

ارزیابی کیفی صفحات وب فدراسیون فوتبال از دیدگاه کاربران

فرهاد فتحی^{۱*} - سردار محمدی^۲ - سمیرا قبادی^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران ۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه کردستان،

سنندج، ایران ۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۰۳/۱۷)

چکیده

ارزیابی کیفیت صفحات وب از دیدگاه کاربران، نقشی سازنده در طراحی و توسعه آن به‌ویژه در فدراسیون‌های ورزشی دارد. زیرا توسعه‌دهندگان وب را با دیدگاه کاربر، آشنا و به آنان در خلق وبسایت‌های کاربرمدار در بازار رقابتی امروز کمک می‌کند. وب‌کوال به‌عنوان مدل ارزیابی کیفیت صفحات وب، می‌کوشد تصویری از کیفیت وبسایت از دیدگاه کاربران، در دو وضعیت موجود و مورد انتظار ارائه دهد. در پژوهش حاضر، تلاش شده کیفیت صفحات وب فدراسیون فوتبال، با رویکرد پیمایشی - تحلیلی و با استفاده از جدیدترین ویرایش مدل وب‌کوال (ای‌کوال) ارزیابی و بررسی شود. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه، از نظر متخصصان ($n=30$)؛ برای تعیین پایایی از آلفای کرونباخ (0.76)؛ و برای تحلیل داده‌ها نیز از روش آماری توصیفی و استنباطی مناسب استفاده شد. یافته‌ها تفاوت معناداری بین کیفیت موجود و کیفیت مورد انتظار صفحات از دیدگاه کاربران نشان دادند. وبسایت‌ها نوعی نظام اطلاعاتی‌اند که برای نشان دادن تصویری واقعی از سازمان و اطلاع‌رسانی درباره خدماتی که سازمان به مشتریان و کاربران عرضه می‌کند ایجاد می‌شوند. اینکه وبسایت‌ها تا چه میزان به هدف‌های تعیین‌شده نایل شوند موضوعی است که کیفیت آنها را منعکس می‌کند. جلب رضایت کاربران و مشتریان و برآوردن خواسته‌های آنان مهم‌ترین عامل کیفیت قلمداد می‌شود.

واژه‌های کلیدی

ای‌کوال، فدراسیون فوتبال، کاربران اینترنتی، کیفیت صفحات وب، وبسایت ورزشی.

مقدمه

ارتباطات را می‌توان تبادل اطلاعات و تداعی معانی، و همچنین انتقال اطلاعات از فرستنده به گیرنده به‌طوری‌که قابل درک باشد دانست (۱۲). هر سازمان ورزشی با چهار دسته مخاطب مواجه است: الف) مخاطبان فعلی، ب) مخاطبان گذشته، ج) مخاطبان آتی، د) مخاطبان رقیب، که در برابر هر یک از این مخاطبان وظایف ویژه‌ای دارد (۱۰). برقراری ارتباط مداوم و دوطرفه از طریق وبسایت از وظایف بازاریابان ورزشی در برابر هر چهار دسته مخاطب است (۵). فناوری الکترونیکی، ارتباط آسان مخاطبان در هر نقطه از دنیا به وبسایت‌ها با سازمان‌های ورزشی را امکان‌پذیر می‌کنند (۲). وبسایت‌ها را می‌توان سکویی برای برقراری ارتباط با مشتریان و مخاطبان و تسهیل تعاملات دانست. حضور وب به‌منزله یک محمل نوین اطلاع‌رسانی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در سده اخیر، به تغییرات عظیمی در شیوه زندگی و تعاملات بشر منجر شده است، به‌گونه‌ای که می‌توان وب را بخش جدایی‌ناپذیر زندگی انسان قرن بیست‌ویکم دانست. تأثیر وب بر نحوه فعالیت کاربران و برعکس دیدگاه کاربران در مورد خدماتی که از طریق وب ارائه می‌شود، می‌تواند مکمل و توسعه‌دهنده سهولت کاربری وب و طراحی آن برای توسعه‌دهندگان وبسایت‌ها باشد. در این میان توسعه‌دهندگان وبسایت‌ها نیازمند به‌کارگیری استانداردها و رویه‌های مناسبی هستند تا کارایی، دسترس‌پذیری و قابلیت اجرایی وب را تضمین کنند (۱۵). به‌همان میزان که سازمان‌ها به‌منظور ارتباط و تعامل با کاربران خود از اینترنت بهره می‌جویند، طراحی مناسب صفحات وب آنها به موضوع اصلی در این سازمان‌ها تبدیل شده است. جلب نظر کاربران و حفظ آنها، نیازمند دانش عمیق درباره نیازهای اطلاعاتی کاربران و تشخیص به‌موقع راهکارهاست (۷).

