



اثر میانجی رضایت بازدیدکنندگان از پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست (CHSE) بر وفاداری بازدیدکنندگان با استفاده از مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: شرکت چاپ ایران زمین)

مجید افشار

دانشجوی دکتری تخصصی ایمنی، بهداشت و محیط زیست HSE، دانشکده محیط زیست، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و

تحقیقات، تهران، ایران

majidafshar7313@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف اثر میانجی رضایت بازدیدکنندگان از پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست (CHSE) بر وفاداری بازدیدکنندگان با استفاده از مدل معادلات ساختاری در شرکت چاپ ایران زمین صورت گرفته است. بنابراین در ابتدا ابعاد و گویه های رضایت بازدیدکنندگان از پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست (CHSE) و وفاداری بازدیدکنندگان شناسایی شده و سپس روابط بین متغیرهای شناسایی شده ارائه گردیده است. برای گردآوری داده های مربوط به سنجش متغیرهای تحقیق از یک پرسشنامه استاندارد استفاده شده است که در مجموع شامل شش سازه و ۳۰ سؤال است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. برای محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید و پایایی پرسشنامه برابر ۰/۸۲۶ محاسبه شد که بسیار مطلوب ارزیابی گردیده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان شرکت چاپ ایران زمین است. پس از اطمینان از روایی و پایایی مقیاس های طراحی شده براساس محاسبات انجام شده، پرسشنامه ها در نمونه ای به حجم ۳۸۴ نفر توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده و تعیین روابط بین متغیرها نیز از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها و مدل معادلات ساختاری برای بررسی فرضیات تحقیق بهره گرفته شده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است. طبق تجزیه و تحلیل های صورت گرفته در رابطه با فرضیات پژوهش، رضایت بازدیدکنندگان در رابطه بین پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست سازمان و وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی: رضایت بازدیدکنندگان، پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست (CHSE)، وفاداری بازدیدکنندگان، مدل معادلات ساختاری (SEM)

مقدمه

سرعت تغییر و تحول در آستانه قرن بیست و یکم آن چنان زیاد است که درک مسیر آن به سادگی امکان پذیر نیست (مالیندا و سودیانتونو^۱، ۲۰۲۲) و این در حالی است که مدیران سازمان ها باید خود را در پیچ و خم زمان، متناسب با این تغییر و تحول هدایت و رهبری کنند. در این شرایط، مشتری مداری از عوامل موفقیت یک سازمان محسوب می گردد. به همین دلیل امروزه لازم است صاحبان سازمان ها خود را در آینه مشتری ببینند و سعی نمایند در شرایطی که با گذشت زمان با ظهور برندهای مختلف، رقابت سخت تر و پیچیده تر می شود؛ کاری نمایند که مشتریان از آنها رضایت و خرسندی کامل برخوردار باشند؛ چراکه در هر سازمانی چه تولیدی و چه خدماتی، مهم ترین عامل جهت حفظ و بقاء، مشتریان هستند (غیائی و بیگی، ۱۳۹۷). برداشت

¹ Malinda & Soediantono

مشتری از رضایت در چارچوب انتظارات وی شکل می‌گیرد، یعنی رضایتمندی مشتریان عبارت است از قضاوت میان انتظارات و برداشت‌های ایشان (توکلی و همکاران، ۱۳۹۷). رضایت مشتری را ارزیابی خدمت و یا محصول در رابطه با نیازها و انتظاراتشان تعریف کردند. رضایت مشتری، اصطلاحی در بازاریابی بوده و احساس و نگرش مشتری نسبت به محصول یا خدمتی است که از آن استفاده کرده است (طوسی و همکاران، ۱۴۰۰). وفاداری هم یک مفهوم مهم در استراتژی بازاریابی است و عاملی است که سبب می‌گردد مشتریان مجدداً از محصول یا خدمات یک شرکت استفاده نمایند (بهاری و بهاری، ۱۴۰۰). امروزه، عصر وفاداری است اعم از وفاداری مشتری، وفاداری کارکنان، وفاداری مدیریت، وفاداری به جامعه و اصول، آرمان‌ها و اعتقادات و غیره، تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند که رضایت مندی، به تنهایی کلید نهایی موفقیت و سودآوری نیست. در حقیقت مفاهیم بازاریابی هم که تا دیروز بر این مهم تأکید می‌ورزید، دیگر آن را به رسمیت نمی‌شناسد، بلکه امروزه تنها مشتریانی که احساس تعلق خاطر نسبت به سازمان دارند برای سازمان به عنوان سرمایه‌هایی سودآور و طولانی مدت به شمار می‌روند (توکلی و همکاران، ۱۳۹۷). کارفرمایان همواره باید به این موضوع توجه داشته باشند که بهداشت و منظم بودن محیط کار از جنبه‌های گوناگون بر کارکنان و حتی ارباب رجوع تأثیر بسیار مثبتی دارد و ارزیابی‌ها و دیدگاه‌ها را نسبت به آن کسب و کار به طور کلی تغییر می‌دهد. در دیدگاه نظام آراستگی، پاکیزگی عبارت است از دور ریختن زوائد و پاکیزه کردن اشیاء از آلودگی‌ها و مواد خارجی (دسای و همکاران^۲، ۲۰۲۲). لذا با توجه به اینکه مشتریان هر سازمان، در کانون توجه آن قرار دارند، درک و فهم انتظارات مشتریان به منظور ارضای نیازهایشان و ارائه خدمات مناسب و حتی فراتر از انتظارات آنها برای سازمان‌های مختلف من جمله سازمان‌های خدماتی امری اجتناب ناپذیر است؛ همین امر سبب شده است در بازار رقابتی کنونی، به منظور کسب موفقیت بیشتر، سازمان‌ها به موضوع وفاداری مشتریان و مراجعین خود توجه ویژه‌ای داشته‌باشند؛ چراکه تنها مشتریانی که احساس تعلق خاطر نسبت به شرکتی دارند، برای آن به عنوان سرمایه‌هایی سودآور و طولانی مدت تلقی می‌شوند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۹). رضایت مشتریان و وفاداری بازدیدکنندگان یک برند، به برداشت آنها نسبت به میزان موفقیت آن شرکت در ارائه خدمات بستگی دارد که آن نیز تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. یکی از این عوامل پاکیزگی محیط کار است. اهمیت این موضوع تا جایی است که مسأله پاکیزگی و نظم و ترتیب در تمامی الگوها و استانداردهای مدیریتی و تعالی سازمانی مد نظر قرار گرفته است (پاسبان و همکاران، ۱۳۹۵). رعایت پاکیزگی محیط کار ضمن کاهش ضایعات احتمالی، به افزایش کیفیت خدمات ارائه شده به بازدیدکنندگان و مراجعین، از طریق حفظ سلامت و بهداشت در محیط کار کمک خواهد نمود و می‌تواند در ایجاد محیطی امن و مناسب برای بازدیدکنندگان و مشتریان بسیار تأثیرگذار باشد (تودوروویچ و کاپیک^۳، ۲۰۱۷). یکی دیگر از موارد اثرگذار بر وفاداری مشتریان و بازدیدکنندگان می‌تواند توجه به مسائل حوزه سلامت، ایمنی و محیط زیست باشد؛ بدین شکل که سازمان تلاش نماید قابلیت‌ها و منابع سازمانی خود را در حوزه سلامت، ایمنی و محیط زیست به دینفعان نمایش دهد و بدینوسیله نقش خود در حوزه سلامت، ایمنی و محیط زیست و همچنین تأثیر عملکردش در جهت تعهد به سلامت جامعه و توسعه پایدار را به نمایش بگذارد (بهشتی، ۱۴۰۰). فعالیت‌های اقتصادی آلاینده و تخریب‌کننده به محیط زیست نیز ممنوع است (لسانی و همکاران، ۱۳۹۹) چرا که در سازمان‌ها، پیامدهای مختلفی در محیط زیست ایجاد می‌نمایند (علیزاده، ۱۴۰۰) و شرکت‌ها موظفند نظام‌هایی را ابداع کنند که با کاربرد آنها بتوانند وضعیت محیط زیست را بهبود بخشند (بانوو و دو^۴، ۲۰۱۹).

