



Identification of psychological behavioral indicators of sense of humor in leadership within the Iran tobacco company

Mohammad Rasol Mahdavi¹, Rouhollah Alikhan Gorgani², Farzin Farahbod³

1. Ph.D Candidate in Public Management with a Focus on Organizational Behavior, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. E-mail: mahdavi.phd2022@gmail.com
2. Assistant Professor, Department of Public Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. E-mail: gorganiphd86@gmail.com
3. Assistant Professor, Department of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. E-mail: farzinfarahbod@yahoo.com

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article history:
Received 23 September 2023
Received in revised form 23 October 2023
Accepted 24 November 2023
Published Online 22 July 2024

Keywords:
psychological behavior,
sense of humor,
leadership,
sense of humor in
leadership,
Iran tobacco company

ABSTRACT

Background: Sense of humor is one of the most fundamental behavioral indicators that is examined in relation to successful leaders and managers in organizations. This indicator has also been used in Iran Tobacco Company to identify and evaluate the behavior of leaders, using psychological indicators to identify and evaluate the characteristics of leaders. This evaluation demonstrates the effective impact on improving performance and the success of the organization

Aims: The objective of this research was to identify the psychological behavioral indicators of sense of humor in leadership within the Iran Tobacco Company.

Methods: The present study aimed to identify the factors influencing the application of psychological sense of humor in leadership within the Iran Tobacco Company and identify the key factors that play a fundamental role in implementing a certain type of sense of humor in leadership in this company. In the first step, to understand the nature of the formation of the concept, extract themes, concepts, and relationships among them, and develop a conceptual model in this area, an interpretive phenomenological approach and a semi-structured interview tool were utilized with 12 experts. In the second step, in order to generalize the results and analyze them, the data were collected in the form of a questionnaire and administered to 361 employees, and then analyzed using SPSS and SMART PLS4 software.

Results: By confirming the structural model of the study, it was found that the formation of the concept of psychological behavioral indicators of sense of humor in leadership within the Iran Tobacco Company consists of 6 components and 16 related concepts. Throughout the examined relationships, the conceptual model of the research has been implemented. The results of the study show that the influence between the components in the quantitative study was significant and appropriate.

Conclusion: It can be concluded that the Iran Tobacco Company needs leaders who possess creativity, innovation, and the ability to be flexible and adapt to environmental changes. These leaders should have high self-confidence and the ability to establish effective communication and collaboration with employees. These factors can have a significant impact on improving company performance and success and serve as a key driver of change and advancement within the organization. Considering the importance of the tobacco industry in Iran, the influence of leaders' sense of humor can guarantee the improvement of company performance and success.

Citation: Mahdavi, M.R., Alikhan Gorgani, R., & Farahbod, F. (2024). Identification of psychological behavioral indicators of sense of humor in leadership within the Iran tobacco company. *Journal of Psychological Science*, 23(137), 1263-1283. [10.52547/JPS.23.137.1263](https://doi.org/10.52547/JPS.23.137.1263)

Journal of Psychological Science, Vol. 23, No. 137, 2024

© The Author(s). DOI: [10.52547/JPS.23.137.1263](https://doi.org/10.52547/JPS.23.137.1263)



✉ **Corresponding Author:** Rouhollah Alikhan Gorgani, Assistant Professor, Department of Public Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

E-mail: gorganiphd86@gmail.com, Tel: (+98) 9112827723

Extended Abstract

Introduction

In today's complex and ever-changing world, traditional leadership styles and methods are not sufficient for managing organizations. Modern leaders understand that change is the only constant in the present era, and therefore, they need new approaches and skills for effective leadership in the face of continuous change. Many leaders believe that the strength of organizations lies in outdated and obsolete beliefs, and traditional management and leadership skills are not capable of solving new organizational problems. Nowadays, individuals are confronted with circumstances in their daily lives that may cause them to lose control over their behavior and emotions. Therefore, various methods and styles are used to escape from these conditions, with a sense of humor being one of the most important and effective ones. For this reason, alongside the advancement of research in the field of organizational behavior, many researchers are focusing on studying the role of sense of humor in organizational social activities. It should be noted that sense of humor is a factor that creates a positive mood and individuals utilize it to facilitate their communication. Especially in modern organizations, diversity in leadership styles turns it into a suitable goal for humor. Although leadership provides a rich source for humor, humor in leadership has historically been considered a serious and risky action and requires conscious and intelligent behavior. Furthermore, when humor in leadership is used inappropriately, it can have a significantly negative impact on a leader's image and credibility. For this reason, intelligent humor plays an important role in creating positive relationships between leaders and followers, while negative humor leads to negative consequences. Therefore, humor encompasses valuable communication functions that leaders can use to enhance their leadership style and increase their productivity. Thus, there is no consensus on the future and consequences of humor in leadership or how humor functions as a leadership trait or management behavior, and it needs to be examined.

Method

In the first stage of this research, a phenomenological approach is employed, requiring data to be collected from individuals who have experienced the phenomenon under investigation. Therefore, participants must be selected in a manner that ensures they have indeed experienced the phenomenon in question and possess quality information. Consequently, in this phase of the research, the sampling method is non-probabilistic with a multi-strategy approach (intensity and snowball sampling). In this way, individuals selected are those who have the most extensive experience in the type of communication among humorous managers. To further the study using the snowball sampling strategy, subsequent participants are chosen. It should be noted that in case the researcher wishes to understand specific group experiences, the samples will be homogeneous, and there is no predetermined number for the participants in unreasoned interviews in the interpretive phenomenological method. This number generally varies between 6 to 12 individuals. The interview process with new individuals will cease once the collected data has reached theoretical saturation. In the context of the current research, theoretical saturation was achieved after conducting 12 interviews. Phenomenological interviews are typically in-depth and semi-structured to allow participants, without any imposed constraints, to provide comprehensive and holistic explanations about the phenomenon. The aim of this type of interview is to enable the interviewee to freely express their opinions about various content areas that have been induced with a relatively limited number of general questions, thereby leaving room for responses beyond what the researcher has explicitly anticipated in the analytical model's structure. Consequently, the questions posed in these interviews are of an "open" nature and do not elicit predefined responses or presuppose any specific relationships between them. Therefore, the questions posed are of an "open" nature, neither eliciting predetermined responses nor presupposing any relationships between them. It is essential in the interview process to adhere to using audio recording and also taking notes on specific facial expressions and body

movements relevant to the interviewees. In the present study, participants also respond to inquiries regarding the components and psychological indicators of charismatic leadership in the Iranian Tobacco Company. What are the influential factors in the implementation of charismatic leadership psychology in the Iranian Tobacco Company, and how are these factors categorized?

In this second phase of the research, a questionnaire consisting of 48 items was developed to investigate the hypotheses and conceptual model derived from the previous phase (phenomenological study). This questionnaire was administered to the participants. The measurement scale utilized in this questionnaire is Likert, where each item encompasses a five-point value ranging from "completely agree," "agree," "neutral," "disagree," to "completely disagree." The values for each item range from 1 to 5. Considering that the population of employees in the Iranian Tobacco Company was 6,000 in the second phase of this research, the research population was determined to be 361 individuals using the limited population formula. It should be noted that some questionnaires may be incomplete or not suitable for analysis, so a total of 361 questionnaires were prepared and distributed in person.

Results

The population of this research in the qualitative section, for the initial research model, includes 12 experts and psychologists in leadership and charismatic leadership. In this regard, the researcher conducted interviews with 12 professors and specialized managers in organizational leadership during a study period at the Iranian Tobacco Company. The table below displays each member of the population based on their academic rank.

Table 1. Research Levels

Academic Rank	Frequency	Percentage
Assistant Professor	5	46.67
Managers of the Iranian Tobacco Company	7	58.33
Total	12	100

Based on the results obtained from the interviews, Table 2 represents the themes and variables extracted from the first step of the phenomenological study,

which includes 52 indicators, 16 concepts, and 6 categories.

Then, the quantitative data analysis of the questionnaire was performed using Smart PLS 3 software to examine the significance of relationships between the considered variables and the proposed structural equation. The ability of each item to measure the intended dimension and component was assessed. Based on the results obtained, the reliability of the measurement model, including composite reliability and Cronbach's alpha, for the used indicators, is found to be at an acceptable level, with all indicators exceeding 0.70. Therefore, the necessary correlation between the model's constructs and the relevant indicators is high, indicating adequate internal reliability of the model. Another criterion for examining the reliability of a measurement model is factor loadings. Factor loadings are calculated by measuring the correlation between the indicators of a construct, and this value should be equal to or greater than 0.40. Based on the results obtained from Table 4, all factor loadings for the corresponding indicators have a necessary and suitable level. Therefore, the indicators related to the 6 constructs are appropriate for the model, and the reliability of all 6 measured models is acceptable.

The Goodness of Fit (GOF) index in PLS models is a measure for assessing the overall fit of the model, ranging from zero to one. Values close to one indicate a good quality model. This index examines the ability of the model to predict the latent variables within the model. The GOF index is used to evaluate the overall fit of the model. A GOF value of 0.1 indicates a poor fit, a value of 0.25 indicates an average fit, and a value of 0.36 is considered large for assessing the validity of PLS models.

Table 2. Path Coefficients and Significance for Final Variables

Path	Path Coefficients	Significance Level
Humor -> Innovative Leadership	0.085	5.446
Leadership -> Innovative Leadership	0.922	67.470
Innovative Leadership -> Humorous Leadership	0.746	19.010
Humorous Leadership -> Transformational Leadership	0.990	636.832
Transformational Leadership -> Outcome	0.274	2.646
Humorous Leadership -> Outcome	0.269	2.581
Humor -> Situational Leadership -> Outcome	0.808	2.302

Conclusion

Psychological influences on humorous leadership in the Iranian tobacco company can lead to important outcomes, where leaders with a sense of humor can encourage team members to actively participate and exert more effort. This influence can increase team members' commitment and motivation, leading to increased participation in organizational goals and activities. The factors of humor create a conducive environment for creating a positive work environment, where a positive organizational culture, healthy and constructive communication, collaboration, and mutual respect are fostered. These effects can result in increased job satisfaction, reduced stress, and the creation of cohesion within the organization. Humorous leaders can support team members in developing their talents and abilities, providing opportunities for growth and learning, and focusing on their professional and personal development. These effects can lead to increased capabilities and better performance of team members and provide them with opportunities to present new ideas, thus enhancing creativity and innovation within the organization. Leaders with a sense of humor can improve team relationships and facilitate effective collaboration. They can encourage constructive interactions among team members by creating a trusting and effective communication environment, leading to increased cohesion and collaboration within the organization.

