوان عامل تغییر کننده مورد بررسی قرار گرفت.