² Desai et al.

³ Todorovic & Cupic

⁴ Banwo & Du

امروزه ثابت شده که اغلب حوادث به علت اعمال نایمن^۵ و یا شرایط نایمن^۶ به وقوع می پیوندند (بیابانی و همکاران، ۱۴۰۰). مطابق با آمار سازمان بین المللی کار سالانه حدود دو میلیون نفر در محیط کار جان خود را از دست می دهند و صدها هزار کارگر در اثر وقوع حوادث آسیب جدی می بینند (حبیبی و دوامی، ۱۴۰۰). تأمین ایمنی مشتریان و بازدیدکنندگان بسیار حائز اهمیت می باشد چراکه خطراتی که جان و سلامتی کارکنان یک شرکت را تهدید می کند، می تواند به یک بازدید کننده یا مشتری مراجعه کننده با سازمان، نیز آسیب برساند؛ با این تفاوت که احتمال وقوع این خطرات برای ایشان بیشتر است زیرا آموزش لازم برای مواجهه با ریسک های موجود را ندیده اند و ممکن است دانش لازم در خصوص چگونگی محافظت از خود در برابر خطرات را نداشته باشند. لذا توجه به این مهم در هر سازمان تولیدی یا خدماتی ضرورت دارد (وطنی و همکاران، ۲۰۱۹). پاکیزه سازی نوعی بازرسی است. برخی از لوازم، تجهیزات و مکان ها لزوماً باید بسیار پاکیزه و عاری از هر نوع آلودگی نگهداری شوند. (کاکوئی دینکی، ۱۴۰۰). بازرسی محیط کار به پیشگیری از جراحات و بیماری ها کمک می کند و نواقص پاکیزگی، بهداشتی و محیط زیستی را نمایان می سازد (پرمون و همکاران، ۱۴۰۰). هدف از این نظام، حفظ، نگهداری و استانداردسازی است به نحوی که از به هم خوردن دوباره نظم و پاکیزگی ایجاد شده جلوگیری به عمل آید (فرهمند و عسگر پور، ۱۴۰۱). رعایت نظم و نظافت کارگاهی جهت دستیابی به صنعتی منضبط و کارگاهی تمیز با کارگران بهره ور و کاهش ریخت و پاش در محیط کار الزامی می باشد (زوندو^۸، ۲۰۲۱). چرا که شیوه های خوب House Keeping در محل کار باعث بهبود بهره وری و همچنین کاهش میزان آسیب و مرگ و میر در محل کار می شود (برایان، ۲۰۲۲). ایمنی عاملی است که می تواند از نیروی کار در برابر خطرات و تهدیدهای بی شمار محیط کار که از آن جمله می توان به بیماری ها و حوادث ناشی از کار و کهولت های زود هنگام در اثر شرایط نامطلوب، اشاره کرد؛ محافظت می کند (میرسراجی و همکاران، ۱۳۹۹). کارشناسان معتقدند رعایت اصول اساسی و الزامات ایمنی می تواند از بار هزینه های تحمیلی مستقیم و غیرمستقیم ناشی از حوادث و آلوده سازی محیط زیست به سازمان، جلوگیری نموده و به گونه ای موثر به رشد و شکوفایی اقتصادی آنها کمک نماید (حسین زاده و همکاران، ۱۴۰۰) البته ایجاد محیط ایمن کار از وظایف اصلی مدیریت در هر سازمان است (بهرامی و همکاران، ۱۴۰۱) که باید این وظیفه را با شناسایی خطرات، تعریف و توزیع مسئولیت های فردی، آموزش مداوم و پایش مستمر سیستم حفاظت ایمنی و شناسایی نقاط ضعف و قوت این سیستم از ضروریات مدیریت ایمنی می باشد (قربانی سلجو و همکاران، ۱۴۰۰). بهداشت شامل بهداشت عمومی (فردی)، بهداشت محیط و بهداشت حرفه ای می شود و از این لحاظ در پروژه های مختلف حائز اهمیت می باشد (شاهسوئی، ۱۳۹۹). ارتقای سلامت کارکنان، کاهش حوادث و غیبت های ناشی از، افزایش بهره وری، بهبود کیفیت تولید، جلب رضایت مشتریان و اعتلای اعتبار سازمان در وضعیت رضایت شاغلین تأثیرگذار باشند (اکبری و احمدی، ۱۴۰۱). بهداشت محیط کار شامل کلیه خدمات بهداشت محیط، بهداشت تغذیه کارکنان و بهداشت حرفه ای داخل محیط های کاری می باشد (ریس^۹، ۲۰۱۸) و هر اندازه درصد رسیدگی به سلامت کارکنان بالاتر باشد، تأثیرگذاری بر روند رشد و توسعه سازمان ها و جامعه بیشتر خواهد بود (اسدی و خادمی، ۱۴۰۱). رعایت مسائل محیط زیستی می تواند به عنوان یک مزیت رقابتی در جذب و حفظ مشتریان یک سازمان در نظر گرفته شود (بهرامی و همکاران، ۱۴۰۱). اما تجربه ی حضور یک مشتری و بازدیدکننده در محیط شرکت ها بسیار در روند بازاریابی حائز اهمیت است. مشتریان ترجیح می دهند که از محصولات و خدمات شرکتی استفاده کنند که سابقه ی مثبتی در زمینه رعایت ایمنی و بهداشت داشته باشد و به اصول پایداری محیط زیست پایبند باشد. ضمن آنکه