Positive results of innovative leadership, humorous leadership, and transformational leadership can have multiple effects on outcomes and organizational performance. Innovative leadership, humorous leadership, and transformational leadership typically lead to increased employee engagement and commitment. By creating a collaborative work environment and encouraging employees to contribute their ideas and opinions, leaders instill

trust in employees and motivate them to participate in organizational decision-making and its implementation. This participation and commitment of employees lead to improved organizational performance, reduced turnover rates, and increased job satisfaction. By creating an environment that supports creative thinking and ideas, and viewing mistakes as opportunities for learning, leaders encourage individuals to generate and present innovative solutions. This culture of innovation and creativity can help improve processes, enhance product and service quality, and achieve a competitive advantage in the market.

Considering the needs of the business environment and changes in the market, leaders initiate transformations that enable the organization to adapt to these changes and successfully implement them. These changes can include modifications in processes, organizational structure, organizational culture, and strategies. Alongside humorous leadership and the role of psychological factors in determining it, studies have shown that leaders with a high sense of humor in companies possess the ability to establish effective communication with subordinates and colleagues, and they are capable of motivating their teams.

They often possess high motivation and energy to achieve company goals. Additionally, leaders with a high sense of humor have the ability to respond to rapid changes and can guide the organization towards development and growth. A personality that is highly self-aware has the ability to examine and analyze oneself and its impacts on others. This trait helps leaders to pay attention to themselves and others with precision and improve empathy and collaboration skills. Individuals with high emotional intelligence have the ability to understand and manage their own and others' emotions. This skill assists leaders in

effectively connecting with their team members and improving company issues.

Considering these points, the sense of humor of leaders in the Iranian Tobacco Company can guarantee improved performance and success for the company. Psychological factors include self-confidence, social interaction, and adaptability. Individuals with high self-confidence can easily make better decisions and perform better in difficult situations. Strong social interaction also helps leaders to collaborate effectively with their team members and establish effective communication. Additionally, individuals with high adaptability can effectively deal with changes and challenging situations and strive to achieve organizational goals.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This article is derived from the doctoral thesis of the first author in the field of public management with an organizational behavior orientation at the Faculty of Management Accounting, Islamic Azad University, Rasht Branch. In order to maintain the observance of ethical principles in this research, efforts were made to collect information after obtaining the participants' consent. Additionally, participants were assured about the confidentiality of personal information and the presentation of results without revealing their names or personal details.

Funding: This study was conducted as a PhD thesis with no financial support.

Authors' contribution: The first author was the senior author, the second were the supervisors and the third was the advisors.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest for this study.

Acknowledgments: The researchers would like to express their gratitude and appreciation to the advisors and consultants who participated in this study.



شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران

محمد رسول مهدوی^۱، روح‌الله علیخان گرگانی^۲، فرزین فرحبد^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۲. استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

چکیده

مشخصات مقاله

زمینه: شوخ‌طبعی رهبری یکی از اصولی‌ترین شاخص‌های رفتاری است که در رابطه با رهبران و مدیران موفق در سازمان‌ها بررسی می‌شود. در شرکت دخانیات ایران نیز این شاخص برای شناسایی و ارزیابی رفتار رهبران مورد استفاده قرار گرفته است، که با استفاده از شاخص‌های روانشناختی، می‌تواند ویژگی رهبران را شناسایی و ارزیابی نماید، این ارزیابی نشان از تأثیر مؤثر بهبود عملکرد و موفقیت سازمان می‌باشد.

هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران بوده است. **روش:** پژوهش حاضر در پی یافتن عوامل مؤثر بر بکارگیری روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران است و شناسایی عواملی است که نقش اساسی در اجرای نوعی شوخ‌طبعی رهبری در این شرکت دارند. در گام اول برای دستیابی به ماهیت شکل‌گیری مفهوم، استخراج مضامین، مقوله‌ها و روابط بین آن و دستیابی به مدلی مفهومی در این حوزه از روش پدیدارشناسی تفسیری و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگان بهره گرفته شد، و در گام دوم نیز، به منظور تعمیم نتایج و تجزیه و تحلیل آن‌ها، داده‌ها در قالب ابزار پرسشنامه در اختیار ۳۶۱ نفر از کارکنان قرار داده شده و مورد نظرسنجی قرار گرفت و در ادامه به کمک نرم‌افزارهای اسپ‌اس‌اس، اسمارت پی‌ال‌اس ۴ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: با تأیید مدل ساختاری پژوهش، این نتیجه حاصل شد که شکل‌گیری مفهوم شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران شامل ۶ مؤلفه و ۱۶ مفهوم وابسته است. در طی روابط بررسی شده، مدل مفهومی تحقیق پیاده‌سازی شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تأثیرگذاری بین مؤلفه‌ها در مطالعه کمی، از میزان لازم و مناسبی برخوردار بوده است.

نتیجه‌گیری: می‌توان نتیجه گرفت که شرکت دخانیات ایران نیاز به رهبرانی دارد که دارای خلاقیت و نوآوری و قادر به انعطاف‌پذیری و تطبیق با تغییرات محیطی است. رهبران باید اعتماد به نفس بالایی را به همراه داشته و توانایی برقراری ارتباطات مؤثر و همراهی با کارکنان را داشته باشند. این عوامل می‌توانند در بهبود عملکرد و موفقیت شرکت تأثیرگذار بوده و به عنوان یک عامل اصلی تغییر و ارتقاء در سازمان عمل نمایند با توجه به اهمیت صنعت دخانیات در ایران، تأثیرگذاری شوخ‌طبعی رهبران می‌تواند بهبود عملکرد و موفقیت شرکت را تضمین نماید.

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخچه مقاله:

دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۱

بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۰۱

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۰۳

انتشار برخط: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱

کلیدواژه‌ها:

رفتار روانشناختی،

شوخ‌طبعی،

رهبری،

شوخ‌طبعی رهبری،

شرکت دخانیات ایران

استاد: مهدوی، محمد رسول؛ علیخان گرگانی، روح‌الله؛ و فرحبد، فرزین (۱۴۰۳). شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران. مجله علوم روانشناختی، دوره ۲۳، شماره ۱۳۷، ۱۲۶۳-۱۲۸۳.

مجله علوم روانشناختی، دوره ۲۳، شماره ۱۳۷، ۱۴۰۳. DOI: [10.52547/JPS.23.137.1263](https://doi.org/10.52547/JPS.23.137.1263)



© نویسنده‌گان

✉ نویسنده مسئول: روح‌الله علیخان گرگانی، استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران. رایانامه: gorganiphd86@gmail.com

تلفن: ۰۹۱۱۲۸۲۷۷۲۳

مقدمه

شوخ‌طبعی رهبری به عنوان یک استراتژی رهبری مؤثر در محیط کسب و کار، به توانایی رهبران برای ایجاد یک فضای خلاق در سازمان می‌انجامد. در شرکت دخانیات ایران که یکی از بزرگترین شرکت‌های تولید و پخش محصولات دخانی در ایران است، رهبران شوخ طبع می‌توانند نقش بسیار مهمی در تحقق اهداف شرکت و موفقیت آن داشته باشند. رفتارهای روانشناختی در شوخ‌طبعی رهبری می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی در تحقق اهداف سازمان و ایجاد فضایی خلاق و نوآورانه در محیط کار نقش بسیار مؤثری ایفا نماید (اکسیو و همکاران، ۲۰۲۳)، این رفتارها شامل خصوصیات هستند که به رهبران کمک می‌کنند تا به عنوان یک عامل پویا و خلاق در سازمان عمل نمایند، با توجه به حساسیت و ویژگی‌های صنعت دخانیات، رهبران شوخ طبع در شرکت دخانیات ایران باید به خصوصیات خاص این صنعت توجه و با استفاده از رفتارهای روانشناختی مرتبط، بتوانند به راهبری مؤثری در این صنعت بپردازند. خلاقیت و نوآوری می‌تواند به رهبران این شرکت کمک نماید تا راه‌حل‌های برای مقابله با چالش‌های موجود در صنعت دخانیات پیدا نمایند. که این روحیه بالا و انگیزش قوی نیز برای رهبران شوخ طبع در شرکت بسیار اهمیت دارد و می‌تواند به رهبران کمک نماید تا انرژی و انگیزه بالایی به تیم‌های خود منتقل نمایند و آن‌ها را به سمت تحقق اهداف شرکت هدایت نمایند (لیون دل باروکو و همکاران، ۲۰۱۹).

علاوه بر این، رهبران شوخ طبع در شرکت دخانیات ایران باید توانایی برقراری ارتباطات مؤثر و قدرت کلامی بالایی داشته باشند که این ارتباطات مؤثر می‌تواند به رهبران کمک نماید تا با اعضای تیم خود در ارتباط مستقیم باشند و ایده‌ها و نظرات را به اشتراک بگذارند. از سوی دیگر، انعطاف‌پذیری نیز برای رهبران شوخ طبع در شرکت دخانیات ایران بسیار اهمیت دارد. به دلیل تغییرات سریع در این صنعت و نیاز به سازگاری با تغییرات بازار، رهبران باید توانایی انعطاف‌پذیری را داشته باشند و بتوانند به سرعت واکنش نشان دهند. در این مقاله، به بررسی و توضیح رفتارهای روانشناختی شوخ طبعی در رهبری در شرکت دخانیات ایران خواهیم پرداخت و نقش آن‌ها در تحقق اهداف سازمان و ایجاد فضای روانشناختی نوآورانه در رفتار رهبران را بررسی خواهیم کرد. با توجه به اهمیت این موضوع، این مقاله به رهبران و مدیران این شرکت کمک می‌نماید تا

بهترین استراتژی رفتاری را در شرکت داشته باشند (جانسیکا سیلواو ریولوپوس، ۲۰۲۰).