امروزه اهمیت وبسایت‌ها برای سازمان‌ها بیشتر از محصولات و خدمات آنهاست، زیرا اکثر محصولات با استفاده از اینترنت به فروش می‌رسد. بنابراین سازمان‌ها باید دارای وبسایتی باشند که انتظارات مشتریان را برآورده کند. همچنین پژوهش‌های زیادی بر اهمیت نظر کاربران به‌عنوان مشتریان اصلی وبسایت‌ها تأکید داشته‌اند (۱۸، ۱۷، ۱۴، ۱۳، ۱۱، ۱۰).

تات^۱، اورمان^۲، هوپ^۳ و بارنز^۴ در سال ۲۰۰۷ در تحقیقی با هدف ارزیابی کیفیت خدمات مورد استنباط در درگاه‌های وب دانشگاهی، ابتدا به بررسی نسخه جدید مدل وب‌کوال (ای‌کوال) پرداختند و سپس کارایی این مدل را در ارزیابی درگاه‌های دانشگاهی به تصویر کشیدند. این پژوهش از لحاظ کارایی مدل و تطابق آن با جوامع دانشگاهی و بررسی درگاه‌ها در اطلاع‌رسانی الکترونیکی از طریق صفحات وب مراکز علمی و پژوهشی، توانسته است ابعاد جدیدی از کیفیت خدمات الکترونیکی درگاه‌های دانشگاهی را با تلفیقی که در مدل‌های ارزیابی کیفیت انجام داده است، به‌صورت رویکرد نوینی در حوزه ارزیابی کیفیت خدمات الکترونیکی و صفحات وب دانشگاهی اعمال کند. در زمینه خدمات الکترونیکی در محیط وب، واقعیت آن است که چنانچه کاربران برای استفاده هرچه موثرتر از یک وبسایت، قادر به شناخت و درک کیفیت مناسب و ویژگی‌های لازم آن نباشند و ندانند که یک وبسایت خوب طراحی‌شده باید از چه ویژگی‌ها و مشخصه‌هایی برخوردار باشد تا امکان دستیابی هر چه موثرتر به اطلاعات مورد نیاز آنان را فراهم کند، خواه‌ناخواه استفاده از آن سایت را موجب اتلاف وقت می‌دانند و آن را

1 . Tate

2 . Evermann

3 . Hoope

4 . Barnez

است که مبتنی بر تجزیه و تحلیل های وب کوال ۳/۰ است و از طریق مطالعات گسترده، برای حمایت و غنای هر چه بیشتر ابعاد آن به دست آمده است. تغییر عمده این مدل، افزایش تأکید بر کاربردپذیری نسبت به سایر موارد همچون کیفیت سایت است. همچنین این مدل بر تجارب کاربر و ویژگی های سایت تأکید بیشتری دارد (۱۷).

صرفه جویی در هزینه و زمان، نبود محدودیت در دسترسی و روزآمدسازی اطلاعات، از دلایلی است که وب جهان گستر را به فراگیرترین محمل اطلاعاتی مبدل کرده است. مدیران سازمان ها نیز از دیرباز در پی افزایش ارتباط سودمند میان وب گاه ها و کاربران آنها بوده اند و به منظور افزایش این ارتباط مؤثر و افزایش خرد و دانایی در سطح جامعه، همواره تلاش کرده اند، زیرا اطلاعات صرف نظر از محملی که بر بستر آن قرار خواهد گرفت، ارزش فراوانی دارد و به خلق دانایی می انجامد. از این رو، با توجه به تأثیر وب گاه ها در اعتلای سطح تولیدات علمی و اطلاعاتی در جامعه و افزایش رقابت میان آنها و در راستای رسیدن به هدف های متعالی توسعه علمی در جوامع مختلف بشری، درک انتظارات کاربران از خدمات اطلاع رسانی وب گاه ها و سنجش کیفیت خدمات اطلاعاتی آنها برای مدیران سازمان ها ضروری است (۱).