⁵ Unsafe Acts

⁶Unsafe Conditions

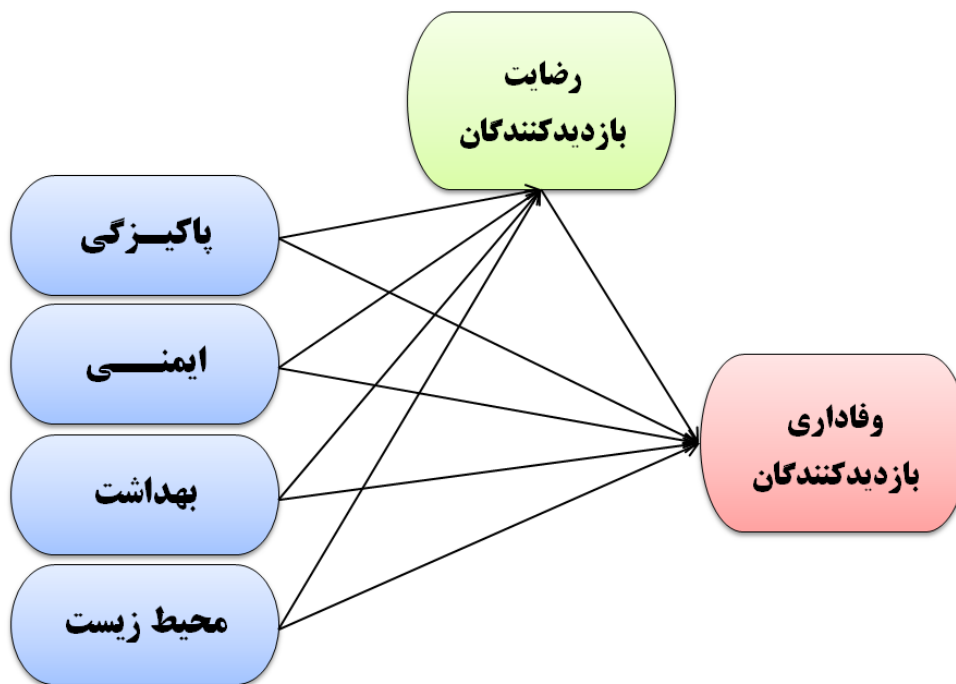
⁷ Vatani et al.

⁸ Zondo et al.

⁹ Reese

پاکیزگی فضای مجموعه نیز نقش کلیدی در ایجاد احساس آرامش خاطر در مشتریان و در نهایت جلب رضایت ایشان دارد. به همین منظور به دلیل رقابت شدید موجود در بازارهای کنونی صنایع مختلف از قبیل صنعت چاپ، توجه به نکاتی که سبب گردد

منافع حوزه‌ی CHSE^{۱۰} مشتریان و بازدیدکنندگان تأمین گردد می‌تواند به بازگشت مجدد ایشان و نیز توصیه محصولات و خدمات شرکت‌ها به سایرین کمک به سزایی نماید. شرکت چاپ ایران زمین نیز تعداد نسبتاً بالایی نیروی انسانی را در خود جای داده است که همگی در راستای جلب رضایت مشتریان فراوان این مجموعه در تلاشند. لذا پس از سالیان متمادی تلاش برای بازاریابی و معرفی برند مذکور، حال با توجه به ضرورت حفظ مشتریان موجود و ارتقای سطح وفاداری بازدیدکنندگان، لازم است اقداماتی در خصوص بهبود مستمر این سازمان صورت گیرد. در همین راستا با نگاه بر مسائل مرتبط با مدیریت HSE، در این پژوهش تلاش خواهد شد تا دریابیم تأثیر رعایت ضوابط پیرامون پاکیزگی محیط کار، ایمنی، بهداشت و محیط‌زیست بر میزان وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران به چه شکلی است و نقش رضایت بازدیدکنندگان در این رابطه چگونه است؟ مدل نظری تحقیق بر اساس مدل مفهومی بدین قرار است که پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط‌زیست متغیرهای مستقل؛ وفاداری بازدیدکنندگان به عنوان متغیر وابسته و رضایت بازدیدکنندگان به عنوان متغیر میانجی، مطابق شکل ۱ می‌باشد:



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (لسارودین و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۲)

در بررسی تحقیقات پیشین در مورد مسئله کنونی، بهرامی و همکاران (۱۴۰۱)، دریافتند بین انتظارات مشتریان و مراجعین در دو بعد ایمنی و بهداشتی با وفاداری و قصد حضور مجدد از نظر آماری رابطه مستقیم و معنی داری وجود داشت. قاسمی و جمالی (۱۴۰۱)، نشان دادند بین ارزیابی کیفیت خدمات با وفاداری مشتری و ارزش درک شده که منجر به وفاداری مشتری می‌شود

¹⁰ Cleanliness, Safety, Health and Environment

¹¹ Lasarudin et al.



رابطه معناداری وجود داشته است. همچنین بین ارزیابی کیفیت خدمات و رضایت مشتری که منجر به وفاداری مشتری می شد رابطه معناداری وجود داشت. آزاد و موسوی فرد (۱۴۰۱)، نشان دادند تأیید تأثیر فعالیت‌های محیط زیستی و پایدار بر تصویر برند و همچنین تأثیر مثبت تصویر برند بر اعتماد، رضایت و وفاداری مشتریان به برند بود و علاوه بر آن، اعتماد و رضایت مشتریان نیز دارای تأثیر مثبتی بر وفاداری به برند داشت. جعفری ندوشن و مقصودی (۱۳۹۹)، نتیجه گیری کردند که برنامه ریزی و اجرای صحیح و منسجم برنامه های HSE می تواند با ارتقاء سلامت نیروی انسانی، بقای محیط زیست و کاهش خسارات وارده