با توسعه سریع و اطلاع‌رسانی درجهان، سازمان‌ها با محیط رقابتی تر و مدیریتی پیچیده تر روبرو هستند، که به عنوان یک نقش مدیریتی مهم، رهبران مسئولیت بزرگی را در بقا و توسعه شرکت‌ها به ویژه در مواجهه با سونامی مالی و سایر بحران‌هایی که سیستم اقتصادی جهانی را فرا می‌گیرد بر عهده دارند (اکسیو، ۲۰۲۰). در یک محیط پویا، پیچیده و مبهم؛ بسیاری از سازمان‌ها در حال تمرکز زدایی هستند و شروع به تعریف مجدد نقش کاری کارکنان براساس نوع رفتار رهبری مدیران می‌کنند. در شرایطی که نوع رهبری به طور فزاینده و پویا در حال تغییر است، سازمان‌ها نه تنها از کارکنان خود می‌خواهند تا وظایف خود را به نحو احسن انجام دهند بلکه از آن‌ها انتظار دارند به چالش‌های موجود در جهت نوع رهبری و رفتار پیشگیرانه توجه نمایند (ژنگ و همکاران، ۲۰۲۰). تئوری گسترده رهبری در سه دهه گذشته بر ادبیات رهبری محل کار تسلط داشته است، این نظریه رهبر محور سرپرستان را در سازمان به عنوان بازیگرانی صاحب قدرت می‌بیند که می‌توانند بر نتایج گروهی و سازمانی تأثیر گذارند و نتایج مطلوبی را در کار با زیردستان ایجاد نمایند و نمایشی از رفتارهای رهبری را در سلسله مراتب سازمانی تحت تأثیر خود قرار دهد (کانات-مایمون و همکاران، ۲۰۲۰). در این میان، عوامل تعیین کننده برای توسعه رهبری زمینه‌ای را در جهت تصمیمات افراد برای عمل کردن به عنوان رهبر بر رفتار کارکنان داشته است، که بتوانند انگیزه‌ای را برای افراد ایجاد نمایند تا رهبری مطلوبی صورت گیرد (آربانو و همکاران، ۲۰۲۱). در هر فعالیت سازمانی، رهبران مسئول عملکرد و رفاه کارکنان خود هستند و شیوه‌های تعامل رهبران با کارکنان ممکن است در طول فعالیت روزمره متفاوت می‌باشد (کیلمانی و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به نوع فعالیت‌های رهبران، سازمان‌های امروزی در محیطی فعالیت می‌کنند که بسیار پیچیده و پویا است و تغییرات سریع و غیرقابل پیش‌بینی در محیط آن‌ها به وقوع می‌پیوندد. به واسطه این تغییرات، سازمان‌ها به سمت فعالیت‌ها و پویایی پیش‌می‌روند که به اهمیت نیروی انسانی متعهد و برانگیخته خود به عنوان مهمترین مزیت رقابتی خود بیش از پیش واقف می‌شوند. در نتیجه، به دنبال ایجاد محیط‌های کاری هستند که با تنوع، شادی و ارتقا، انگیزش لازم را در کارکنان ایجاد نمایند. (ماهدیوان، ۲۰۱۳ و علامه و همکاران، ۱۳۹۳)

افزایش کیفیت آن در ارائه بهینه خدمات به جوامع در درجه اول مستلزم آن است که به مدیریت سازمان توجه کرده و شیوهی رهبری آن‌ها را محک‌زده و پس از شناخت عوامل قوت و ضعف آن، روش‌های متناسب مدیریت در سازمان را که با میزان فرهنگ، بلوغ روانی و استعداد کارکنان سازمان همخوانی دارد را شناسایی نموده تا نیاز به مدیریت و رهبری در همه زمینه‌های فعالیت اجتماعی محسوس و حیاتی باشد. با توجه به مطالب مطرح شده رهبران کمیاب‌ترین و همچنین با ارزش‌ترین سرمایه‌های سازمان و عوامل اصلی و تعیین‌کننده جامعه هستند که نقش بنیادی و حیاتی در رشد و شکوفایی آن دارند.

رهبران شایسته و آگاه، توانایی آن را دارند که با بهره‌گیری از توانایی‌های درونی، دانش کارشناسی و تجربه‌های شغلی، هدف‌های سازمان را با بکارگیری کمترین منابع به گونه‌ای برتر تحقق بخشند و اثربخشی و کارایی سازمان را بالا ببرند. در واقع اهمیت و نقش رهبر از آنجا مشخص می‌گردد که سازمان‌ها همانند سازمان‌های صنعتی و تولیدی می‌توانند بر مشکلات و موانع فائق آیند و نیازهای خود را برآورده سازند، که نیروی انسانی آن‌ها با هم هماهنگ و در جهت تأمین اهداف کلی سیستم گام بردارند و قدر مسلم است که چنین هماهنگی و همکاری زمانی حاصل می‌آید که مهم‌ترین وظیفه و عنصر مدیریت یعنی رهبری بهبود و توسعه یابد. در حقیقت رهبری یکی از مهم‌ترین نقش‌های مدیر است، رهبری علم و هنر علاقه‌مند کردن دیگران به تحقق یک هدف و آرمان بوده و لازم است که در رابطه با هدف خویش بتواند برنامه‌ریزی کند، نیازها را تخمین زند، نظام بوجود آورد و برنامه‌ها را به اجرا بگذارد. رهبران خوب با روش‌های متنوع به کارکنان انگیزه می‌دهند و از طریق توجه به نیازهای افراد احساس توانایی در فرد جهت انطباق با شرایط جدید را بوجود می‌آورند. فشارهای کاری در سازمان صنعتی باعث ایجاد مشکلات جسمی و روانی بر سلامت فردی افراد شده است که این عوامل باعث ایجاد افسردگی و اضطراب بر کارکنان سازمان شده است. این فشارها باعث بروز احساسات منفی در ارتباطات سازمانی می‌شود که عملکرد ضعیف‌تر را در سازمان را می‌تواند به همراه داشته باشد، شوخ‌طبعی در سازمان‌های صنعتی نقش مهمی را می‌تواند در تنظیم جو و شرایط حاکم در سازمان‌ها داشته باشد.

در سازمان‌های صنعتی و تولیدی نوع رفتار رهبران به عنوان یک عامل تأثیر گذار می‌باشد، که اثرات احساسات و رفتار کارکنان می‌تواند به عنوان یک

رهبری یک تلاشی برای گسترش عدالت، نشان دادن احترام به ویژگی‌های شخصیتی کارکنان است که از توانایی‌ها، صداقت، قابلیت اطمینان، اعتماد، صمیمیت، روابط متقابل و تصمیم‌گیری دموکراتیک حمایت می‌نماید (شین، ۲۰۱۲). با توجه به عوامل بیان شده، رهبران سازمان نقش عمده‌ای را در ایجاد رهنمودها در کارکنان ایجاد می‌نمایند که به رفتارهای رهبری اخلاقی و غیراخلاقی می‌تواند تبدیل شود (دهقانان و همکاران، ۱۳۹۵). این رفتارها می‌تواند در شرایط مختلف، محوریت نوع رفتار با کارکنان را تغییر دهد که با توجه به نوع مهارت افراد و مدیران می‌تواند خوب و یا بد باشد این نوع رفتار با توجه به اختیارات افراد در کار اعمال می‌شود (رحیهمان و همکاران، ۲۰۲۰). امروزه لزوم داشتن یک رهبری خوش خلق یکی از ضرورت‌های اصلی برای انجام فعالیت‌های بسیاری از سازمان‌های امروزی است، که می‌کوشد تا با ایجاد انگیزه و ارتباطی مؤثر انجام سایر وظایف خود را در تحقق اهداف سازمانی تسهیل، و کارکنان را از روی میل و علاقه به انجام وظایف‌شان ترغیب نماید (محمدی مقدم و عباس‌پور، ۱۳۹۴) این رفتارهای مثبت‌گرا در رهبری سازمان، ایجاد یک مدیریت با رویکرد جدید می‌باشد که با کاربرد مثبت‌گرایی می‌توان، توانمندی و ظرفیت‌های روانشناسی افراد را بهبود، و عملکرد در محیط را شناسایی نمود (بیوکاکایبر و سچایوفیلی، ۲۰۱۲). تقریباً همه سازمان‌ها با محیطی پویا که با تغییرات سریع تکنولوژیکی، چرخه کوتاه‌تر عمر محصول و جهانی شدن شناخته می‌شوند روبرو هستند (شاهبندرزاده و کریمی، ۱۳۹۵) جذابیت اولیه رفتارهای افراد بر خصوصیات شخصیتی و بدنی رهبران می‌باشد که با گذشت زمان رفتارها آنان می‌تواند بر روابط کیفیت مهارت‌ها و انگیزه به وجود آمده در افراد تغییر نماید. رفتارهای رهبری بر اساس ادراک و عوامل شخصیتی آنان می‌باشد که به دلیل اختلاف قدرت در رابطه با روابط رهبری، می‌توان ادعا نمود که رهبران نسبت به پیروانشان کنترل بیشتری را دارند، دو رفتار رهبری که بیشترین تأثیر را بر روی کارکنان نشان می‌دهد: اول رفتار پاداش مشروط در کارکنان و دیگری رهبری تحول‌گرا است. این رفتارها در کارکنان نشان می‌دهد که در صورت تحقق انتظارات رهبران، چگونه از آنان پاداش دریافت می‌کنند (دیولیاواهان و همکاران، ۲۰۱۱).

بنابراین هر سازمان بنا به اهدافی که بر مبنای آن تشکیل شده درصدد رفع نیاز و انجام خدمت برای کارکنان می‌باشد. لذا توجه به سازمان صنعتی و

روش

الف) طرح پژوهش و شرکت‌کنندگان: همانطور که اشاره شد این پژوهش در دو گام صورت می‌گیرد و از لحاظ اکتشافی-تبیینی است به این معنا که در گام اول رویکرد اکتشافی در ابتدا فرضیه خاص و دقیقی در اختیار ندارد و پس از انجام گام اول پژوهش و با تیکه بر مطالعات پیشین فرضیاتی را برای گام بعدی مطرح می‌کند و در گام دوم با رویکردی تبیینی به دنبال توصیف دقیق تر از پدیده و بررسی فرضیات مطرح شده در گام قبلی را در دستور کار خود قرار می‌دهد، این پژوهش همچنین از نظر ماهیت در گام اول بنیادی است چرا که به دنبال کشف روابط پدیده است و در گام دوم کاربردی است و به دنبال توسعه دانش و ارائه الگوهای کاربردی است. در گام اول پژوهش، از آنجایی که «روش پژوهش پدیدارشناسی تجارب زیسته‌ای مشارکت‌کنندگان در پژوهش را با هدف دستیابی به جوهره موضوع، مورد بررسی قرار می‌دهد» (بودلایی، ۱۳۹۵) روش پدیدارشناسی جهت دستیابی به مفهوم هویت تجربه رفتار مخاطبان شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران به کار گرفته شده است. پدیدارشناسی تفسیری، صرفاً فرآیندی توصیفی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه فرآیند تفسیری نیز می‌باشد که پژوهشگر طی آن به تفسیر معنای تجارب زیسته‌ای افراد می‌پردازد، چرا که انسان به عنوان موجودی مفسر تحت تأثیر بافتی که در آن قرار می‌گیرد، همواره تفسیر را با توصیف همراه می‌کند. به طور کلی می‌توان شش گام اصلی را برای اجرای روش پدیدارشناسی در نظر گرفت که برگرفته از روش پدیدارشناسی ون مانن است و به دلیل شفافیت و انسجام توسط پژوهشگران رشته‌های مختلف به کار گرفته می‌شود، گام‌ها مذکور به ترتیب عبارت‌اند از: روی آوردن به ماهیت تجربه رفتار، بررسی تجربه به همان شکل که زیسته شده است، تحلیل داده‌ها به کمک تعاملات پدیدارشناسی هرمنوتیکی، نگارش پدیدارشناسی هرمنوتیکی، حفظ ارتباط مستمر و قوی با پدیده، برقراری تعادلی در بافت با در نظر گرفتن هم زمان کلیت و اجزای آن (منصوریان، ۱۳۹۴).