مقوله طراحی و ارزیابی وب سایت ها در عرصه های سازمانی نیز اهمیتی دوچندان می یابد. سازمانی که صفحات وب آن در استفاده و تعامل با کاربر با مشکل روبه روست، طبیعی است که تصویر ضعیفی را از خود به نمایش می گذارد و جایگاه آن سازمان را نیز ضعیف می کند. بنابراین ضروری است که هر سازمانی با توجه به ادراک ها و ملاک های کاربران، قادر به ارزیابی کیفیت صفحات وب خود باشد. بدین ترتیب، سازمان می تواند صفحات وب خود را بهبود ببخشد و در عرصه سازمانی در برابر رقیبان خود به الگو تبدیل شود (۶).

رها خواهند کرد (۳). از این رو، برای ارزیابی کیفیت وب سایت ها از روش هایی استفاده می شود که از آن جمله می توان به «وب کوال» به عنوان یکی از ابزارهای ارزیابی کیفیت وب سایت های الکترونیکی اشاره کرد. وب کوال ابزار مناسبی برای برآورد کیفیت مورد استنباط از عملکرد یک سازمان است (۴). اساس شکل گیری وب کوال و توسعه آن در سال ۱۹۹۸ و با به کارگیری داده های کیفی حاصل از مطالعات گروهی است. در این مطالعات گروهی با ارزیابی وب سایت های مدارس بازرگانی، مفهوم «کیفیت اطلاعات ارائه شده توسط صفحات وب» بیشتر از مفاهیم دیگری همچون موضوعات بازرگانی و تجاری بررسی شده است (۸). وب کوال از آغاز پیدایش خود و در طی مدتی نزدیک به ده سال، ویرایش های مختلفی به خود دیده است و در پژوهش های گوناگون، با توجه به جامعه مورد مطالعه و نیازهای موجود، از انواع مختلف آن استفاده شده است که می توان آنها را به ترتیب وب کوال ۱/۰، ۲/۰، ۳/۰ و ۴/۰ نامید. در اولین مدل و پرسشنامه های آغازین وب کوال، این ابزار متشکل از ۴ بعد، ۱۲ سازه و ۳۵ مؤلفه بود که ۴ بعد آن به ترتیب سودمندی، سهولت استفاده، سرگرمی و ارتباط متقابل نام داشت. این پرسشنامه، پایه و اساس سایر انواع نسخه های وب کوال در طراحی های بعد شد؛ به طوری که در نسخه های اخیر، این مدل که به ای کوال تغییر نام داده است، مبتنی بر توسعه کارکرد کیفیت (QFD) است. در ساختار ای کوال، از کاربران وب سایت ها خواسته می شود تا وب سایت های بررسی شده را براساس فهرستی از موارد بیانگر کیفیت، ارزیابی کرده و این وب سایت ها را براساس اهمیتی که برایشان دارد، رتبه بندی کنند. ای کوال، چندین مرتبه در معرض تغییر و تکرار قرار داده شده است (۷). در بررسی های انجام گرفته، نسخه اخیر وب کوال (۴/۰) به ای کوال تغییر نام یافته

در حوزه مطالعات انجام گرفته، می توان به پژوهش احمدی (۱۳۸۶) اشاره کرد که دریافت از نظر کاربران، بیشترین میزان ارزش گذاری سازه ها در بین سیزده وب گاه مورد مطالعه، متعلق به سازه «اطمینان» در بعد «سودمندی» است که آن را در وضعیت مطلوب قرار می دهد و کمترین میزان ارزش گذاری از نظر کاربران متعلق به سازه «زمان پاسخ دهی» در بعد «سودمندی» است (۱).

