



الشغف الوظيفي مدخل لتعزيز الأداء الإبداعي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في جامعة الحمدانية

سهيل لقمان عباس
مديرية تربية نينوى

Suhail.bap41@student.uomosul.edu.iq

المستخلص

يهدف البحث الى معرفة تأثير الذي يمارسه الشغف الوظيفي بأبعاده مجتمعةً في تعزيز الأداء الإبداعي، وقد اختير جامعة الحمدانية في محافظة نينوى مجالاً لإجراء الجانب الميداني للبحث من خلال عينة بلغت (62) فرداً ممن يحملون شهادة البكالوريوس فما فوق، تمثلت مشكلة البحث في التغيرات المتسارعة في المجالات كافة التي تدفع المنظمة عينة البحث الى مواجهة هذه التغيرات ومواكبتها، وقد استخدم الاستبانة اداةً لجمع البيانات، توصل البحث لعدد من النتائج كان أهمها وجود اثر معنوي ذات دلالة إحصائية للشغف الوظيفي في تعزيز الأداء الإبداعي، في ضوء ذلك تم تقديم عدد من التوصيات كان أهمها ضرورة تعزيز مستويات الشغف الوظيفي في المنظمة عينة البحث لما له من أهمية في تعزيز الأداء الإبداعي وبالتالي تحقيق اهداف المنظمة.

الكلمات المفتاحية: الشغف الوظيفي، الأداء الإبداعي

Abstract

The research aims to know the effect of job passion and its combined dimensions in Al-Hamdaniya University in Nineveh Governorate was chosen as a field to conduct the field aspect of the research through a sample of (62) individuals who hold a bachelor's degree or above. The research problem was the rapid changes in All areas that push the organization, the research sample, to confront and keep up with these changes. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The research reached a



number of result, the most important of which was the presence of a statistically significant moral effect of job passion in enhancing creative performance. In light of this, a number of recommendations were presented, the most important of which was it is necessary to enhance the levels of job passion in the organization, the research sample, because of its importance in enhancing creative performance and thus achieving the organization's goals.

Keywords: job passion, creative performance

الفصل الأول: منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث

تعد جامعة الحمدانية واحدة من الجامعات الناشئة العاملة في العراق في الوقت الحالي، إذ ينبغي ان تعمل على تحقيق وتعزيز مستويات الأداء الإبداعي، لكي تحقق الأهداف المنشودة للعملية التعليمية، ويتحقق الأداء الإبداعي نتيجةً لتطافر العديد من الأدوات التنظيمية التي من شأنها مخاطبة الجوانب العاطفية للأفراد في المنظمات، وقد تمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤلات التالية:

- 1 – ما مستوى توافر ابعاد الشغف الوظيفي في المنظمة عينة البحث؟
- 2 – هل هنالك علاقة ارتباط بين متغيرات البحث (الشغف الوظيفي ، الأداء الابداعي) في المنظمة عينة البحث؟
- 3 – ما مدى تأثير الشغف الوظيفي في تعزيز الأداء الابداعي ؟

ثانياً: أهمية البحث

وتكمن أهمية البحث في الاتي :

- 1 – يستمد البحث أهميته من أهمية متغيراته المتمثلة ب (الشغف الوظيفي) كمتغير مستقل، والأداء الإبداعي كمتغير تابع، والتي تعد من المواضيع المهم في الادبيات الادارية.



2 – يعد البحث من الدراسات القلائل (حسب إطلاع الباحث) التي تناول الشغف الوظيفي في قطاع التعليم.

3 – يمكن الاستفادة من النتائج التي سيتوصل لها البحث والتوصيات التي سيتم تقديمها في إطار ذلك من قبل الباحثين والمنظمات التي تعمل في النشاطات المماثلة .

ثالثاً: أهداف البحث

1 – التعرف على مستوى توافر ابعاد الشغف الوظيفي في الشركة عينة البحث.
2 - تقديم اطار عملي لطبيعة علاقتي الارتباط والاثّر بين متغيري الدراسة (الشغف الوظيفي، الأداء الابداعي).