به تجهیزات به توسعه و پیشرفت صنایع و سازمان ها کمک به سزایی کند. فلاح مدواری و همکاران (۱۳۹۹)، نشان داند پرسشنامه طراحی شده جهت بررسی میزان رضایت کارکنان از وضعیت سیستم مدیریت بهداشت حرفه ای، ایمنی و محیط زیست با توجه به مناسب بودن روایی و پایایی آن می تواند در صنایع حال حاضر مورد استفاده قرار گیرد. لسارودین و همکاران^{۱۲} (۲۰۲۲)، دریافتند پاکیزگی، سلامت، ایمنی و محیط زیست پایدار بر وفاداری مشتریان تأثیر می گذاشت و رضایت مشتری در این بین به عنوان متغیر وابسته عمل می کرد. اینگیتا و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۲)، نشان دادند رعایت CHSE به جلب رضایت مشتریان این هتل و رفع تردیدهای ایشان در بازگشت به هتل های این کشور کمک می نمود ولی همچنان نگرانی هایی باقی می ماند. ساراسواتی^{۱۴} (۲۰۲۲)، نشان دادند که بازاریابی بر رضایت مشتری تأثیر مثبت و معناداری داشت ولی بر وفاداری آنان تأثیر کمی داشت. اما کیفیت خدمات ارائه شده هم وفاداری و هم رضایت مشتریان را بهبود می بخشید و رضایت مشتری در رابطه ی بین کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و وفاداری ایشان نقش واسطه‌ای داشت. آردیانسیا و همکاران^{۱۵} (۲۰۲۲)، اعلام کردند گردشگران از عملکرد خدمات ارائه شده توسط مدیران هتل‌های دهکده گردشگری سیلمبر در خصوص CHSE احساس رضایت کامل داشتند و پیاده سازی این استاندارد به افزایش رضایت گردشگران می انجامید. زراری^{۱۶} (۲۰۲۱)، نشان دادند این مطلب بودند که توجه به برنامه‌های ایمنی و بهداشت و آموزش و نظارت بر اجرای این رویه‌ها علاوه بر ایجاد شرایط خوب کاری بر وفاداری افراد و تمایل آنها به ماندن در سازمان تأثیر مثبت خواهد داشت.

روش شناسی تحقیق

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق در زمینه ادبیات پژوهش و مبانی نظری از مطالعه و اطلاعات کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده های میدانی از پرسشنامه استفاده می شود. جامعه آماری در این تحقیق مشتریان شرکت چاپ ایران زمین می باشند. برای تعیین حجم نمونه آماری این پژوهش و تحقیق از فرمول کوکران استفاده گردیده است، که با مدنظر قرار دادن اینکه جامعه آماری مشتریان نامحدود می باشد با بکارگیری فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر به دست می آید که پرسشنامه میان این تعداد توزیع می شود.

در این پژوهش برای جمع آوری داده‌های پژوهش از ابزار پرسشنامه^{۱۷} استفاده گردیده است. سه پرسشنامه در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است که پرسشنامه گویه های ۱ تا ۶ مربوط به پاکیزگی، گویه های ۷ تا ۱۴ مربوط به سلامت، گویه های ۱۵ تا ۲۰ مربوط به ایمنی، گویه های ۲۱ تا ۲۵ مربوط به محیط زیست، گویه های ۲۶ تا ۲۸ مربوط به رضایت مشتری و گویه

¹² Lasarudin et al.

¹³ Inggita et al.

¹⁴ Saraswati

¹⁵ Ardiansyah et al.

¹⁶ Zerrari

¹⁷ Questionire

های ۲۹ تا ۳۰ مربوط به وفاداری مشتری می باشد. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی صوری و محتوایی استفاده شده است. بدین صورت که پرسشنامه به تعدادی از صاحب نظران و اساتید مدیریت و علوم رفتاری داده شده و از آن‌ها در مورد پرسش‌ها و ارزیابی فرضیه‌ها نظرخواهی گردید که به اتفاق پرسشنامه را تایید نمودند. همچنین برای تایید پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده در این پژوهش، در یک مطالعه مقدماتی با توزیع ۳۰ پرسشنامه، برابر ۰/۸۲۴ محاسبه گردیده است. بنابراین پایایی پرسشنامه بسیار مطلوب ارزیابی گردیده است. روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می‌توان به دو دسته روش‌های آماری استنباطی و روش‌های آماری توصیفی تقسیم کرد. تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است.

همچنین برای بررسی وضعیت روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی و بررسی فرضیات تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل اطلاعات

همانطور که توضیح داده شد، در روش‌های توصیفی تلاش بر آن است تا با ارائه جدول و استفاده از ابزارهای آمار توصیفی نظیر؛ شاخص‌های مرکزی و پراکندگی، به توصیف داده‌های تحقیق پرداخته شود، تا این امر به شفافیت موضوع کمک کند. جدول زیر شامل آمار توصیفی برای همه متغیرهای به‌کاررفته در تحقیق هست. در بخش اول مهم‌ترین شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر دهی تحقیق ارائه شده است. از بین شاخص‌های مرکزی، میانگین و میانه و از شاخص‌های پراکندگی، انحراف معیار متغیره استفاده شده است. ارقام این جدول به کمک نرم‌افزار Spss محاسبه شده‌اند.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد	مقدار کولموگوروف-اسمیرنوف	وضعیت	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیدگی
پاکیزگی	C	۰.۰۹۷	نرمال	۳.۷۳۱	۰.۶۱۱	۰.۳۷۳	-۰.۴۹۳	۰.۱۶۹
ایمنی	S	۰.۰۶۴	نرمال	۳.۶۲۵	۰.۶۱۴	۰.۳۷۷	-۰.۲۰۵	-۰.۲۷۷
سلامت	H	۰.۰۸۱	نرمال	۳.۷۳۳	۰.۶۶۱	۰.۴۳۷	-۰.۲۸۸	-۰.۲۹۷
محیط زیست	E	۰.۱۰۰	نرمال	۳.۵۵۱	۰.۷۱۶	۰.۵۱۳	-۰.۴۰۳	-۰.۱۷۸
رضایت بازدیدکنندگان	CS	۰.۱۳۸	نرمال	۳.۸۲۱	۰.۷۱۲	۰.۵۰۶	-۰.۶۴۶	۰.۶۳۸
وفاداری بازدیدکنندگان	CL	۰.۲۰۳	نرمال	۳.۸۸۳	۰.۷۴۲	۰.۵۵۰	-۰.۶۸۷	۰.۳۰۸