ورزش از مشخصه های منحصر به فردی برخوردار است، از جمله ناملموس بودن، تفکیک بودن، متغیر بودن، غیرقابل ذخیره بودن و پیش بینی ناپذیر بودن محصول و خدمات ورزشی. از طرفی تمام ابعاد و فرایند بازار را می توان با اینترنت و فناوری وب انجام داد. در همین زمینه الهی و بوخاری^۱ (۲۰۱۳)، پژوهشی را با عنوان «عوامل موثر بر کیفیت وبسایت های اجتماعی» انجام دادند که نتایج نشان داد جذابیت ظاهری تأثیر کمتری نسبت به دیگر عوامل (سرگرمی، بهره وری، حفظ حریم خصوصی و ...) بر رضایت استفاده کنندگان از سایت های اجتماعی دارد (۱۱). فدراسیون فوتبال به عنوان یک سازمان ورزشی رسمی و البته پرتعداد در جای جای ایران تلاش می کند اطلاعات تخصصی خود را از طریق صفحات وب در اختیار کاربران قرار دهد، از این رو ضروری است که کیفیت صفحات وب خود را از دیدگاه کاربران آنها بررسی و ارزیابی مستمر کند تا ضعف ها و قوت های صفحات وب این مراکز پژوهشی شناسایی شود و تصویری از کیفیت اطلاعات و خدمات ارائه شده توسط صفحات وب این سازمان به دست آید و فاصله میان اهمیتی که کیفیت وبسایت برای کاربر دارد با وضعیت فعلی و موجود که وی از این کیفیت، ارزیابی می کند، تعیین شود.

با توجه به موارد مطرح شده، محققان این پژوهش در نظر داشتند با ارزیابی کیفیت صفحات وب فدراسیون های وابسته به وزارت ورزش از دیدگاه کاربران، ضعف ها و قوت های صفحات وب این سازمان های ورزشی را شناسایی کنند و تصویری از کیفیت اطلاعات و خدمات ارائه شده توسط صفحات وب این سازمان ها به دست دهند. با توجه به محبوبیت و جذابیت رشته ورزشی فوتبال، در این تحقیق فدراسیون فوتبال بررسی شد. بدین ترتیب فاصله میان اهمیتی که کیفیت هر وبسایت برای کاربر دارد با وضعیت فعلی و موجود که وی از این کیفیت ارزیابی می کند، در این پژوهش بررسی می شود تا ضعف ها و توانمندی ها و مشکلات به نحو بهتری شناسایی شده و راهکار و الگویی برای ارزیابی کیفیت وبسایت ها در عرصه های مختلف برای هم تیان آن ارائه شود.

روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش پیمایشی تحلیلی انجام گرفت. جامعه آماری شامل کلیه استادان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه خوارزمی تهران ($N=380$) بود که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۱۹۱ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند.

ابزار گردآوری پژوهش نسخه جدید پرسشنامه ای کوال (ویرایش جدید وب کوال) بود که تات و همکاران در سال ۲۰۰۷ از آن استفاده کردند (۱۷). این پرسشنامه را کاربران برای ارزیابی خدمات تهیه و تدوین کرده بودند. در این پژوهش، مؤلفه های ابزار ای کوال در قالب ۴ بعد اصلی و ۳۴ سؤال طبقه بندی شدند که آخرین سؤال، یعنی سؤال ۳۴، سؤال باز تلقی می شود و کاربر را در ارائه نظرهای کلی و برداشت خود از کیفیت صفحات وب، آزاد می گذارد. این ۴ بعد به ترتیب عبارت اند از: کیفیت محتوا؛

1. Ellahi and Bokhari

کاربردپذیری یا استفاده‌پذیری؛ کیفیت تعامل خدمات؛ و کیفیت و امنیت تبادلات.

ای کوال، نظر کاربران را در خصوص کیفیت صفحات وب در دو ردیف می‌سنجد؛ از یک سو کاربر، وضعیت کیفیت را در حال حاضر و در موقعیت کنونی ارزیابی می‌کند و در سوی دیگر آنچه را که از کیفیت وب‌سایت به‌طور ایده‌آل انتظار دارد می‌سنجد. بدین ترتیب وب‌سایت در دو ردیف کیفیت رتبه‌بندی می‌شود. در سؤال ۳۳، کیفیت کلی وب‌سایت از دیدگاه کاربر سنجیده می‌شود و در سؤال آخر، همان‌طور که پیشتر اشاره شد، به‌عنوان یک سؤال باز، دیدگاه و نظر کاربران در خصوص کیفیت سایت بررسی می‌شود. شایان ذکر است برای استفاده از پرسشنامه‌ها، ابتدا روایی محتوایی و صوری آنها را هشت تن از متخصصان بازاریابی ورزشی تأیید کردند. پایایی ابزار اندازه‌گیری پس از اجرای یک مطالعه مقدماتی ($n=30$) با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ به‌ترتیب برای مؤلفه‌های پرسشنامه ای‌کوال محتوا، کیفیت و امنیت تبادلات، کاربردپذیری و تعامل و خدمات $0/85$ ، $0/70$ ، $0/75$ و $0/82$ تأیید شد. همچنین پایایی کل پرسشنامه $0/76$ به‌دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها روش‌های آماری توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون تی تک‌نمونه‌ای، تی همبسته و ویلکاکسون) با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ به‌کار گرفته شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌ها، ۴۵ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۵۵ درصد مرد بودند. ۶۸/۱ درصد شرکت‌کنندگان دانشجوی مقطع کارشناسی‌ارشد، ۲۲/۵ درصد دانشجوی مقطع دکتری و ۹/۴ درصد دارای دکتری (استاد) بودند.