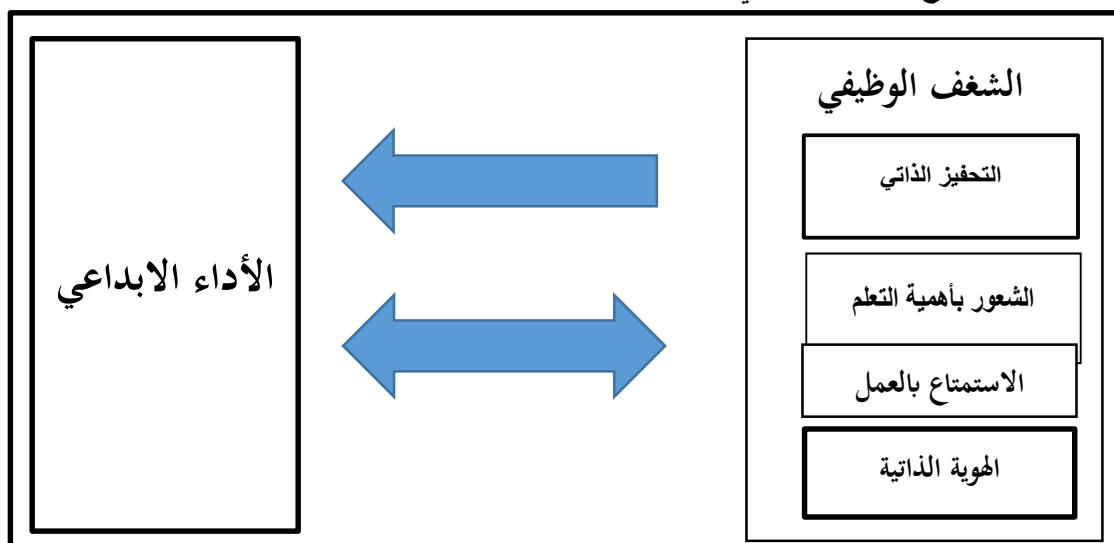
3 - تقديم عدد من التوصيات التي من شأنها مساعدة المنظمة عينة البحث والمنظمات المماثلة لتعزيز مستويات أدائها وبالتالي المساهمة في تحقيق اهداف المنظمة .

رابعاً: فرضيات الدراسة

1 - الفرضية الرئيسية الاولى: هنالك علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين الشغف الوظيفي والأداء الابداعي على المستوى الكلي.

2 – الفرضية الرئيسية الثانية: يمارس الشغف الوظيفي اثراً معنوياً ذات دلالة احصائية في الاداء الابداعي على المستوى الكلي.

خامساً : نموذج البحث الفرضي





سادساً: مجتمع البحث وعينته

تمثل ميدان البحث بجامعة الحمدانية في محافظة نينوى، أما مجتمع البحث فقد اشتمل كافة منتسبي الجامعة ممن يحملون شهادة البكالوريوس فما فوق، إذ تم توزيع 62 استمارة على عينة عشوائية ممن يعملون في الجامعة وقد تم استرداد 62 استمارة صالحة للتحليل، بنسبة استجابة بلغت 100%.

سابعاً: منهج البحث

اعتمد في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، إذ تم اعتماد المنهج الوصفي لوصف البيانات التي جمعها من عينة البحث، في حين استخدم المنهج التحليلي لغرض تحليلها.

الفصل الثاني: الجانب النظري

المحور الأول: الشغف الوظيفي

أولاً: مفهوم الشغف الوظيفي

إن تنمية الشغف لدى الافراد العاملين في أي منظمة قد يدفعهم الى العمل بإخلاص وتقاني وابداع مما ينعكس ايجاباً فيما يعملونه ويساهم في وصولهم الى نتائج مبهرة، فالشغف من المفاهيم الإيجابية التي يمكن ان ينعكس تنميتها في وصول الافراد العاملين الى مستويات عالية من السعادة والرضا عن الحياة وتقليل الضغوط النفسية التي قد يواجهها الافراد في بيئة العمل، وللشغف مكونين رئيسيين هما المكون الوجداني والذي يشير الى الاعجاب الشديد والحب والرغبة الكبيرة لدى الافراد تجاه عملهم، ومكون معرفي والذي يتمثل في استيعاب المهنة في هوية الفرد، يتكامل هذين المكونين مع المكون الدافعي لتوليد الشغف، وقد عرف على انه الميل القوي تجاه شيء محدد او مفهوم او نشاط يحبه الفرد ويقدره ويستثمر وقته وطاقته فيه على نحوٍ منتظم للحد الذي يصبح جزءاً من هوية الفرد (زينل، 2023، 35-36)، كما وتم تعريفه على انه الميل القوي لدى الافراد العاملين لاستثمار طاقة ووقت كبيرين في أداء النشاطات التي يحبونها ويعودونها حاسمة (Hsiu, 2019, 35)، وايضاً عرفه (Sylvia & Andhie, 2018, 265) على انه رغبة ملحة وايمان قوي تجعل الافراد منضبطين لتحقيق رؤيتهم، إذ يمكن تحقيق حلم الفرد عندما يكون لديه الرغبة والنية لتحقيق ذلك،



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية
والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار

18 نيسان 2024

وذكر ان للشغف اربعة خصائص تتمثل بالقيادة الداخلية، امتصاص العمل، الفرح، والحيوية الذاتية، ويؤثر الشغف في زيادة مشاركة الافراد في العمل إذ يصبح الافراد محفزين لأداء العمل.