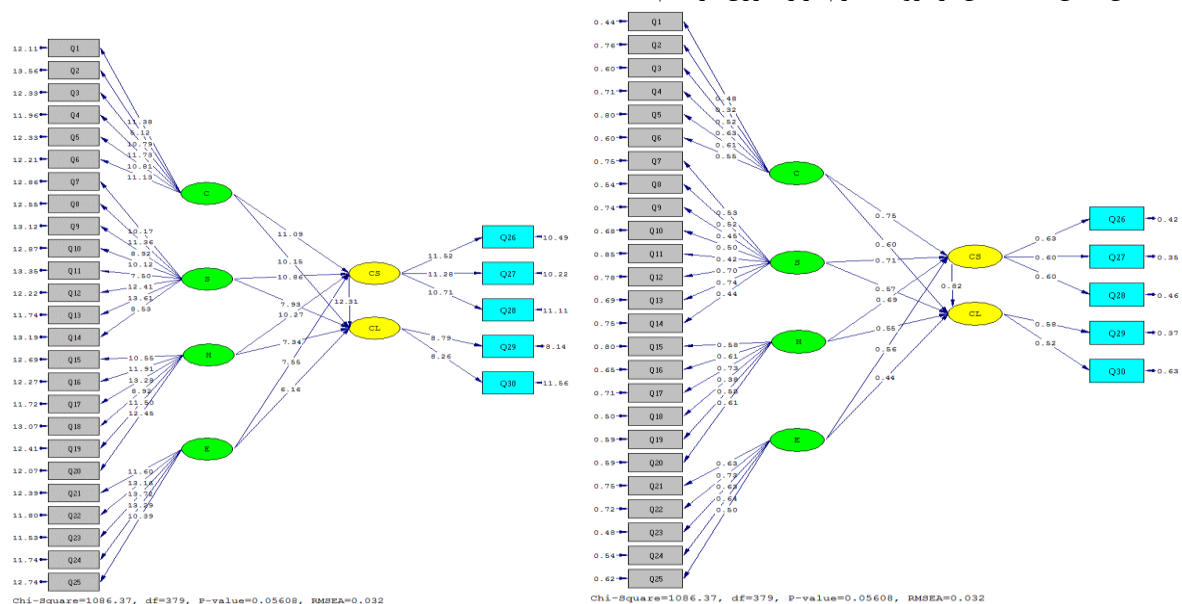
جدول ۱ نشان می‌دهد میانگین تمامی مولفه‌ها بالاتر از عدد ۳ می‌باشد و از آنجاییکه در طیف ۵ گزینه ای که انتخاب شده میانگین بالاتر از ۳ نشان دهنده موافق بودن وضعیت آن متغیر در جامعه آماری می‌باشد.



بعد از تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها، به تحلیل استنباطی داده ها می پردازیم. در تجزیه تحلیل استنباطی، فرضیه های تحقیق مورد ارزیابی و آزمون قرار می گیرند.

از میان روش های مختلفی که برای مطالعه ساختار داخلی یک مجموعه از نشانگرها وجود دارد، تحلیل عاملی تأییدی مفیدترین روشی است که به برآورد پارامتر و آزمون فرضیه ها با توجه به تعداد عامل های زیربنایی روابط میان نشانگرها می پردازد. در این مطالعه از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده ها استفاده شده است. بنابراین با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی ساختار کلی پرسشنامه های تحقیق مورد روائی سنجی محتوایی قرار گرفته است. برای تحلیل عاملی تأییدی و مدل یابی معادلات ساختاری بار عاملی استاندارد و آماره t محاسبه شده است. به طور کلی قاعده زیر حاکم است: قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده، به وسیله بار عاملی نشان داده می شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگ تر از $0/6$ باشد بسیار مطلوب است (هومن، ۱۳۸۸).

مدل معادلات ساختاری نهایی برای سنجش رابطه سازه های اصلی تحقیق استفاده شده است. مدل نهایی در شکل ۲ ارائه شده است. این مدل با اقتباس از برون داد نرم افزار لیزرل ترسیم شده است.



شکل ۲- نتایج تائید مدل نهایی ارتباط و آماره T بین متغیرهای تحقیق

از آنجا که قدرت رابطه مستقیم برابر $0/60$ و قدرت رابطه غیر مستقیم برابر $0/6150$ می باشد، با توجه به بیشتر بودن اثر مسیر غیرمستقیم از مسیر مستقیم بنابراین وجود متغیر میانجی تأثیر را افزایش می دهد و نقش میانجی در فرضیه حاضر مورد تأیید واقع می شود، که نتیجه این فرضیه با تحقیق اینگیتا و همکاران (۲۰۲۲) و لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) همسو می باشد. از آنجا که قدرت رابطه مستقیم برابر $0/57$ و قدرت رابطه غیر مستقیم برابر $0/5822$ می باشد، با توجه به بیشتر بودن اثر مسیر غیرمستقیم از مسیر مستقیم بنابراین وجود متغیر میانجی تأثیر را افزایش می دهد و نقش میانجی در فرضیه حاضر مورد تأیید

واقع می‌شود، که نتیجه این فرضیه با تحقیق بهرامی و همکاران (۱۴۰۱) و لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. از آنجا که قدرت رابطه مستقیم برابر ۰/۵۵ و قدرت رابطه غیر مستقیم برابر ۰/۵۶۵۸ می‌باشد، با توجه به بیشتر بودن اثر مسیر غیرمستقیم از مسیر مستقیم بنابراین وجود متغیر میانجی تأثیر را افزایش می‌دهد و نقش میانجی در فرضیه حاضر مورد تأیید واقع می‌شود، که نتیجه این فرضیه با تحقیق قاسمی و جمالی (۱۴۰۱) و لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. از آنجا که قدرت رابطه مستقیم برابر ۰/۴۴ و قدرت رابطه غیر مستقیم برابر ۰/۴۵۹۲ می‌باشد، با توجه به بیشتر بودن اثر مسیر غیرمستقیم از مسیر مستقیم بنابراین وجود متغیر میانجی تأثیر را افزایش می‌دهد و نقش میانجی در فرضیه حاضر مورد تأیید واقع می‌شود، که نتیجه این فرضیه با تحقیق جعفری ندوشن و مقصودی (۱۳۹۹)، لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) و آردیانسیا و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. قدرت رابطه میان پاکیزگی سازمان و وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین برابر ۰/۶۰ و آماره t آزمون نیز ۱۰/۱۵ بدست آمده است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌گردد، که نتیجه این فرضیه با تحقیق آردیانسیا و همکاران (۲۰۲۲)، اینگیتا و همکاران (۲۰۲۲) و لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. قدرت رابطه میان ایمنی و وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین برابر ۰/۵۷ و آماره t آزمون نیز ۷/۹۳ بدست آمده است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌گردد، که نتیجه این فرضیه با تحقیق زراری (۲۰۲۱)، لسارودین و همکاران (۲۰۲۲) و بهرامی و همکاران (۱۴۰۱) همسو می‌باشد. قدرت رابطه میان بهداشت و وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین برابر ۰/۵۵ و آماره t آزمون نیز ۷/۳۴ بدست آمده است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌گردد، که نتیجه این فرضیه با تحقیق زراری (۲۰۲۱) و آردیانسیا و همکاران

(۲۰۲۲) همسو می‌باشد. قدرت رابطه میان محیط زیست و وفاداری بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین برابر ۰/۴۴ و آماره t آزمون نیز ۶/۱۶ بدست آمده است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌گردد، که نتیجه این فرضیه با تحقیق اینگیتا و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