یافته‌های جدول ۱ نشان‌دهنده وجود فاصله در میانگین امتیازهای داده‌شده از سوی کاربران به کیفیت صفحات وب بررسی‌شده در دو وضعیت موجود و مورد انتظار است. بیشترین فاصله، بین میانگین امتیازها در بعد کیفیت و امنیت تبادلات در وضعیت موجود ($2/607$) و وضعیت مورد انتظار ($5/780$)، و کمترین فاصله در میانگین امتیازهای بعد کیفیت تعامل خدمات در وضعیت موجود ($2/833$) و وضعیت مورد انتظار ($5/668$) وجود دارد. بیشترین میانگین امتیازهای داده‌شده به بعد کیفیت و امنیت تبادلات در وضعیت مورد انتظار ($5/780$) و کمترین میانگین امتیازها در بعد کیفیت محتوا در وضعیت موجود ($2/593$) مشاهده می‌شود.

نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد توزیع داده‌ها در ابعاد کیفیت و امنیت تبادلات، کیفیت تعامل خدمات و دیدگاه کلی کاربران نرمال بود؛ اما در ابعاد کیفیت محتوا و کاربردپذیری غیرنرمال بود. از آزمون تی همبسته و تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی ابعاد کیفیت امنیت مبادلات الکترونیکی، کیفیت تعامل خدمات و دیدگاه کلی کاربران صفحات وب فدراسیون فوتبال استفاده شد (جدول‌های ۲ و ۳).

براساس یافته‌های جدول‌های ۲ و ۳، سطح معناداری در هر یک از ابعاد کیفیت امنیت مبادلات الکترونیکی، کیفیت تعامل خدمات و دیدگاه کلی کاربران نسبت به کیفیت صفحات وب فدراسیون فوتبال، در دو وضعیت موجود و مورد انتظار پایین‌تر از سطح معناداری است؛ بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین وضعیت موجود و وضعیت مورد انتظار کیفیت صفحات وب بررسی‌شده در ابعاد کیفیت امنیت مبادلات الکترونیکی و کیفیت تعامل خدمات و دیدگاه کلی کاربران از کیفیت صفحات وب فدراسیون فوتبال تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی وضعیت موجود و وضعیت مورد انتظار وبسایت فدراسیون فوتبال

بعد	وضعیت	میانگین $\pm$ انحراف استاندارد	حداقل امتیاز	حداکثر امتیاز
کیفیت محتوا	موجود	$2/593 \pm 0/474$	۱/۵۷	۳/۸۶
	مورد انتظار	$5/664 \pm 0/348$	۴/۷۱	۶/۴۳
کیفیت و امنیت تبادلات	موجود	$2/607 \pm 0/494$	۱/۵۷	۴/۰۰
	مورد انتظار	$5/780 \pm 0/357$	۵/۰۰	۶/۵۷
کاربردپذیری	موجود	$2/653 \pm 0/418$	۱/۸۰	۳/۸۰
	مورد انتظار	$5/705 \pm 0/328$	۴/۹۰	۶/۵۰
کیفیت تعامل خدمات	موجود	$2/833 \pm 0/454$	۱/۶۳	۴/۰۰
	مورد انتظار	$5/668 \pm 0/471$	۴/۳۸	۶/۸۸
دیدگاه کلی کاربران	کلی	$3/785 \pm 1/294$	۱/۰۰	۷/۰۰

جدول ۲. نتایج آزمون تی همبسته برای مقایسه وضعیت موجود و وضعیت مورد انتظار کیفیت صفحات وب