همچنین در این پژوهش در گام دوم، برای بررسی فرضیات و مدل مفهومی حاصل از گام قبل، روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار بسته شده است، برای مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس ۴ استفاده شده است، در بررسی صورت گرفته شاخص‌های هر سازمان، با

عامل ضروری در برقراری ارتباط باشد. اگر رهبران سازمانی شوخ‌طبعی را از نوع آمیخته به خود شیرینی در نظر بگیرند می‌تواند شرایط خوشایندی را در سازمان ایجاد نمایند. درک شوخ‌طبعی می‌تواند با کارایی کارکنان مرتبط باشد و این عامل باعث افزایش کارایی سازمان می‌شود، رهبران در سازمان‌ها تولیدی با استفاده از سیاست‌هایی مدیریتی مناسب تلاش می‌کنند تا رفتارهای مثبت را در کارکنان خود ترویج دهند، زیرا رفتارهای شوخ‌طبعی مثبت و می‌تواند، منبع مهمی برای تقویت روحیه کارکنان باشد. رهبران سازمان می‌توانند با رفتارهای شوخ‌طبعانه سبب ایجاد احساسات مثبت در اعضای سازمان شوند و از طرفی وجود ویژگی شخصیتی شوخ‌طبعی در رفتار رهبران می‌تواند برای بهتر شدن فعالیت‌های رهبران کمک‌کننده باشد. استفاده از بهترین سبک رهبری یا مدیریت بر اساس ویژگی‌های شخصیتی منجر به افزایش اثربخشی و کارایی سازمان خواهد شد. برای تحقق اهداف سازمان، مدیران با توجه به شرایط مکانی، زمانی و همچنین خصوصیات اخلاقی خود سبک و شیوه خاصی را به کار می‌گیرند. با توجه به موارد بیان شده و مشکلات شرکت دخانیات ایران این نیاز احساس شده که ویژگی شخصیتی شوخ‌طبعی رهبران می‌تواند در میزان ارتباط بین کارکنان، مدیران و میزان فعالیت‌ها آنان اثر مثبت و منفی را داشته باشد، سؤال اصلی تحقیق: شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران چگونه می‌باشد؟

اهداف تحقیق

در این پژوهش هدف اصلی بدنبال تدوین ارائه مدلی جامع جهت استفاده از شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران می‌باشد تا گام مؤثری در جهت بهینه‌سازی فضای سازمانی و ارتباط با مدیران ارائه نماید

۱. شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران.

۲. شناسایی و سطح‌بندی عوامل مؤثر بر بکارگیری روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران.

۳. شناسایی مدل اقتضایی روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران.

دقت اندازه‌گیری می‌شود و مبنای مدل معادلات ساختاری، تأثیرات سازه‌ها بر یکدیگر مورد تحلیل قرار گرفته است.

ب) روش نمونه‌گیری و گردآوری داده‌ها

هر پژوهشگر برای مطالعه خود معیارهایی در نظر می‌گیرد، تا چنانچه آزمودنی معیار ورود به مطالعه را داشت وارد طرح شود، در این پژوهش نیز هر دو گام پژوهش معیارهایی برای ورود به طرح در نظر گرفته شده است، از آنجایی که شوخ‌طبعی رهبری توسط مدیران با کارکنان صورت می‌گیرد، فضای مورد مطالعه مدیران و کارکنان دخیانیت ایران است. همچنین در ابتدای نظر سنجی، از پاسخ‌دهندگان درخواست شد تا نظر خود را در مورد نوع شوخ‌طبعی رهبران را مشخص نمایند و به نوعی به آن‌ها نزدیک شوند، این معیار برای به دست آوردن واریانس کافی از متغیر استفاده شده است.

در گام اول پژوهش مبتنی بر روش پدیدارشناسی از آنجا که داده‌ها باید از افرادی که پدیده مدنظر را تجربه کرده‌اند گردآوری می‌شوند، بنابراین مشارکت کنندگان باید به گونه‌ای انتخاب شوند که حتماً پدیده مورد بررسی را تجربه کرده باشند، و همچنین اطلاعات با کیفیتی در اختیار داشته باشند، بنابراین در این گام از پژوهش، روش نمونه‌گیری، نمونه برداری غیراحتمالی با راهبرد چندگانه (شدت و گلوله برفی) است، بدین ترتیب که افرادی انتخاب شده‌اند، که بیشترین تجربه را در نوع ارتباط در مدیران شوخ طبع داشته‌اند، برای ادامه کار نیز با راهبرد گلوله برفی، مشارکت کنندگان بعدی انتخاب شده‌اند، باید توجه داشت اگر پژوهشگر بخواهد تجارب گروهی خاص را بداند، نمونه‌ها یکسان خواهد بود و تعداد مشخصی برای تعداد مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌های بدون دلیل در روش پدیدارشناسی تفسیری وجود ندارد و این تعداد عموماً بین ۶ تا ۱۲ نفر متغیر بوده است. فرآیند مصاحبه از نفرات جدید زمانی متوقف خواهد شد که داده‌های گردآوری شده به اشباع نظری رسیده و چیز جدیدی حاصل نشود (پروری، ۱۳۹۸). بر همین مبنا در پژوهش حاضر بعد از انجام ۱۲ مصاحبه به اشباع نظری دست یافته شد، مصاحبه پدیدارشناسی عموماً عمیق و نیمه ساختار یافته است تا مشارکت‌کننده، بدون هیچ محدودیتی که برای او ایجاد می‌شود، توضیحات کامل و همه‌جانبه‌ای را درباره پدیده ارائه دهد (کرسول، ۲۰۰۷). در این نوع مصاحبه هدف این است که مصاحبه‌شونده با آزادی

کامل نظراتش را درباره چند محتوایی که با تعداد اندکی پرسش نسبتاً کلی به او القا شده است بیان نماید تا جا برای پاسخ‌هایی جز آن‌هایی که پژوهشگر توانسته صریحاً در ساختار مدل تحلیلی اش پیش‌بینی کند، باز باشد. بنابراین پرسش‌هایی که مطرح می‌شوند از نوع «باز» هستند و نه پاسخ‌ها را القا می‌کنند و نه روابطی را که ممکن است میانشان وجود داشته باشد. نکته‌ای که در مصاحبه باید رعایت شود استفاده از ضبط صدا و هم‌چنین یادداشت کردن حالات چهره و حرکات بدنی خاص و مرتبط با مصاحبه‌شوندگان است (کیوی و کامپنهود، ۲۰۱۸). در پژوهش پیش‌رو نیز مشارکت کنندگان پاسخ می‌دهند که مؤلفه‌ها و شاخص‌های روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخیانیت ایران کدامند؟ عوامل مؤثر بر بکارگیری روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخیانیت ایران کدامند و سطح بندی این عوامل چگونه است؟

در این پژوهش برای گام دوم، برای بررسی فرضیات و مدل مفهومی از گام قبل (مطالعه پدیدارشناختی) پرسشنامه‌ای در ۴۸ گویه تدوین شد و در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت، مقیاس اندازه‌گیری مورد استفاده در این پرسشنامه، لیکرت است که هر گویه پنج درجه‌ای ارزشی کاملاً موافق، موافق، متوسط، مخالف و کاملاً مخالف را در بر می‌گیرد و ارزش‌های هر گویه بین ۱-۵ متغیر است، از آنجایی که جامعه آماری در گام دوم این پژوهش تعداد افراد شاغل در شرکت دخیانیت ایران برابر ۶۰۰۰ نفر بود که جامعه تحقیق با بهره‌گیری از فرمول جامعه محدود کوکران ۳۶۱ نفر تعیین شد، با در نظر گرفتن این نکته که ممکن است، تعدادی از پرسشنامه‌ها، ناقص و قابل تجزیه و تحلیل نباشد، تعداد ۳۶۱ پرسشنامه تهیه و به صورت حضوری، توزیع شد.

یافته‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده گام اول پژوهش که حاصل از به‌کارگیری روش پدیدارشناسی و انجام مصاحبه‌های عمقی با مشارکت کنندگان هستند، پژوهشگران مصاحبه‌های ضبط شده را به متن نوشتاری برگردان کرده و مورد تحلیل قرار داده‌اند، پالایش براساس داده‌ها براساس الگوی پیشنهادی کرسول که در جدول ۱ به آن اشاره شده صورت گرفته است.

جدول ۱. الگوی کدگذاری یک مطالعه پدیدارشناسی (کوسول، ۲۰۰۷)

جوهر و ماهیت پدیده			
اپوخه	گزاره‌های معنادار و مهم	واحد‌های معنی (تم)	توصیفات معنی (تم)
			توصیفات ساختاری

اساسی باید پژوهشگر اصلی علل اختلاف را پیدا کرده و سعی در برطرف کردن آن‌ها کند. بنابراین در این پژوهش متن مصاحبه، مضامین، مقوله‌ها و روابط استخراج شده هر شرکت‌کننده در اختیار او قرار گرفت تا میزان توافق یا عدم توافق خود را درباره نتایج در قالب چهار گزینه کاملاً موافقم/موافقم/تاحدودی موافقم/ اصلاً موافق نیستم اعلام دارند که در تمامی موارد گزینه‌های کاملاً موافقم و یا موافقم انتخاب شده است.