این پژوهش با هدف بررسی اثر میانجی رضایت بازدیدکنندگان از پاکیزگی، ایمنی، بهداشت و محیط زیست (CHSE) بر وفاداری بازدیدکنندگان با استفاده از مدل معادلات ساختاری در شرکت چاپ ایران زمین در طیف‌های مختلف شغلی و با تحصیلات متفاوت و با سنین مختلف صورت گرفته است تا با دیدگاهی تحلیلی و مقایسه‌ای نتایجی با دقت و قابلیت اتکای بیشتری بدست آید. به هر میزان رضایت مراجعین و مشتریان از پاکیزگی شرکت چاپ ایران زمین بیشتر باشد، تمایل بیشتری برای خرید محصولات و خدمات آن خواهند داشت و علاوه بر آن، این شرکت را به سایر مصرف کنندگان نیز معرفی خواهند نمود. لذا به منظور بهبود شرایط پاکیزگی و جلب رضایت بازدیدکنندگان در این خصوص، لازم است برنامه‌ریزی‌های مناسبی برای اجرای نظافت و House Keeping در شرکت صورت پذیرد و با در نظر گرفتن بازرسی‌های روزانه از پیاده سازی این روند اطمینان حاصل نمود. همچنین لازم است خط مشی شرکت به گونه ای تنظیم گردد که پاکیزگی محیط شرکت مدنظر قرار گیرد و حمایت‌های لازم در خصوص تأمین نیروی انسانی مرتبط و تجهیزات لازم در این خصوص صورت پذیرد. یکی از مباحث حائز اهمیت برای مشتریان، بازدیدکنندگان و مراجعین به هر سازمانی سوابق حوادث و سطح ایمنی آن سازمان در روند تولید محصولات و یا ارائه خدمات می‌باشد و به هر میزان یک سازمان از نظر ایمنی خوشنام تر باشد در روند جذب و حفظ مشتریان موفق تر خواهد بود. لذا به مسئولین شرکت چاپ ایران زمین توصیه می‌گردد ضمن به کارگیری متخصصین حوزه ایمنی، با انجام ارزیابی ریسک و شناسایی فعالیت‌های پرخطر، اقدامات پیشگیرانه و کنترلی لازم در خصوص مهار حوادث در محیط این شرکت را اجرایی نمایند. یکی از مهم ترین مسائلی که عموماً مشتریان و بازدیدکنندگان یک واحد صنعتی مورد توجه قرار می‌دهند، موضوع بهداشت در سطح فردی و محیطی در آن سازمان است. بنابراین لازم است در محیط شرکت چاپ ایران

زمین، امکانات بهداشتی کافی برای این منظور فراهم گردد؛ از آن قبیل می توان به تعداد کافی سرویس بهداشتی، ضد عفونی و گندزدایی سطوح، سم پاشی و طعمه گذاری در راستای از بین بردن حشرات و حیوانات موذی و نیز اجرای دستورالعمل های بهداشتی در خصوص دفع زباله و فاضلاب اشاره نمود. علاوه بر آن می توان سیستم هایی برای تشویق و یا تنبیه کارکنان در خصوص رعایت پروتکل های بهداشتی در نظر گرفت. با توجه به روند روز افزون تخریب محیط زیست، ایجاد محیطی که همسو با اهداف زیست محیطی و توسعه پایدار باشد می تواند موجب تشویق مشتریان و بازدیدکنندگان برای ادامه همکاری با شرکت باشد. به همین منظور به مسئولین شرکت چاپ ایران زمین توصیه می گردد ضمن پایبندی به اصول استاندارد ISO 14001، اقدامات مخرب و تهدید کننده ی محیط زیست را شناسایی و نسبت به حذف و جایگزینی آن با روش های جدید تلاش نمایند. ضمن آنکه صرفه جویی در مصرف انرژی می تواند به عنوان یک اصل اساسی در روند کاهش تخریب محیط زیست در دستور کار این شرکت قرار گیرد؛ که نتیجه ی تمامی این اقدامات حمایت از منابع زیست محیطی به عنوان مهم ترین سرمایه نسل آینده خواهد بود که جلب رضایت و وفاداری بازدید کنندگان را به همراه خواهد داشت. جدا از تلاش آگاهانه کارمندان برای پاکیزه نگه داشتن محل کار، لازم است اطمینان حاصل گردد که محل کار به طور مرتب توسط متخصصان نظافت تمیز می شود. همچنین لازم است سازمان دهی مناسبی در خصوص چیدمان وسایل، کابل کشی ها و نظافت سطوح و کف در شرکت چاپ ایران زمین صورت پذیرد تا تصویری که بازدیدکنندگان و مشتریان از این شرکت به خاطر می آورند یادآور محیطی پاکیزه و عاری از بی نظمی باشد. بدین ترتیب این افراد احساس آرامش بیشتری خواهند نمود و به آن وفادار خواهند ماند. به همین

منظور لازم است در این شرکت، مسئولیت هر فرد در خصوص پاکیزگی محیط کار به وی ابلاغ گردد و لوازم مورد نیاز در این خصوص به وی تحویل گردد. ضمن آنکه پرسنل خدماتی نیز باید بازرسی های خود را به طور مداوم برای رفع نواقص و خرابی های منجر به بی نظمی در محیط کار ادامه دهند. برای بهبود روند ایمنی در این شرکت علاوه بر اقدامات سخت افزاری از قبیل حذف و جایگزینی اقدامات مخاطره آمیز با روش های مهندسی و امثال آن، لازم است در راستای فرهنگ سازی ایمنی و بهبود جو ایمنی در سازمان نیز اقداماتی صورت پذیرد که این مهم از طریق آموزش پرسنل و ارتقای سطح آگاهی ایشان در خصوص مسائل ایمنی با برگزاری دوره های آموزشی امکان پذیر است. در کنار این مسائل لازم است امکانات لازم برای حفاظت از ایمنی پرسنل و بازدیدکنندگان شرکت چاپ ایران زمین فراهم گردد که از آن جمله می توان به نصب سیستم های اعلان و اطفای حریق و یا تأمین ایمنی دستگاه ها و سیستم های برق رسانی من جمله نصب سیستم ارت اشاره نمود. در نهایت توصیه می گردد در هنگام ورود به شرکت از طریق نصب بنر و یا آموزش شفاهی، ریسک های احتمالی به بازدیدکنندگان معرفی و راه های خروج اضطراری و نقاط پرخطر به ایشان معرفی گردد. برای تأمین هر چه بیشتر بهداشت در محیط شرکت چاپ ایران زمین بهتر است ضمن انجام معاینات بدو استخدام، به صورت دوره ای سلامت کارکنان خدماتی و بهداشتی مورد ارزیابی قرار گیرد. علاوه بر آن داشتن کارت بهداشت برای این افراد الزامی است. از سوی دیگر بهداشت محیط کار نیز باید به شکلی منطبق با استانداردهای بین المللی و سیستم S5 رعایت گردد. به همین منظور توصیه می گردد به منظور جلب نظر مشتریان و بازدیدکنندگان این شرکت، یک کارشناس بهداشت محیط به طور مداوم شرایط بهداشتی این شرکت را ارزیابی نموده و با همکاری مدیریت، نواقص احتمالی را مرتفع نماید و تلاش کند بهداشت محیط کار به شکل مستمر بهبود یابد. حل مسائل زیست محیطی تنها به موارد درون سازمانی خلاصه نمی شود، بلکه هدف اصلی تضمین سلامت و محیط سالم برای کل جامعه است. لذا عدم برخورداری از برنامه مناسب برای کنترل آلودگی هوا، آب یا آلاینده های دیگر در شرکت چاپ ایران زمین، می تواند تاثیر مخربی روی محیط زیست داشته باشد. لذا لازم است براساس مقررات کشور و سازمان محیط زیست، در این شرکت نیز درباره مسائل زیست محیطی مربوط به هوا، آب و خاک برنامه های مشخصی تدوین گردد تا عوامل موثر بر این موارد را کنترل و از آسیب به محیط زیست