بعد	وضعیت	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری
کیفیت امنیت مبادلات الکترونیکی	موجود	$2/607 \pm 0/35$	۷۶/۸۵	۱۹۰	۰/۰۰۱
	مورد انتظار	$5/780 \pm 0/25$			
کیفیت تعامل خدمات	موجود	$2/833 \pm 0/328$	۵۴/۴۱	۱۹۰	۰/۰۰۱
	مورد انتظار	$5/668 \pm 0/341$			

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت موجود کیفیت صفحات وب

بعد	وضعیت	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری	تعداد
دیدگاه کلی	کلی	$3/785 \pm 0/936$	۳/۰۴	۱۹۰	۰/۰۰۳	۱۹۱

جدول ۴. نتایج آزمون غیرپارامتریک ویلکاکسون برای مقایسه وضعیت موجود و مورد انتظار کیفیت صفحات وب

بعد	وضعیت	میانگین رتبه‌ها	مجموع رتبه‌ها	سطح معناداری	تعداد
کیفیت محتوا	موجود	۴۷/۲۹	۱۰۸۴/۳۲	۰/۰۰۱	۱۹۱
	مورد انتظار	۹۶/۰۰			
کاربردپذیری	موجود	۴۷/۲۹	۱۰۸۴/۳۲	۰/۰۰۱	۱۹۱
	مورد انتظار	۹۶/۰۰			

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به منظور ارزیابی کیفیت وبسایت فدراسیون فوتبال طبق نظر دانشجویان و استادان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی انجام گرفت. یافته‌ها، وجود فاصله در میانگین و میانه امتیازهای داده‌شده به کیفیت این صفحات در دو وضعیت موجود و مورد انتظار را نشان داد.

با توجه به جدول ۴ نتایج آزمون ویلکاکسون نشان از کوچک‌تر بودن سطح معناداری از سطح خطا دارد. یافته‌های این بخش بیانگر معنادار بودن تفاوت بین وضعیت موجود و وضعیت مورد انتظار کیفیت صفحات وب بررسی‌شده در دو بعد (کیفیت محتوا) و (کاربردپذیری) از دیدگاه کاربران این وبسایت است.

همچون فروش اینترنتی محصولات ورزشی با آرم تیم ملی، به همراه تسهیلات و امکانات آن در صفحات وب فدراسیون از جمله پیشنهادهای ارائه شده در بخش سؤال باز پژوهش توسط کاربران است.

نتایج پژوهش نشان داد که بیشترین فاصله بین وضعیت موجود و مورد انتظار در دو بعد کاربردپذیری و کیفیت و امنیت تبادلات، و کمترین فاصله در بعد محتوا وجود دارد. این یافته ها با نتایج پژوهش های محمداسماعیل (۱۳۸۸)، مرادی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) و الانگووان (۲۰۱۳) همخوانی داشت (۱۰، ۵، ۴). امروزه اهمیت وبسایت ها برای سازمان ها بیشتر از محصولات و خدمات آنهاست؛ زیرا بیشتر محصولات با استفاده از اینترنت به فروش می رسد (۵). بنابراین سازمان ها باید دارای وبسایتی باشند که انتظارات مشتریان را برآورده کند و می توان گفت عواملی که در موفقیت وبسایت ها تأثیر دارند شامل کیفیت اطلاعات، کارایی سیستم، قابلیت یادگیری، خوشایند بودن، کیفیت سیستم و کیفیت خدمات است.

یکی از مواردی که به عنوان ارزش در یک وبسایت شناخته شده، اعتبار و کیفیت تعامل خدمات است. صداقت در انتقال اطلاعات موجب افزایش اعتماد در روابط می شود. همچنین طراحی صفحات یک وبسایت باید همسان باشد یا به عبارتی سازگاری اجزا در یک صفحه و بین صفحات وجود داشته باشد. در ضمن کیفیت تعامل خدمات و ارتباط قوی بین بازدیدکنندگان وبسایت سبب افزایش ارزش وبسایت می شود و احتمال بازگشت بازدیدکنندگان را فراهم می آورد.