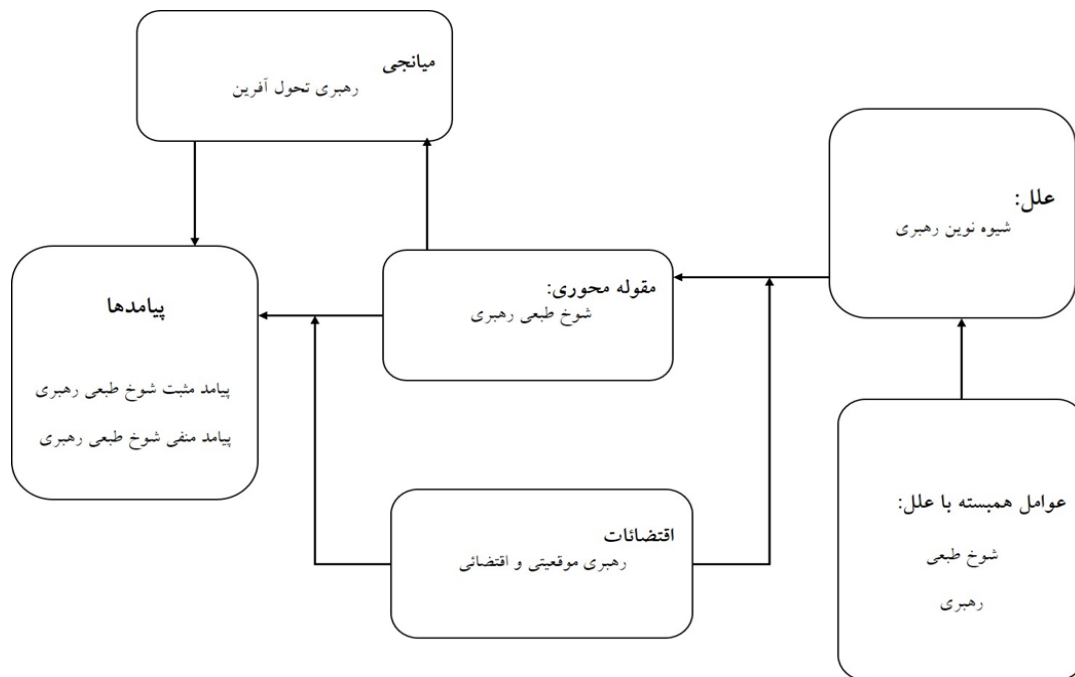
این پژوهش در گام دوم خود برآن شد تا یافته‌های حاصل از مطالعه پدیدارشناختی گام اول را در قالب ابزار پرسشنامه در اختیار جامعه آماری بزرگ‌تری از مشارکت‌کنندگان قرار دهد و به کمک تحلیل داده‌های حاصل از این ابزار روایی و پایایی مفاهیم و مدل ساختاری برداشت شده از گام اول را مورد تأیید قرار دهد، در واقع متغیرهای که در ادامه به صورت فرضیه مطرح می‌شوند، استنباط شده از مطالعه پدیدارشناسی تفسیری پژوهش با تیکه بر مطالعات نظری هستند، بدین ترتیب پرسشنامه مذکور در ۴۸ گویه بر اساس طیف لیکرت طراحی شده است، که ابعاد مؤلفه‌های روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در مطالعه کیفی پژوهش به آن دست یافته شده بود در اختیار جامعه آماری بزرگ‌تر قرار داده می‌شود، تا بدین واسطه روایی و پایایی داده‌های مطالعه کیفی پژوهش مورد تأیید قرار گیرد، جدول شماره ۲ بیانگر مضامین و مقوله‌های متغیرهای استخراج شده از گام اول پژوهش در طی مطالعه پدیدارشناسانه و گویه معادل آن‌ها در پرسشنامه است.

در نهایت براساس طبقه‌بندی‌های انجام گرفته به صورت شکل (۱) جمع بندی و ارائه می‌گردد.

هویت روانشناختی شخصیت شوخ‌طبعی رهبری به معنای داشتن یک شخصیت فعال، مهارت‌های اجتماعی بالا و توانایی‌های رهبری قوی است. معمولاً افراد با این نوع هویت دارای انرژی بالا، خلاق و شاد هستند. آن‌ها توانایی برقراری ارتباطات مؤثر با دیگران و تشویق برای بهبود و ارتقاء خود را دارند. همچنین، آن‌ها تصمیم‌گیری سریع و انعطاف‌پذیری بالا دارند و معمولاً در مواقع فشار و استرس به خوبی عمل می‌کنند. افراد با هویت روانشناختی، شوخ‌طبعی رهبری معمولاً به عنوان رهبران اجتماعی، هنری یا سازمانی خوب عمل می‌نمایند و در کسب و کارهای گروهی موفقیت بیشتری دارند. داده‌های کیفی حاصل از گام اول پژوهش مربوط به رهبری و شوخ‌طبعی که به کمک روش کیفی پدیدارشناسی تفسیری و به واسطه ی ابزار مصاحبه‌های بدون راهنمایی و نیمه ساختار یافته در طی مصاحبه عمقی با ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان و به کمک روش تحلیل پدیدارشناسی، استخراج و استنباط شده است. این معنا دو مضمون اصلی شوخ‌طبعی (شامل مفاهیم، فرهنگ سازمانی، تحول در شیوه مدیریت، ارتباطات، محیط کار) و رهبری (شامل مفاهیم، رهبری انگیزشی، هوش هیجانی، ویژگی‌های شخصیتی)، رهبری تحول‌آفرین (شامل مفاهیم، انگیزش، تعهد سازمانی، رضایت شغلی)، پیامد مثبت (شامل مفاهیم، تأثیرات روانشناختی، تأثیرات عملکرد سازمانی)، پیامد منفی (شامل مفاهیم، تأثیرات روانشناختی، تأثیرات عملکرد سازمانی)، رهبری موقعیتی و اقتضایی (اقتضائات بیرونی، اقتضائات درونی) احصا شد، در بحث روایی مطالعه پدیدارشناسانه آنچه اهمیت دو چندان دارد، روایی تفسیری است، روایی تفسیری میزانی است که دیدگاه‌ها، افکار، احساسات، مقاصد و تجارت افراد مورد مطالعه توسط پژوهشگر به درستی درک شده و در گزارش پژوهش منعکس شده اند، یکی از بهترین استراتژی‌ها برای تحقق روایی در پدیدارشناسی تفسیری، بازخورد مشارکت‌کننده است بدین صورت که او متن کدگذاری شده مصاحبه و گزارش یافته‌های پژوهش را دریافت کرده تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با کدهای استخراج شده و یافته‌های نهایی پژوهشگر ابزار کند، در نهایت نتایج حاصل از تحلیل‌های هر یک از بررسی‌کنندگان با یکدیگر مقایسه می‌شود و در صورت اختلاف

جدول ۲. مقوله‌ها، مفاهیم و شاخص‌های تحقیق

مقوله	مفاهیم	شاخص‌ها
شوخ‌طبعی	فرهنگ سازمانی	خلاقیت و نوآوری، فرهنگ محیط کار
	تحول در شیوه مدیریت	ایجاد فرصت و تسهیل تغییر، انعطاف پذیری
	ارتباطات	ایجاد فضای همکاری (تیم سازی و همکاری)، اشتراک دانش و اطلاعات.
رهبری	محیط کار	میزان ارتباط با محیط کار
	رهبری انگیزشی	پاسخگویی به نیازها، اعتماد، ارتباطات مؤثر
	هوش هیجانی	شناخت هیجانی، مدیریت هیجانی، ارتباطات مؤثر، انعطاف پذیری و تطبیق
رهبری تحول آفرین	ویژگی شخصیتی	پابندی، پشتکار، همکاری، خلاقیت، انعطاف پذیری
	انگیزش	انصاف و عدالت، تعادل کار و زندگی، امکانات شغلی
	تعهدسازمانی	هدف گذاری، اعتماد به خود، احساس کنترل، پیشرفت شغلی، تعاملات مثبت.
پیامد مثبت	رضایت شغلی	وابستگی، اعتبار سازمانی، پاداش و تقدیر، امکانات و منابع، حمایت سازمانی.
	تأثیرات روانشناختی	توانایی مدیریت استرس
	تأثیرات عملکردسازمانی	پیامدهای مثبت مکانیزم دفاعی
پیامد منفی	تأثیرات روانشناختی	ایجاد فرصت رشد و توسعه
	تأثیرات عملکردسازمانی	امنیت شغلی
	اقتضای بیرونی	عدم مدیریت استرس
رهبری موقعیتی و اقتضایی	اقتضای بیرونی	پیامدهای منفی مکانیزم دفاعی
	اقتضای درونی	عدم فرصت رشد و توسعه
	اقتضای بیرونی	عدم امنیت شغلی
تعدیل گر	اقتضای بیرونی	اقتصادی
	اقتضای درونی	سیاسی
	اقتضای بیرونی	رقابت صنعتی
		اعتقادات
		سابقه کاری
		جنسیت
		سن



شکل ۱. مدل اولیه طراحی و تبیین پیشایندها و پیامدهای شوخ‌طبعی رهبری شرکت دخانیات ایران

تحلیل داده‌های کمی حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس ۳ انجام گرفته تا معناداری روابط بین متغیرها در نظر گرفته شده و در معادله ساختاری مطرح شده و توانایی هر گویه در سنجش بُعد و مؤلفه‌ی مورد نظر سنجیده شود.

در این پژوهش روایی صوری و روایی عاملی به عنوان روشی برای تعیین اعتبار اندازه‌گیری، مورد استفاده قرار گرفته است، در این روش در رابطه میزان درستی و شفافیت سؤالات از تعدادی از صاحب‌نظران و پژوهشگران در زمینه پژوهش، از جمله اساتید راهنما و مشاور و دیگر اساتید مرتبط نظرخواهی به عمل آورده می‌شود، تا به این ترتیب اعتبار پرسشنامه مورد تأیید قرار گیرد، همچنین در پژوهش حاضر برای افزایش روایی، ابزارهای زیر مورد استفاده قرار گرفته است:

۱. استفاده از نظرات اساتید راهنما و مشاور و سایر اساتید مرتبط با موضوع.
۲. مطالعه مقالات و کتبی که از این پرسشنامه یا پرسشنامه‌های مشابه استفاده کرده‌اند.
۳. استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی و برازش مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق.

شاخص‌سی‌وی‌آر به منظور ارزیابی روایی محتوایی از نظر متخصصان در مورد میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه‌گیری به کار گرفته می‌شود، برای دستیابی به هدف مذکور دو روش کیفی و کمی در نظر گرفته می‌شود. در بررسی کیفی محتوا، پژوهشگر از متخصصان درخواست می‌کند تا بازخورد لازم را در ارتباط با ابزار ارائه دهند که براساس آن موارد مورد اصلاح قرار گرفته می‌شود. برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی از ضریب نسبی روایی محتوا (سی‌وی‌آر) استفاده می‌شود، برای تعیین سی‌وی‌آر از متخصصان درخواست می‌شود تا هر آیت‌م را براساس طیف گزینه‌ای «ضروری است»، «مفید است ولی ضرورتی ندارد»، «ضرورتی ندارد» بررسی نماید، سپس پاسخ‌ها مطابق فرمول زیر محاسبه می‌گردد. در این پژوهش روایی محتوایی توسط ۱۲ نفر از خبرگان تکمیل شد، حد بحرانی (حداقل مقدار روایی) عدد ۰/۵۶ است، اگر شاخص سی‌وی‌آر بیشتر از ۰/۵۶ روایی محتوایی معیارها تأیید می‌شود، مقدار شاخص سی‌وی‌آر برای ۱۲ سنجه بیشتر از ۰/۵۶ بنابراین روایی محتوایی همه معیارهای پرسشنامه از نظر خبرگان تأیید می‌شود.