جلوگیری گردد؛ این اقدام علاوه بر حفاظت از محیط زیست در ایجاد احساس مثبت در مشتریان و بازدیدکنندگان این شرکت نیز تأثیر خواهد داشت. از جمله اقدامات پیشنهادی در این خصوص استقرار سیستم‌های مدیریت پسماند، توسعه فضای سبز، صرفه جویی در مصرف منابع و کاهش آلاینده هاست.

منابع:

- ۱) آزاد، ناصر؛ موسوی فرد، مهتاب السادات؛ (۱۴۰۱) "تأثیر اقدامات بازاریابی پایدار بر وفاداری برند در محصولات لبنی با توجه به نقش تصویر برند، اعتماد و رضایت مشتریان" فصلنامه دانش کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۴، پیاپی ۴.
- ۲) اسدی، سید احسان؛ خادمی، فاطمه؛ (۱۴۰۱) "بررسی تاثیر استقرار استانداردهای مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه ای و مدیریت زیست محیطی بر عوامل محیطی و رضایت کارکنان در مجتمع صنعتی مورچه خورت اصفهان- یک مطالعه قبل و بعد" ششمین کنفرانس بین المللی بهداشت، بحران و ایمنی.
- ۳) اکبری، حمید؛ سربندی، فهیمه؛ (۱۴۰۱) "بررسی ارتباط مدیریت ایمنی سلامت با رضایت شغلی و بهبود عملکرد کارکنان در مراکز تولیدی (مورد مطالعه: شرکت واحد صنعتی پیشاک هاکوپیان)" بهداشت کار و ارتقای سلامت، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۵۶-۲۶۸.
- ۴) بهاری، جعفر؛ بهاری، شهلا؛ (۱۴۰۰) "رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت، وفاداری و اعتماد مشتری، در هتل‌های انقلاب و لاله شهر تهران" دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره ۹، شماره ۱۸، صص ۲۳۱-۲۵۰.
- ۵) بهرامی، شهاب؛ کیانی، محمدسعید؛ نظری، لیلیا؛ بررسی انتظارات مشتریان در ابعاد ایمنی و بهداشتی از اماکن ورزشی به منظور افزایش وفاداری و حضور مجدد، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، (۱۴۰۱)، دوره ۴، شماره ۴.
- ۶) بهشتی، فاطمه؛ بررسی مزایای رقابتی وجود بخشی به‌عنوان HSE در وبسایت سازمان ها، کنفرانس بین المللی تکنیک های توسعه پایدار در مدیریت و مهندسی صنایع با رویکرد شناخت چالش های دائمی، (۱۴۰۰)، دوره نهم.
- ۷) بیابانی، اعظم؛ ذکایی، مجتبی؛ فلاحتی، محسن؛ (۱۴۰۰) "بررسی ارتباط شیوع حوادث شغلی با فاکتورهای فردی و شغلی در محیط کار مطالعه موردی: صنایع استان قم" فصلنامه بهداشت کار و ارتقای سلامت، دوره ۵، شماره ۳.
- ۸) پاسبان، محمد؛ ابراهیمی، محمدصادق؛ محمدی پور، علی؛ نظام آراستگی SS در سازمان، همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین، (۱۳۹۵)، دوره سوم، گرگان.
- ۹) پرمون، غلامحسین؛ روحی، پرهام؛ روحی، پژمان؛ (۱۴۰۰) "اصول بازرسی ایمنی (به همراه مجموعه چک لیست‌های بازرسی)" انتشارات: فن آوران، چاپ اول.