ثالثاً: ابعاد الشغف الوظيفي

أشار (السعداوي، 2023، 66-67) إلى ان ابعاد الشغف الوظيفي تتمثل بالاستمتاع في العمل، التحفيز الذاتي، الهوية الذاتية، والشعور بأهمية التعلم، والتالي يمثل شرحاً لتلك الابعاد وكالاتي:

1 – الاستمتاع بالعمل : يمثل الإخلاص والحب والرغبة الكبيرة للعمل عامل أساس للتفوق والابداع، إذ ان وجود الشغف والرغبة لدى الافراد العاملين يمثل محفزاً ودافعاً قوياً للإبداع، كما ينبغي على الافراد العاملين العمل باستمرار على تطوير وتنمية جوانب قوتهم ومعالجة جوانب ضعفهم مما يساهم في توفير فرص ملائمة للتقدم والترقية في الوظيفة على نحو اسرع، كما يشتمل الاستمتاع بالعمل على التفكير الإيجابي فيه.

2 – التحفيز الذاتي: يتمثل بالقدرة على تحفيز النفس دون انتظار أي من العوامل الخارجية لأداء المهام المطلوبة، كالكلمات التشجيعية والاطراء، إذ يساهم التحفيز الذاتي للفرد في دفعه على نحو مستمر تجاه القيام بالمهام والواجبات المطلوبة منه، إذ يمتلك في تلك الحالة القدرة على شحن نفسه بالطاقة الإيجابية اللازمة، مما يساهم في استبعاد تأجيل المهام او التكاسل في أدائها في ذهن ذوي تلك القدرة، كما يراها بعض من المختصين بعلم النفس على انها اشبه بالمهارة.

3 – الهوية الذاتية: يعد جوهر وروح الفرد وتصورات وافكاره حول ذاته، وتمثل ايضاً سماته الشخصية ومشاعره واحاسيسه، كذلك تنطوي الهوية الذاتية على قيم واء وسلوكيات الافراد، أي انها تمثل ثقافته وعقيدته وهي جزء من منشأ الفرد ومكان تواجده، أي ان الهوية الذاتية تمثل البصمة الفريدة التي تميز كل فرد عن غيره.

4 – الشعور بأهمية التعلم: يعرف التعلم على انه تطوير السلوكيات ويركز هذا التعريف على ان عملية التعلم ينبغي ان تشمل التغيير والتعديل في سلوكيات المتعلم نحو الأفضل، على ان يكون هذا التغيير مستمراً وليس مؤقتاً مرتبط بظروف معينة او حالات طارئة ويشعر الفرد بأهمية التعلم لإثراء معارفه ومهاراته وخبراته للارتقاء بنفسه والتقدم في العمل وتحقيق أهدافه واهداف منظمته.



المحور الثاني: الأداء الإبداعي

أولاً: مفهوم الأداء الإبداعي: في بيئة الأعمال متسارعة التغيرات تحتاج المنظمات الى طرح الأفكار باستمرار إذا ما ارادت ان تحتل مكانة رائدة في سوق عملها، ويمثل الأداء الإبداعي المصدر الرئيس لتشجيع الابداع وتعزيز قدرات المنظمات التنافسية وتحقيق التميز على المنظمات المنافسة، لذلك يصبح الأداء الإبداعي متغير النتيجة الذي يختلف عن متغيرات الخاصة بنتائج الأداء التقليدي، وتصبح أسلوب تحسين هذا النوع من الأداء حاجةً داخلية مهمة لإدارة الأعمال، إذ يتطلب هذا الأداء من المنظمات العمل على تظافر الجهود وتحقيق التضامن من خلال إظهار الموظفين للمهارات المعرفية ذات العلاقة ومشاركتهم الفاعلة في العمليات المعرفية المجهد (Hughes et al, 2018,2)، وقد عرف الأداء الإبداعي على انه القدرة على تحويل المدخلات والجهود الإبداعية الى مخرجات منفذة في الأسواق (Eren, 2019,3)، وعرف ايضاً على انه أسلوب لتنبئ الأفكار الجديدة الخلاقة والتي تساعد المنظمة على توجيه مواردها باستخدام مجموعة من الأساليب المبتكرة لإدارة الأداء (Mumford,2023,413-414)، وعرفه (ناصر، 2018، 37) على انه عملية توليد الأفكار الإبداعية وتنفيذ تلك الأفكار بكفاءة وفاعلية من قبل منظمات الأعمال لإضافة قيمة جديدة للمستفيدين.