پایایی پرسشنامه‌ی مورد استفاده در پژوهش حاضر به کمک روش آلفای کرونباخ بررسی شده است، نزدیک بودن این مقدار به عدد یک و صفر، به ترتیب بیانگر پایایی بالا و عدم پایایی پرسشنامه است، کرونباخ ضریب پایایی ۰/۴۵ را کم، ۰/۷۵ را متوسط و قابل قبول و ضریب پایایی ۰/۹۵ را زیاد پیشنهاد کرده است (سرمد و همکاران، ۱۳۹۸). در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌پی اس آلفای کرونباخ برای پرسشنامه محاسبه گردید، در مقیاس پرسشنامه آلفای کرونباخ برای سطح شوخ‌طبعی ۰/۸۴۵، سطح رهبری ۰/۷۹۶، سطح رهبری تحول آفرین ۰/۷۸۰، سطح پیامد مثبت ۰/۸۲۷، سطح پیامد منفی ۰/۷۶۸ و رهبری موقعیتی اقتضایی ۰/۸۰۷ گزارش شده‌اند، بنابراین مقدار آلفای کرونباخ مقیاس‌های پرسشنامه از ۰/۷ بیشتر است که نشان می‌دهد پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است.

بنابراین در چارچوب این پژوهش، با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری برای هر یک از ابعاد مدل رابطه گویه‌ها متغیرهای پنهان با استفاده از تحلیل عاملی تأیید در قالب مدل اندازه‌گیری بررسی می‌گردد، سپس روابط بین ابعاد مدل در قالب مدل ساختاری بررسی می‌شود، در این فرایند ابتدا به ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری در جدول ۳ پرداخته و سپس زمانیکه شواهد کافی مبنی بر روایی و پایایی مدل‌های اندازه‌گیری به دست آمد، می‌توان به ارزیابی مدل ساختاری پرداخت پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل ساختاری باید بررسی برازش مدل کلی (مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری در کنار هم) و با تأیید برازش این بخش بررسی برازش در مدل کامل می‌شود.

با توجه به نتایج بدست آمده میزان پایایی شاخص یا همان پایایی مدل اندازه‌گیری پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ و بارهای استفاده شده در حد مناسب می‌باشد، همگی بالا ۰/۷ و لذا میزان همبستگی لازم بین سازه‌های مدل و شاخص‌های مربوط به آن بالا است، لذا پایایی درونی مدل مناسب است. معیار دیگر برای بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری بارهای عاملی می‌باشد، بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک مؤلفه با آن مؤلفه محاسبه می‌شوند که باید این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۴ شود، با توجه به نتایج بدست آمده از جدول ۴ تمامی ضرایب بارهای عاملی شاخص‌های مربوط از میزان لازم و مناسبی برخوردار می‌باشند، لذا شاخص‌های مربوط به ۶ سازه مدل مناسب می‌باشند و پایایی هر ۶ مدل اندازه‌گیری شده قابل قبول است.

جدول ۳. نتایج آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا، منبع (یافته‌های تحقیق)

سازه	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس تبیین شده (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)
رهبری	۰/۸۹۱	۰/۵۶۷	۰/۹۱۳
رهبری تحول آفرین	۰/۹۱۶	۰/۶۳۲	۰/۹۳۲
رهبری موقعیتی اقتضایی	۰/۹۰۲	۰/۵۹۳	۰/۹۲۱
شوخی طبیعی	۰/۹۱۹	۰/۶۴۰	۰/۹۳۴
شوخی طبیعی رهبری	۰/۹۰۳	۰/۵۹۸	۰/۹۲۲
شیوه نوین رهبری	۰/۸۸۶	۰/۵۵۸	۰/۹۱۰
پیامد	۰/۹۱۹	۰/۶۴۱	۰/۹۳۴

جدول ۴. ضرایب بارهای عاملی و مقادیر شاخص‌ها، منبع (یافته‌های تحقیق)

سازه	سؤالات	بارعاملی	مقادیر t
شوخی طبیعی	Q1	۰/۸۲۸	۳۴/۶۳۸
	Q2	۰/۸۳۸	۳۲/۸۱۶
	Q3	۰/۸۴۰	۳۸/۰۸۷
	Q4	۰/۷۸۰	۱۷/۵۵۱
	Q5	۰/۸۴۲	۳۷/۹۶۷
	Q6	۰/۷۹۱	۲۷/۱۰۳
	Q7	۰/۷۷۲	۲۵/۶۸۰
	Q8	۰/۶۹۸	۱۷/۰۰۲
	Q9	۰/۷۸۰	۲۸/۹۳۹
	Q10	۰/۷۷۶	۲۰/۹۸۶
رهبری	Q11	۰/۷۷۴	۲۱/۷۸۱
	Q12	۰/۷۲۳	۱۶/۱۱۹
	Q13	۰/۷۷۲	۱۸/۷۰۵
	Q14	۰/۷۹۱	۲۶/۶۳۸
	Q15	۰/۷۰۱	۱۷/۱۷۰
	Q16	۰/۷۰۲	۱۶/۷۵۲
	Q17	۰/۷۸۳	۲۶/۲۵۱
	Q18	۰/۷۸۴	۲۷/۰۸۴
	Q19	۰/۷۷۵	۲۱/۷۳۳
	Q20	۰/۷۸۳	۲۴/۵۹۰
شوخی طبیعی رهبری	Q21	۰/۷۹۱	۲۴/۴۳۵
	Q22	۰/۸۳۹	۳۲/۵۸۷
	Q23	۰/۶۷۳	۱۴/۹۵۲
	Q24	۰/۷۴۸	۲۲/۴۳۰
	Q25	۰/۸۳۳	۳۳/۲۶۹
	Q26	۰/۷۹۴	۲۸/۳۹۵
	Q27	۰/۷۸۱	۲۱/۳۷۵
	Q28	۰/۷۷۹	۲۳/۳۹۳
	Q29	۰/۷۷۶	۲۲/۱۷۱
	Q30	۰/۸۲۸	۳۸/۱۰۷
رهبری تحول آفرین	Q31	۰/۷۳۰	۱۹/۴۶۹
	Q32	۰/۸۳۳	۳۳/۲۶۹

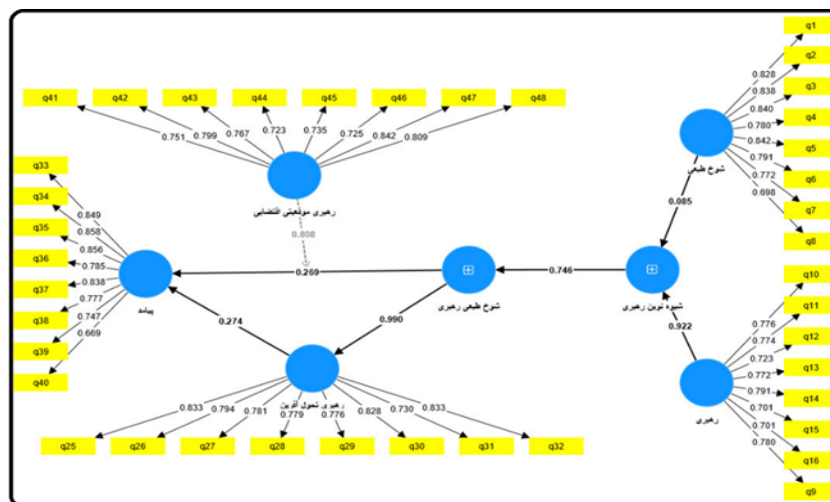
سازه	سؤالات	بارعاملی	مقادیر t
پیامدها	Q33	۰/۸۴۹	۴۶/۷۸۳
	Q34	۰/۸۵۸	۴۲/۹۷۸
	Q35	۰/۸۵۶	۴۷/۱۲۷
	Q36	۰/۷۸۵	۱۷/۴۸۶
	Q37	۰/۸۳۸	۳۶/۰۱۲
	Q38	۰/۷۷۷	۲۳/۶۵۷
	Q39	۰/۷۴۷	۲۰/۱۰۹
	Q40	۰/۶۶۹	۱۳/۸۳۷
	Q41	۰/۷۵۱	۲۰/۱۴۰
	Q42	۰/۷۹۹	۲۹/۵۷۹
رهبری موقعیتی اقتضایی	Q43	۰/۷۶۷	۱۷/۷۹۵
	Q44	۰/۷۲۳	۱۷/۰۳۷
	Q45	۰/۷۳۵	۱۵/۹۷۴
	Q46	۰/۷۲۵	۱۶/۱۰۲
	Q47	۰/۸۴۲	۵۷/۴۷۷
	Q48	۰/۸۰۹	۳۵/۵۳۰

جدول ۵. مقادیر R2 و Q، منبع (یافته های تحقیق)

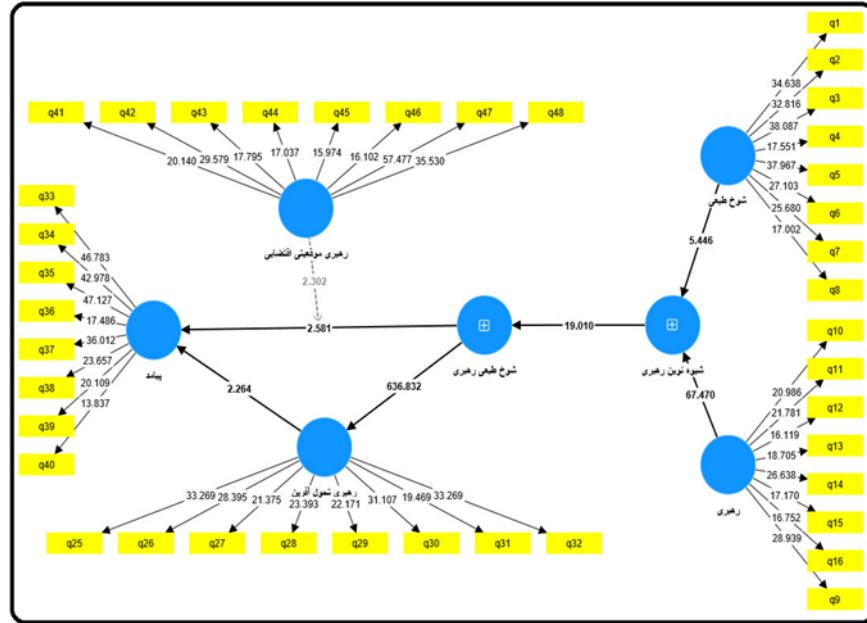
سازه	اشتراک	ضریب تعیین
رهبری تحول آفرین	۰/۶۰۳	۰/۹۷۹
شوخ طبعی رهبری	۰/۳۲۱	۰/۵۵۶
شیوه نوین رهبری	۰/۵۳۰	۰/۹۸۱
پیامد	۰/۴۸۸	۰/۷۸۸

برازش مدل ساختاری: برای بررسی برازش مدل ساختاری با روش PLS در این مطالعه از ضرایب R2 و معیار Q2 استفاده شده است، R2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدلسازی معادلات ساختاری به کار می رود و نشان از تأثیری دارد، که یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا می گذارد، Q2 معیاری است که توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش بینی مدل را مشخص میسازد مقادیر R2 و Q2 در جدول ۵ ارائه شده است.