به طور کلی کیفیت وبسایت، از دیدگاه نمونه آماری در سطح پایینی گزارش شد. با دقت به صفحات این وب-سایت کاملاً مشخص است که وبسایت از طراحی یکسان و بدون خلاقیت خاصی بهره می برد که حتی کیفیت کار

بیشترین فاصله بین وضعیت موجود و مورد انتظار در بعد کیفیت و امنیت تبادلات، و کمترین فاصله در بعد تعامل خدمات مشاهده می شود. در بررسی پراکندگی امتیازهای داده شده از سوی کاربران، بین میانه امتیازهای داده شده در دو وضعیت موجود و مورد انتظار نیز این فاصله مشاهده می شود و پراکندگی امتیازها در ناحیه میانه، نشان دهنده بالاتر قرار گرفتن امتیازهای سطح مورد انتظار در مقایسه با وضعیت موجود در کلیه ابعاد و دیدگاه کلی کاربران از کیفیت صفحات است.

در بررسی ابعاد چهارگانه پرسشنامه ای کوال و دیدگاه کلی کاربران از کیفیت صفحات وب بررسی شده، در تمامی ابعاد پرسشنامه، تفاوت معناداری بین وضعیت موجود و مورد انتظار به چشم می خورد. بدین صورت که با استفاده از آزمون های آماری ویلکاکسون، تی همبسته و تی تک نمونه ای، سطح معناداری کوچک تر از سطح خطا محاسبه شد. وجود این فاصله و تفاوت معنادار، دقت در طراحی این صفحات و برطرف کردن اشکالات صفحات وب فدراسیون فوتبال را ایجاب می کند. بدین ترتیب مدیران فدراسیون فوتبال و سایر وبسایت های ورزشی می توانند با کاهش فاصله میان کیفیت موجود و فعلی با کیفیت مورد انتظار و مطلوب این صفحات، رضایت کاربران خود را جلب کنند و عملکرد شفاف و بهینه ای را از خود به نمایش بگذارند.

در مقایسه نتایج این پژوهش با بیشتر پژوهش های انجام گرفته، که رویکرد تجارت الکترونیکی را سرلوحه پژوهش خود قرار داده اند، از دیدگاه کیفیت و امنیت مبادلات الکترونیکی، نتایج این پژوهش مبین تازگی این مفهوم در میان جامعه استفاده کننده و استقبال کاربران از کاربرد فراهم کردن تسهیلات تجارت الکترونیک است. به عنوان مثال، فراهم کردن امکانات مبادلات الکترونیکی، مانند تهیه و خرید اقلام مورد نیاز کاربران از طریق سایت

را تا سطح یک وبلاگ شخصی پایین می‌آورد. بی‌توجهی به هماهنگی رنگ‌های به‌کاررفته و عدم استفاده از فونت‌های مناسب و در اندازه‌های مطلوب، سبب کاهش کیفیت بصری وبسایت فدراسیون شده است. امروزه در طراحی وبسایت‌ها از تصاویر متحرک، اسلایدها^۱ و مازول‌های^۲ مناسب برای زیباسازی وبسایت استفاده می‌شود که در وبسایت‌های این فدراسیون نوآوری خاصی مشاهده نشد. کاربردپذیری را راحت پیدا کردن سایت، سهولت جست‌وجوی یک موضوع، سهولت بازگشت به صفحه اصلی، سهولت یافتن اطلاعات ویژه و دامنه محصول یا خدمت تعریف کرده‌اند. استفاده مناسب از علائم، پیچیدگی سیستم را کاهش می‌دهد و به کاربران در تعامل راحت با سیستم کمک می‌کند (۱۶). سهولت مرورگری و وضوح لینک‌ها و سهولت جست‌وجوی اطلاعات سبب افزایش قابلیت استفاده وبسایت می‌شود. شخص به‌هنگام ورود به وبسایت باید مطمئن باشد که یادگیری نحوه استفاده از این وبسایت، نیازمند تلاش اندکی از لحاظ ذهنی است. ارزیابی کاربران از متغیر کیفیت محتوا در سطح پایینی است، محتوای مطالب را در قالب مفاهیم تراکم، صحت، پوشش موضوعی و تازگی برای ارزیابی کیفیت وبسایت بیان می‌کنند (۹). محتوای وب یکی از معیارهای ارزیابی کیفیت اطلاعات وبسایت است که براساس مربوط بودن و در گردش بودن اطلاعات، قابل درک بودن، عمق و غنی بودن اطلاعات اندازه‌گیری می‌شود. فدراسیون فوتبال با توجه به گستردگی موضوعات در ورزش و قدرت مانور بر روی حیطه‌های مختلف باید توجه بیشتری به محتوای مطالب در وبسایت خود داشته باشد. استفاده از مطالب و مقاله‌های قدیمی و بدون منبع در سراسر وبسایت به‌وفور مشهود است.