ثانياً: أهمية الأداء الإبداعي

يمكن توضيح الأهمية التي ينطوي عليها الأداء الإبداعي للمنظمات من خلال التالي:
(Peters,2008,29)

- 1 – الاستغلال الأمثل لكافة موارد المنظمة البشرية، المالية، المادية، المعلوماتية.
 - 2 – تساهم في تنمية القدرات الفكرية للعاملين في المنظمة من خلال إتاحة الفرصة لهم لاختبار تلك القدرات
 - 3 – تحسين جودة المنتجات التي تقدمها المنظمة.
 - 4 – تمكن المنظمات من الوصول الى حلول إبداعية للمشكلات التي تواجهها بكفاءة وفاعلية.
- ثالثاً: ابعاد الأداء الإبداعي تناول العديد من الباحثين ابعاد الأداء الإبداعي عبر بعدين هما الابداع الاستكشافي والابداعي الاستثماري، وفي بحثنا سنركز على ابعاد الأداء الإبداعي وفق ما أشار اليه (رشيد وعذراء، 2018، 34-53) :



1 – الأداء الإبداعي الاستكشافي: ينطوي هذا الشكل على التحول الى مسار مختلف في المنتجات باعتباره ابداعاً تكنولوجياً يسعى الى مجالات سوق ومنتجات جديدة، ويعد من الأدوات التي تساهم في أداء المنظمات إذ تعتمد استراتيجيات الابداع الاستكشافي الى اعتماد الأساليب الحالية، ويتضمن كلاً من البحث، الاكتشاف، التجربة والمخاطرة حيث يمثل نتاجه المنتجات الجديدة ذات الجودة العالية والفوائد الكبيرة للزبائن.

2 – الأداء الإبداعي الاستثماري: في هذا النوع من الابداع يتم من خلال تحسينات في المكونات والمنتجات الحالية والبناء يكون في إطار المسار التكنولوجي الحالي الى انه ابداع يهدف الى تحسين المنتجات الحالية، وتمثل ابداعات تدريجية ومصممة لتلبية حاجات الزبائن الحاليين او الأسواق الحالية ويتم توسيع المعارف الحالية وتحسين التصميمات المعمول بها وتوسيع المنتجات الحالية فضلاً عن زيادة كفاءة قنوات التوزيع الحالية.

الفصل الثالث الجانب الميداني

أولاً : وصف الأفراد المبحوثين

إذ يعطي وصف الأفراد المبحوثين عدداً من الدلائل التي تبين مدى ملائمتها لإجراء البحث والجدول (1) يبين بعض خصائص عينة الدراسة وكالاتي :

الجدول (1) خصائص عينة الدراسة

الجنس							
ذكور				إناث			
التكرار		%		التكرار		%	
42		67.74		20		32.25	
الفئات العمرية							
30 فأقل		40-31		49-41		50 فأكثر	
تكرار		%		تكرار		%	
22		35.48		13		20.96	
19		30.64		8		12.90	
الحالة الاجتماعية							
بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه			
التكرار		%		تكرار		%	
18		29.03		27		43.54	
17		27.41					

من إعداد الباحث من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي



ثانياً : وصف متغيرات البحث

1 : وصف أبعاد الشغف الوظيفي

يركز هذا المبحث على وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها من وجهة نظر عينة من موظفي جامعة الحمدانية، إذ اعتمد الباحث البرمجة الاحصائية الجاهزة (SPSS V26) للاستدلال على النسب المئوية والتكرارات وكذلك الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الاستجابة وكالاتي:

الجدول (2) وصف بعد الشغف الوظيفي

مقياس الاستجابة								
المتغير	اتفق (1)		محايد (2)		لا اتفق (3)		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
X1	39	62.9	10	16.1	13	21	.158	.082
X2	32	51.6	12	19.4	18	29	.177	.087
X3	33	53.2	12	19.4	17	27.4	.174	.086
X4	30	48.4	17	27.4	15	24.2	.175	.082
X5	36	58.1	8	12.9	18	29	.170	.089
X6	28	45.2	16	25.8	18	29	.183	.085
X7	33	53.2	10	16.1	19	30.6	.177	.089
X8	41	66.1	8	12.9	13	21	1.54	0.82
X9	46	74.2	10	16.1	6	9.7	1.35	0.65
X10	36	58.1	11	17.7	15	24.2	1.66	0.84
X11	38	61.3	6	9.7	18	29	1.67	0.90
X12	33	53.2	7	11.3	22	35.5	1.82	0.93
X13	34	54.8	10	16.1	18	29	1.74	0.88
X14	34	54.8	11	17.7	17	27.4	1.72	0.87
X15	41	66.1	6	9.7	15	24.2	1.58	0.85
X16	44	71	7	11.3	11	17.7	1.46	0.78
X17	37	59.7	7	11.3	18	29	1.69	0.89
X18	37	59.7	7	11.3	18	29	1.69	0.89
المعدل	58.92		15.67		25.88		.167	0.85

من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي



ويتضح من الجدول (2) أن المعدل العام للوسط الحسابي للشغف الوظيفي بلغ (1.67) وبانحراف معياري (0.85) وباتفاق (58.92) من الأفراد المبحوثين ، ومن أهم المتغيرات التي عززت إيجابية هذه الاتفاق المتغير (X9) إذ أكد (74.2) من أفراد عينة الدراسة أنه لدي شعور داخلي يحفزني لأداء العمل ، ، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (1.35) ، بانحراف معياري (0.65).

ب - وصف بعد الأداء الابداعي

الجدول (3) وصف بعد الأداء الابداعي

مقياس الاستجابة								
المتغير	اتفق (1)		محايد (2)		لا اتفق (3)		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
Y1	39	62.9	9	14.5	14	22.6	.159	.083
Y2	38	61.3	7	11.3	17	27.4	.166	.088
Y3	37	59.7	9	14.5	16	25.8	.168	.028
Y4	37	59.7	12	.194	13	21	.166	.086
Y5	45	72.6	7	11.3	10	16.1	1.61	0.81
Y6	37	59.7	10	16.1	15	24.2	1.43	0.76
Y7	39	62.9	9	14.5	14	.226	1.64	0.85
Y8	39	62.9	5	8.1	18	29	1.59	0.83
Y9	44	71.1	8	12.9	10	16.1	1.66	0.90
Y10	35	56.5	11	17.7	16	25.8	1.45	0.76
Y11	35	56.5	9	14.9	18	29	1.69	0.80
Y12	42	67.7	6	9.7	14	22.6	1.61	0.89
المعدل	62.79		13.74		23.51		1.66	0.78

من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي

ويتضح من الجدول (3) أن المعدل العام للوسط الحسابي الأداء الابداعي بلغ (1.66) وبانحراف معياري (0.78) وباتفاق (62.79) من الأفراد المبحوثين ، ومن أهم المتغيرات التي عززت إيجابية هذه الاتفاق المتغير (x5) ، إذ أكد (72.6) من أفراد عينة الدراسة انه نعمل على تجديد العمليات والإجراءات المعتمدة لتنفيذ المهام بطرق مبتكرة، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (1.61) بانحراف معياري (0.81).



ثالثاً : علاقة الارتباط بين متغيرات البحث

1 : تحليل علاقة ارتباط بين الشغف الوظيفي والأداء الإبداعي

الجدول (4) القيم العددية لعلاقة الارتباط بين الشغف الوظيفي والأداء الإبداعي

المتغير المعتمد	الأداء الإبداعي
المتغير المستقل	
الشغف الوظيفي	**525

 $p^* \leq 0.05$

N=62

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال ملاحظة نتائج الجدول (4) نجد أن هنالك علاقة ارتباط معنوية بين الشغف الوظيفي والأداء الإبداعي، بدلالة قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.525) عند مستوى معنوية (0.05)، بذلك يتم قبول الفرضية الرئيسة الأولى.