با توجه به مقادیر R2 و Q2 مشخص شد که مدل ساختاری از برازش و قابلیت پیش بینی مناسبی برخوردار است، همچنین مدل پژوهش و آزمون فرضیات با استفاده از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری به شرح زیر است.



نمودار ۱. ضرایب مسیر طراحی و تبیین پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی رهبری شرکت دخانیات ایران



نمودار ۲. ضرایب معناداری طراحی و تبیین پیش‌بیندها و پیامدهای شوخ‌طبعی رهبری شرکت دخانیات ایران

برازش کلی مدل: شاخص GOF در مدل PLS راه‌حلی برای بررسی کلی مدل بوده بین صفر تا یک قرار دارد، و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند، این شاخص توانایی پیش‌بینی کلی مدل را بررسی می‌کند و اینکه آیا مدل آزمایش شده در پیش‌بینی متغیرهای پنهان درون‌زا موفق بوده است یا خیر، برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود $GOF = 0.1$ میزان کم، $GOF = 0.25$ مقدار متوسط و مقدار بزرگ $GOF = 0.36$ برای سنجش اعتبار مدل‌های PLS به کار می‌رود.

$$GOF = \sqrt{\text{Avg}(\text{Communality}) \times \text{Avg}(R^2)}$$

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان 0.7063 با برازش مناسبی مدل کلی تأیید می‌شود. با توجه به تحلیل اطلاعات نتایج فرضیات به صورت جدول زیر است.

جدول ۶. خروجی‌های ضریب مسیر و معناداری برای متغیرهای نهایی

ضریب معناداری	ضرایب مسیر	مسیر
۵/۴۴۶	۰/۰۸۵	شوخ طبعی ← شووه نوین رهبری
۶۷/۴۷۰	۰/۹۲۲	رهبری ← شووه نوین رهبری
۱۹/۰۱۰	۰/۷۴۶	شووه نوین رهبری ← شوخ طبعی رهبری
۶۳۶/۸۳۲	۰/۹۹۰	شوخ طبعی رهبری ← رهبری تحول آفرین
۲/۲۶۴	۰/۲۷۴	رهبری تحول آفرین ← پیامد
۲/۵۸۱	۰/۲۶۹	شوخ طبعی رهبری ← پیامد
۲/۳۰۲	۰/۸۰۸	شوخ طبعی ← رهبری موقعیتی اقتضایی ← پیامد

اعضای تیم را به مشارکت فعال و پرتلاش ترغیب نمایند، این تأثیر می‌تواند باعث افزایش تعهد و انگیزه اعضای تیم شود و منجر به افزایش مشارکت در اهداف و فعالیت‌های سازمانی گردد. عوامل شوخ طبعی زمینه‌ای را برای

بحث و نتیجه‌گیری

تأثیرات روانشناختی در شوخ طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران می‌تواند به نتایج مهمی منجر می‌شود. رهبران با شوخ طبعی می‌توانند

توانایی برقراری ارتباطات مؤثر با زیرمجموعه‌ها و همکاران را دارند و قادرند که تیم خود را تشویق نمایند. آن‌ها اغلب از انگیزه و انرژی بالایی برای دستیابی به اهداف شرکت برخوردار هستند. همچنین، رهبران با شوخ‌طبعی بالا توانایی پاسخگویی به تغییرات سریع را دارند و می‌توانند سازمان را به توسعه و رشد هدایت نمایند. شخصیتی که از خودآگاهی بالا برخوردار است، توانایی بررسی و تحلیل خود و تأثیرات آن در دیگران را دارد. این خصوصیت به رهبران کمک می‌نماید تا با دقت به مسائلی همچون توانایی همدلی و همکاری را بهبود بخشند. افرادی که از هوش هیجانی بالا برخوردارند، توانایی درک و مدیریت احساسات خود و دیگران را دارند. این مهارت به رهبران کمک می‌نماید تا به طور مناسب با اعضای تیم خود در ارتباط باشند و مشکلات شرکت را بهبود بخشند. با توجه به این نکات، شوخ‌طبعی رهبران در شرکت دخانیات ایران می‌تواند بهبود عملکرد و موفقیت شرکت را تضمین نماید.

عوامل روانشناختی شامل اعتماد به نفس، تعامل اجتماعی و توانایی انعطاف‌پذیری هستند. افرادی که از اعتماد به نفس بالا برخوردارند، به راحتی می‌توانند تصمیمات بهتری بگیرند و در موقعیت‌های دشوار بهتر عمل کنند. تعامل اجتماعی قوی نیز به رهبران کمک می‌کند تا با اعضای تیم خود به خوبی همکاری کنند و ارتباطات مؤثری را برقرار نمایند. همچنین، افرادی که از توانایی انعطاف‌پذیری بالا برخوردارند، می‌توانند به بهترین شکل با تغییرات و موقعیت‌های ناهموار روبرو شوند و برای رسیدن به اهداف سازمانی تلاش کنند.

رهبرانی که این عوامل روانشناختی را تقویت می‌کنند، می‌توانند شوخ‌طبعی رهبری قوی‌تری داشته باشند و از این طریق عملکرد سازمان را بهبود بخشند. برای مثال، با داشتن خودآگاهی، رهبران می‌توانند بهتر درک کنند که چگونه رفتارها و تصمیمات آن‌ها تأثیری بر دیگران و تیمشان دارد. هوش هیجانی نیز به آن‌ها کمک می‌کند تا احساسات خود و دیگران را درک کنند و بتوانند به طور مناسب با اعضای تیم خود در ارتباط باشند. علاوه بر این، اعتماد به نفس به رهبران کمک می‌کند تا به بهترین شکل به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود اعتماد و ایجاد انگیزه در تیمشان نمایند. همچنین، توانایی تعامل اجتماعی و توانایی انعطاف‌پذیری نیز به رهبران کمک می‌کند تا با تیم خود به خوبی همکاری کنند، در موقعیت‌های مختلف مناسب عمل نمایند و به تغییرات سریع پاسخ دهند. با توجه به این

ایجاد محیط کار مثبت فراهم می‌نماید تا در این محیط فرهنگ سازمانی مثبت، ارتباطات سالم و سازنده، همکاری و احترام متقابل در سازمان ایجاد نماید، این تأثیرات می‌تواند باعث افزایش رضایت شغلی، کاهش استرس و ایجاد همبستگی در سازمان شود. رهبران شوخ‌طبع می‌توانند اعضای تیم را در توسعه استعدادها و توانمندی‌هایشان حمایت نمایند، آن‌ها می‌توانند فرصت‌های رشد و آموزشی را فراهم نموده و به توسعه حرفه‌ای و شخصی اعضا توجه کنند. این تأثیرات می‌تواند باعث افزایش توانمندی و عملکرد بهتر اعضای تیم شود و به اعضای تیم فرصت بدهند تا ایده‌های جدید را ارائه نمایند و در نتیجه، خلاقیت و نوآوری در سازمان تقویت می‌شود. رهبران با شوخ‌طبعی می‌توانند روابط بین اعضای تیم را بهبود بخشند و همکاری مؤثر را تسهیل نموده آن‌ها می‌توانند با ایجاد فضای اعتماد و ارتباط مؤثر، تعاملات سازنده را بین اعضا تشویق و در نتیجه، همبستگی و همکاری در سازمان ارتقا یابد.

نتایج مثبت شیوه نوین رهبری، شوخ‌طبعی رهبری و رهبری تحول‌آفرین می‌تواند تأثیرات متعددی بر پیامدها و عملکرد سازمانی داشته باشد. شیوه نوین رهبری، شوخ‌طبعی رهبری و رهبری تحول‌آفرین معمولاً موجب افزایش و تعهد کارکنان می‌شود. با ایجاد یک محیط کار مشارکتی و تشویق کارکنان به ارائه ایده‌ها و نظرات خود، رهبران به کارکنان اعتماد می‌کنند و آن‌ها را به شرکت در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و اجرای آن‌ها ترغیب می‌نمایند. این مشارکت و تعهد کارکنان بهبود عملکرد سازمانی، کاهش نرخ انصراف و افزایش رضایت شغلی را به همراه دارد. با ایجاد فضایی که از اندیشه‌ها و ایده‌های خلاقانه حمایت کند و از خطاها به عنوان یک فرصت برای یادگیری استفاده کند، رهبران افراد را به تولید و ارائه راهکارهای نوآورانه ترغیب می‌کنند. این فرهنگ نوآوری و خلاقیت می‌تواند به بهبود فرآیندها، افزایش کیفیت محصولات و خدمات، و دستیابی به رقابتی برتر در بازار کمک کند. با توجه به نیازهای محیط کسب و کار و تغییرات در بازار، رهبران تحول‌آفرینی را ایجاد می‌کنند که به سازمان امکان می‌دهد با تغییرات مواجه شود و با موفقیت آن‌ها را اجرا کند. این تغییرات می‌توانند شامل تغییرات فرآیندها، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی و استراتژی‌ها باشند.

درحاشیه شوخ‌طبعی رهبری و نقش عوامل روانشناختی در تعیین آن، مطالعات نشان داده‌اند که رهبران با شوخ‌طبعی بالا در دخانیات ایران

عوامل، رهبران با شوخ‌طبعی بالا می‌توانند توانایی برقراری ارتباطات مؤثر با زیرمجموعه‌ها و همکاران خود را داشته باشند، توانایی برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌های موفق را به ارمغان بیاورند و با انگیزه و انرژی بالا برای دستیابی به اهداف شرکت کار کنند. همچنین، آن‌ها قادرند به تغییرات سریع پاسخ دهند و سازمان را به سمت توسعه و رشد هدایت نمایند.

در واقع شوخ‌طبعی به معنای خلاقیت، نوآوری و توانایی برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌های موفق است. رهبرانی که شوخ‌طبعی بالایی دارند، توانایی برقراری ارتباطات مؤثر با زیرمجموعه‌ها و همکاران خود را دارند. آن‌ها توانایی تشویق و الهام بخشی به تیم خود را دارند و معمولاً از انگیزه و انرژی بالایی برای دستیابی به اهداف برخوردارند.