- ۱۰) توکلی، احمد؛ کفاش پور، آذر؛ نیکو، حسین؛ بررسی تأثیر کیفیت خدمات درک شده بر وفاداری مشتری به واسطه ی تصویر ذهنی شرکت و رضایت مشتری با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر هزینه های جابجایی (مورد مطالعه: شعب بانک سینا در مشهد)، پژوهش های مدیریت راهبردی، (۱۳۹۷)، دوره ۲۳، شماره ۶۵، صص ۱۸۵-۲۰۷.
- ۱۱) جعفری ندوشن، مهدی؛ مقصودی، علی؛ (۱۳۹۹) "ارزیابی تأثیر اجرای برنامه های مدیریت سلامت، ایمنی و محیط زیست کاری: یک مطالعه مروری" سیزدهمین همایش دانشجویی تازه های علوم بهداشتی کشور.
- ۱۲) حبیبی، طیبه؛ دوامی، امیرحسین؛ (۱۴۰۰) "بررسی و تجزیه و تحلیل حوادث ناشی از کار ثبت شده در اداره کار و اموراجتماعی شهرستان آبادان" یازدهمین همایش سراسری محیط زیست، انرژی و منابع طبیعی پایدار.
- ۱۳) حسین زاده، جواد؛ اولاد عظیمی، حسین؛ جوادیان، رضا؛ براری، وحید؛ (۱۴۰۰) "بررسی نقش سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست HSE-MS در کاهش حوادث" پنجمین کنفرانس علوم و فناوری های شیمی کاربردی: نفت، گاز و پتروشیمی.
- ۱۴) شاهسوئی، عباس؛ (۱۳۹۹) "ایمنی و بهداشت محیط کار" ناشران: دانشگاه جامع علمی- کاربردی، مرکز نشر دانشگاهی.
- ۱۵) صالحی، صادق؛ بهاری، جعفر؛ محمدی، سمیرا؛ تأثیر کیفیت رابطه با مشتری بر وفاداری مشتریان در صنعت رستوران داری، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، (۱۳۹۹)، دوره ۱۵، شماره ۵۰، صص ۶۱-۹۵.
- ۱۶) طوسی، محمدعلی؛ سادات رسول، سیدمهدی؛ شفیعا، سپیده؛ (۱۴۰۰) "شناسایی عوامل مؤثر بر تجربه مشتری و تأثیر رضایت مشتری بر خرید مجدد در خرده فروشی های آنلاین (مورد مطالعه: دیجیکالا)" چشم انداز مدیریت صنعتی، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۲۷۱-۲۹۳.
- ۱۷) علیزاده، سید شمس الدین؛ (۱۴۰۰) "سیستم مدیریت ایمنی، بهداشت و محیط زیست (ویژه بازرسان کار و مسئولین ایمنی)" ناشر: مرکز تحقیقات و تعلیمات حفاظت فنی و بهداشت کار وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، چاپ اول.
- ۱۸) غیائی، مجید؛ بیگی، الهام؛ بررسی عوامل کیفی مؤثر بر کیفیت ادراک شده مشتری و وفاداری رفتاری نسبت به برند، کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، (۱۳۹۷)، دوره چهارم.
- ۱۹) فرهمند، فرزاد؛ عسگرپور، رسول؛ (۱۴۰۱) "مروری بر اثر پیاده سازی و اجرای نظام آراستگی (5S) در شرکت های تولیدی" سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت.
- ۲۰) فلاح مدواری، روح اله؛ فرهنگ دهقان، سمیه؛ لعل، فریدون؛ عباسی بلوچخانه، فائزه؛ فلاح مدواری، علیرضا؛ (۱۳۹۹) "طراحی و اعتبار یابی پرسشنامه بررسی میزان رضایت کارکنان از وضعیت سیستم مدیریت بهداشت حرفه ای، ایمنی و محیط زیست (HSE-MS)" مهندسی بهداشت حرفه ای، دوره ۷، شماره ۱، صص ۳۱-۴۰.
- ۲۱) قاسمی، مازیار؛ جمالی، طاهر؛ تأثیر ارزیابی کیفیت خدمات در وفاداری مشتری با نقش میانجی ارزش درک شده و رضایت مشتری، کنگره و نمایشگاه بین المللی صنعت و بازار سازهای نوین، (۱۴۰۱)، دوره اول.



- ۲۲) قربانی سلجو، رحیم؛ افضلی، ندا؛ شیخ الاسلامی، نادر؛ صالحی صدقیانی، جمشید؛ روحی دهبه، سودابه؛ فرهاد، سعید؛ (۱۴۰۰) " بررسی تأثیر استقرار مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی در کاهش مخاطرات آزمایشگاهی بر اساس استاندارد ۱۰۵۵۱ در انستیتو پاستور ایران " فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۱۸۷-۲۱۱.
- ۲۳) کاکویی دینکی، عیسی؛ (۱۴۰۰) " نظام آراستگی " انتشارات: به اندیش، چاپ اول.
- ۲۴) لسانی، سید بهزاد؛ مشهدی، علی؛ حبیب نژاد، احمد؛ حبیبی مجنده، محمد؛ (۱۳۹۹) " راهکارهای حفاظت از محیط زیست در فعالیتهای اقتصادی در ایران " فصلنامه مطالعات حقوق عمومی، دوره ۵۰، شماره ۳، صص ۸۹۹-۹۲۰.
- ۲۵) میرسراجی، شبانم؛ کریمی، علی؛ عابدی، مجتبی؛ عرب عامری، رضا؛ اسماعیلی، احمد؛ حمزئیان زیارانی، مصطفی؛ ناصرزاده، زهرا؛ علیزاده، شمس الدین؛ (۱۳۹۹) " ایمنی برای محیط کار " انتشارات: فن آوران، چاپ سوم.
- 26) Ardiansyah, I., Krisnadi, A. R., Dewantara, Y. F., & Hanifah, R. D. (2022, December). Analysis of Tourist Satisfaction Towards Implementation of CHSE Protocol for Homestay in Cilember Tourism Village. In International Academic Conference on Tourism (INTACT) " Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions"(INTACT 2022) (pp. 319-339). Atlantis Press.
- 27) Banwo, A. O., & Du, J. (2019). Workplace pro-environmental behaviors in small and medium-sized enterprises: An employee level analysis. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1-20.
- 28) BRYAN, L. Q. (2022). EVALUATION OF HOUSEKEEPING ISSUES ON CONSTRUCTION SITES IN SINGAPORE.
- 29) Desai, P. P., Dafale, V. S., Kumbhar, G. S., Kamble, R. V., & Kale, M. S. (2022). A STUDY ON EMPLOYEE HEALTH, SAFETY & CLEANLINESS IN MECHANICAL INDUSTRY. *Journal homepage: www.ijrpr.com ISSN, 2582, 7421.*
- 30) Inggita, J., Satrya, I. D. G., & Anshori, M. Y. (2022). Implementation of CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) to Gain Consumer Trust at Primebiz Hotel Surabaya. *Advances in Global Economics and Business Journal*, 3(2), 70-79.
- 31) Lasarudin, A., Alvianna, S., Zuhria, A. S., & Hidayatullah, S. (2022). Mediation Effect of Visitor Satisfaction from Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainable (CHSE) Relationships on Visitor Loyalty at Kaliwatu Rafting Tourist Destinations Batu City. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 5(1), 1-7.
- 32) Malinda, A., & Soediantono, D. (2022). Benefits of implementing ISO 45001 occupational health and safety management systems and implementation suggestion in the defense industry: A literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(2), 35-47.
- 33) Reese, C. D. (2018). *Occupational health and safety management: a practical approach*. CRC press.
- 34) Saraswati, E. (2022). Market Orientation, Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Sharia Banking in Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 26-41.
- 35) Todorovic, M., & Cupic, M. (2017). How does 5s implementation affect company performance? A case study applied to a subsidiary of a rubber goods manufacturer from Serbia. *Engineering Economics*, 28(3), 311-322.
- 36) Vatani J, Farhadi Hassankiadeh R, Faghihnia Torshizi Y. The new structure of economic evaluation health, safety and environment-management system (hse-ms) approach to estimate the cost of accident human. *Iran Occupational Health*; (2019), 15(6): 52-62.

8th International Conference on

Safety and Health

www.hse.bonf.ir

هشتمین کنفرانس بین المللی

ایمنی و بهداشت

37) Zerrari, Z. (2021). The effect of occupational health and safety programs on organizational loyalty (Master's thesis, Altınbaş Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

38) Zondo, R. W. D. (2021). Effectiveness of housekeeping methodology on productivity in the automotive parts manufacturing organisation in South Africa. QUALITY-ACCESS TO SUCCESS, Vol. 22, Issue 181.