رابعاً : علاقة التأثير بين متغيرات البحث

1 - تحليل علاقة التأثير بين الشغف الوظيفي والأداء الإبداعي

الجدول (5) تأثير الشغف الوظيفي في الأداء الإبداعي

المتغير المعتمد	R ²	0β	1β	F المحسوبة	T المحسوبة
المتغير المستقل					
ابعاد الشغف الوظيفي	0.276	0.547	0.706	22.831	4.778

N=62

DF(1,60)

P≤0.05

توضح نتائج الجدول (5) إن الشغف الوظيفي بأبعاده مجتمعة تؤثر في تعزيز الأداء الإبداعي وبمعامل انحدار (0.276) بدلالة قيمة (t) المحسوبة (4.778) عند مستوى معنوية (0.05) ، ويمكن تجسيد التأثير المعنوي من خلال قيمة (f) المحسوبة والبالغة (22.831) وبدرجاتي حرية (1،60) عند مستوى معنوية (0.05) ، وبهذا نصل الى قبول الفرضية الرئيسة الثانية .



الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات : من خلال نتائج التحليل الاحصائي، تم التوصل الى عدد من الاستنتاجات للبحث الحالي، يتم تمثيلها كما في ادناه:

- 1- حقق متغير الشغف الوظيفي وابعاده مستوى توافر مقبول في المنظمة عينة البحث، وهذا يدل على ضعف وجود الاهتمام الكافي بتحفيز الموظفين فيما يرتبط بالشغف في مكان العمل.
- 2- اشارت نتائج البحث الى وجود علاقة ارتباط معنوية بين الشغف الوظيفي والأداء الإبداعي في المنظمة عينة البحث.
- 3- اشارت نتائج البحث الى ان الشغف الوظيفي يمارس تأثيراً معنوياً في الأداء الإبداعي، وهذا يدل على انه كلما زاد مستويات الشغف الوظيفي في المنظمة عينة البحث كلما عزز ذلك من مستوى الأداء الإبداعي.

ثانياً: التوصيات

من خلال النتائج التي توصل اليها البحث تم تقديم التوصيات التالية:

- 1 – أهمية تعزيز مستويات الشغف الوظيفي في المنظمة عينة البحث عبر اعتماد العديد من الاليات كنشر ثقافة الشغف وتوعية القيادات والموظفين بأهميتها فضلاً عن اجراء الورش والندوات التي توضح أهمية ومنافع الشغف للمنظمة والموظفين على حدّ سواء .
- 2 – ضرورة العمل على تطوير وتشجيع ثقافة الابداع داخل المنظمة لتعزيز مستويات أدائها الإبداعي، إذ يتم تشجيع الموظفين على التفكير والابداع والابتكار.

المصادر

- 1 – زينل، شهد رياض، 2023، الهوية المتداخلة وعلاقتها بالشغف (المتناغم-الاستحواذي) لدى موظفات جامعة كربلاء، رسالة ماجستير في علم النفس التربوي، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة كربلاء، كربلاء العراق.
- 2 – السعداوي، ايمان فيصل السيد، 2023، دور القيادة الروحية في تعزيز الشغف الوظيفي من خلال تطبيق نموذج PERMA للسعادة الوظيفية : دراسة تطبيقية، المجلة العلمية للبحوث التجارية،

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية



مجلد (20) (عدد خاص) 2024



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية
والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار

18 نيسان 2024

3- ناصر، احمد عبدالامير، 2018، التفكير الاستراتيجي أساسي في الأداء الإبداعي للمنظمة: دراسة تحليلية لمصنع نسيج وحياسة واسط\ معمل الحياكة دراسة حالة، مجلة كلية الكوت الجامعة، المجلد3، العدد2

4- رشيد، صالح عبدالرضا، حميد، عذراء عبدالكريم، 2018، دور المرونة الاستراتيجية في تعزيز الأداء الإبداعي، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد9، العدد3.

5 – Hsiu-Yu Teng, 2019, Job crafting and customer service behaviors in the hospitality industry: Mediating effect of job Passion. International Journal of Hospitality Management . No. 129.

6 – Sylvia.D.P&Andhie, 2018, The effects of work passion, work engagement and job satisfaction on turn over intention of the millennial generation, Journal Management dan pemasaran Jasa, Vol.11. No.2.

7 – Peters,B.2008. Innovation and firm performance : An empirical investigation for german firms. Working paper , Center for European economic research , Mannheim, Germany.

8 – Eren, M.S.2019. The relationships between customer orientation, innovativeness, product innovation performance and firm performance . Journal of Economic and social research. 6(12) .

9 – Hughes, D.J.Lee. A., Tian, A.W., Newman, A.,& Legood.A.2018. Leadership, creativity , and innovation: A critical review and practical recommendations. The leadershipQuarterly , 29(5).

10 – Mumford, M.D., Fichtel . M., England, S., & Newbold,T.R.2023. Leader thinking, follower thinking: leader impacts on follower creative performance . Annual review of organizational psychology and organizational behavior, 10