رهبری تحول‌آفرین به معنای توانایی رهبران در ایجاد تغییرات مؤثر است. رهبران تحول‌آفرین که شوخ‌طبعی بالایی دارند، توانایی‌های قابل توجهی در ایجاد تغییرات مؤثر دارند و می‌توانند سازمان را به سمت پیشرفت و توسعه هدایت کنند. آن‌ها توانایی تشویق و تحریک اعضای تیم خود را دارند و به توسعه استعدادهای فردی و گروهی توجه می‌کنند.

عوامل اقتصادی شامل فرهنگ سازمانی، سیاست‌ها و رویه‌های مدیریتی، ارتباطات سازمانی و ساختار سازمانی هستند. این عوامل می‌توانند شوخ‌طبعی رهبری را تحت تأثیر قرار دهند، فرهنگ سازمانی که به اندازه کافی شوخ‌طبعی باشد، می‌تواند رهبران را تشویق کند تا رفتارهای شوخ‌طبعی ارائه کنند و به توسعه سازمان کمک کنند. همچنین، سیاست‌ها و رویه‌های مدیریتی و ارتباطات سازمانی مناسب، رهبران را در ارتباط مؤثر با زیرمجموعه‌ها و همکاران قرار می‌دهند و به توسعه شوخ‌طبعی آن‌ها کمک می‌کنند. با توجه به این توضیحات، می‌توان نتیجه گرفت که شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران توسط شاخص‌های شوخ‌طبعی، رهبری تحول‌آفرین و عوامل اقتصادی بهبود یافته است و این بهبود می‌تواند عملکرد سازمان را تسهیل کرده و باعث رشد و توسعه شرکت گردد.

برای شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران، می‌توانید از روش‌ها و پیشنهادات زیر استفاده نمود:

برخورداری از مصاحبه با رهبران و اعضای تیم در شرکت دخانیات ایران می‌تواند به شما کمک کند تا نگاهی عمیق‌تر به رفتارها و عملکرد رهبران با شوخ‌طبعی رهبری داشته باشند. همچنین، مشاهده مستقیم رفتارها و تعاملات رهبران در محیط کار می‌تواند اطلاعات مفیدی را فراهم نماید.

می‌توانید از پرسشنامه‌ها و ابزارهای معتبری استفاده کنید که برای ارزیابی شوخ‌طبعی رهبری و تأثیرات روانشناختی آن توسعه یافته‌اند، مقیاس شوخ‌طبعی رهبری (MLQ (Multifactor Leadership Questionnaire) و مقیاس رضایت شغلی (SSI (Satisfaction with Life Scale) می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند.

بررسی عملکرد سازمانی به عنوان یک شاخص مهم می‌تواند به شما کمک نماید تا تأثیرات شوخ‌طبعی رهبری را در عملکرد و نتایج سازمانی شرکت دخانیات ایران بسنجید. اطلاعاتی مانند افزایش سطح رضایتمندی مشتریان، کاهش نرخ انصراف کارکنان و افزایش سطح خلاقیت و نوآوری می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر مثبت شوخ‌طبعی رهبری باشد.

مشاهده مستقیم رفتارهای رهبران در محیط کار می‌تواند به شما کمک نماید، تا شاخص‌های رفتاری روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری را شناسایی نمایید، مشاهده عملکرد رهبران در مواقع فشار، تعاملاتشان با اعضای تیم، استفاده از خلاقیت و نوآوری، و رفتارهای دیگر می‌تواند اطلاعات مفیدی را فراهم نماید.

بررسی پرونده‌های عملکرد رهبران می‌تواند نشان‌دهنده رفتارهای روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری باشد. این پرونده‌ها می‌تواند شامل ارزیابی‌های سالانه، بازخوردها، تقدیرها و جوایزی باشد که رهبران دریافت کرده‌اند. بررسی این اطلاعات می‌تواند معیارهای رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری را مشخص نماید.

شرکت در دوره‌ها و آموزش‌های مرتبط با رهبری و روانشناسی می‌تواند به شما کمک نماید تا شاخص‌های رفتاری روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری را بیشتر درک نماید، این دوره‌ها و آموزش‌ها می‌توانند به شما ابزارهایی را فراهم کنند که بتوانید رفتارهای رهبران را بر اساس شوخ‌طبعی رهبری تحلیل کنید.

در نهایت، استفاده از روش‌های مختلف به منظور شناسایی شاخص‌های رفتار روانشناختی شوخ‌طبعی رهبری در شرکت دخانیات ایران می‌تواند به شما در ارزیابی و بهبود عملکرد رهبران و سازمان کمک کند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش: این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول در رشته مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی در دانشکده مدیریت حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت است. به جهت حفظ رعایت اصول اخلاقی در این پژوهش سعی شد تا جمع‌آوری اطلاعات پس از جلب رضایت شرکت‌کنندگان انجام شود. همچنین به شرکت‌کنندگان درباره رازداری در حفظ اطلاعات شخصی و ارائه نتایج بدون قید نام و مشخصات شناسنامه افراد، اطمینان داده شد.

حامی مالی: این پژوهش در قالب رساله دکتری و بدون حمایت مالی می‌باشد.

نقش هر یک از نویسندگان: این مقاله از رساله دکتری نویسنده اول و به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم استخراج شده است.

تضاد منافع: نویسندگان همچنین اعلام می‌دارند که در نتایج این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

تشکر و قدردانی: بدین وسیله از اساتید راهنما و مشاوران این تحقیق که در این پژوهش شرکت کردند، تشکر و قدردانی می‌گردد.

منابع

References

بودلایی، حسن (۱۳۹۵) روش تحقیق پدیدارشناسی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

پروری، پیمان (۱۳۹۸). خوانشی نو از روش پدیدارشناسی، بنیان‌های فلسفی، رویکردها و چارچوب اجرای تحقیق پدیدارشناسی، *مطالعات جامعه شناسی*، (۴۴)، ۸۶-۱۰۶.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

دهقانان، حامد؛ ادیب پور، محمدرضا؛ فردوسی، شهرام (۱۳۹۵) بررسی و تبیین پیامدهای رهبری اخلاقی، *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۱(۵۳)-۶۴.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس، حجازی، الهه (۱۳۹۸) روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگه، چاپ سی و دوم.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

شاهبندرزاده، حمید؛ کریمی، سمیرا (۱۳۹۵) بررسی عوامل محرک خلاقیت سازمانی براساس ادراک دانشگاهیان، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۴(۲)، ۳۴۵-۳۶۸.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

علامه، سید محسن؛ شعبانی نفت چالی، جواد؛ خزائی پول، جواد؛ وریج کاظمی، رضا؛ امانی، مجتبی (۱۳۹۳) ارایه مدل ساختارارتباطی بین رهبری معنوی ادراک شده با تعهد، رفتار شهروندی و عملکرد پرستاران، *فصلنامه مدیریت پرستاری*، ۳(۲)، ۵۲-۶۰.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

محمدی مقدم، یوسف؛ عباس پور، جعفر (۱۳۹۴) فراتحلیل پژوهش‌های رابطه‌ی رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های ایران، *فصلنامه علمی پژوهش مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۳(۷۷)، ۱۲۵-۱۵۲.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

منصوریان، یزدان (۱۳۹۴) پدیدارشناسی بیرون از مرزهای فلسفه. *اطلاعات حکمت و معرفت*، ۱۰(۶)، ۵-۱۱.

<https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

Bukker. & Schaufeli W.B. (2012). Positive organizational behavior: Engaged employee in flourishing organizations. *Journal of Organizational Behavior*. 147-158. <https://ssrn.com/abstract=3540720>

Creswell, w. J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. Thousand oaks: sage publications.

Dulebohn, J.H. Bommer, W.H. Liden, R.C. Brouer, R.L. Ferris, G.R. (2011) A Meta-Analysis of Antecedents and Consequences of Leader-Member Exchange: Integrating the Past With an Eye Toward the Future, *Journal of Management*, 38 (6), 1715-1759. <https://doi.org/10.1177/0149206311415280>

Junça-Silva, A., & Rueff Lopes, R. (2020). Unfriendly customer behaviors and employees' psychological capital: the role of health symptoms and positive humor events. *Current Psychology*, 1-11. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01163-8>

Kanat-Maymon, Y., Elimelech, M., & Roth, G. (2020). Work motivations as antecedents and outcomes of leadership: Integrating self-determination theory and the full range leadership theory. *European Management Journal*, 38(4), 555-564. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.01.003>

Kelemen, T. K., Matthews, S. H., & Breevaart, K. (2020). Leading day-to-day: A review of the daily causes and consequences of leadership behaviors. *The Leadership Quarterly*, 31(1), 101344. <https://doi.org/10.1016/j.leafqua.2019.101344>

León-del-Barco, B., Mendo-Lázaro, S., Polo-del-Río, M. I., & López-Ramos, V. M. (2019). Parental psychological control and emotional and behavioral disorders among Spanish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 16(3), 507. DOI: 10.3390/ijerph16030507

Mahadevan, B. (2013) Spirituality in business: Sparks from the Anvil: In conversation with Suresh Hundre, Chairman and MD, *Poly- hydronic Pvt. Ltd. IIMB Management Review*. 25(2): 91-103. DOI: 10.1016/J.IIMB.2013.03.002

Quivy, R. Campenhoudt, L. (2018). *Research Methods in Social Sciences*. (A. Nikgozar, Trans.) Tehran: Tootia publication.

Rehman, S. Shahzad, M. Farooq, M.S. Javadi, M.U. (2020) Impact of leadership behavior of a project manager on his/her subordinate's job attitudes and job-outcomes, *Asia Pacific Management Review*, 25, 38-47. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.06.004>

- Shin, Y. (2012). CEO ethical leadership, ethical climate strength and collective organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 108, 299-312. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1091-7>
- Urbano, D., Felix, C., & Aparicio, S. (2021). Informal institutions and leadership behavior in a developing country: A comparison between rural and urban areas. *Journal of Business Research*, 132, 544-556. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.073>
- Xu, J. (2020). The review of humorous leader. *Open Journal of Business and Management*, 8(2), 542-551. DOI: 10.4236/ojbm.2020.82033
- Xu, Z., Gong, J., Qu, Y., & Sun, X. (2023). Using leader affiliative humor to encourage employee knowledge sharing: The multilevel role of knowledge sharing self-efficacy and team psychological safety. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(3), 100408. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100408>
- Zeng, H., Zhao, L., & Zhao, Y. (2020). Inclusive leadership and taking-charge behavior: roles of psychological safety and thriving at work. *Frontiers in psychology*, 11, 62. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00062>