در نهایت، بررسی نظرها و پیشنهادهای کاربران در خصوص کیفیت صفحات وب بررسی‌شده در این پژوهش نشان می‌دهند که مواردی همچون روزآمد نبودن سایت، اطلاعات قدیمی، ناتوانی در برقراری تبادلات الکترونیکی، نبود وجود ساختار منسجم و نظام‌مند برای کار و تعامل با وبسایت، دسترسی به اطلاعات قدیمی، دسترسی نداشتن به اطلاعات جدید، کیفیت پایین اطلاعات قرارگرفته در وبسایت و سرعت بارگذاری نامناسب صفحات از جمله انتقادات و مشکلاتی هستند که کاربران در کار و تعامل با وبسایت با آنها روبه‌رو هستند و ضعف‌های وبسایت تلقی می‌شوند. همچنین پیشنهادهایی چون ایجاد ساختار نظام‌یافته برای تعامل با وبسایت، فراهم‌سازی خدمات تحویل مدرک و آگاهی-رسانی از طریق صفحات وب مذکور، ارتقای سطح فنی وبسایت، جذابیت در صفحات وب، به‌کارگیری عناصر گرافیکی و انیمیشن در این صفحات و طراحی این صفحات در راستای ارتقا و بهبود کیفیت آنها بیان شده بود.

امروزه که در عصر اطلاعات به‌سر می‌پریم شایسته است که فدراسیون فوتبال از کارشناسان خبره طراحی وبسایت برای عرضه اطلاعات به مشتریان استفاده کند و جذابیت و قابلیت استفاده را تا حد زیادی ارتقا دهد تا وبسایت مطابق با استانداردهای جهانی شود.

- 1 . Slideshow
- 2 . Module

منابع و مآخذ

۱. احمدی، نفیسه. (۱۳۸۶). «ارزیابی وبسایت‌های کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی ایران و آرایه الگوی پیشنهادی جهت بهبود کیفیت آنها». پایان‌نامه دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ص ۵۰-۹۱.
۲. حسن‌زاده، محمد؛ غیوری، فاطمه. (۱۳۸۹). «دیدگاه جامعه کتابداری و اطلاع‌رسانی در خصوص تغییر در محتوا، آموزش و عنوان رشته». تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، دوره ۱۶، ش ۳، ص ۵۹-۸۵.
۳. محمد اسماعیل، صدیقه. (۱۳۸۲). «ارزیابی کاربردپذیری صفحات وبسایت‌های فارسی در دانشگاه‌های صنعتی کشور». پایان‌نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ص ۴۱-۷۵.
۴. محمد اسماعیل، صدیقه؛ خانلری خانی، المیرا. (۱۳۸۸). «ارزیابی کیفیت صفحات وب پژوهشگاه‌های وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری مستقر در شهر تهران از دیدگاه کاربران». پیام کتابخانه، دوره ۱۵، ش ۳، ص ۸۷-۱۰۸.
۵. مردانی‌نژاد، علی؛ فرهادی، آیدا؛ خانجانی، طاهره؛ امیری مقدم، مرجان. (۱۳۹۱). «ارزیابی کیفیت وبسایت‌های واحدهای آموزش مجازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران و جهان». مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، دوره ۹، ش ۲، ص ۱۷۹-۱۹۰.
6. Ahmadi, S. A., Barkhordar, N., Moradi Firoozabadi, A., Dolatkah, A. (2013). "Measurement of E-service quality in university website". World of Sciences Journal, 3, pp: 107-113.
7. Barnes, S. J., Vidgen, R. T. (2006). "Data triangulation and web quality metrics: A case study in e-government". Information & Management, 43, pp: 767-777.
8. Barnes, S. J., Vidgen, R. T. (2003). "Measuring web site quality improvements: A case study of the forum on strategic management knowledge exchange". Industrial Management & Data Systems, 103(5), pp: 297-309.
9. Christobal, E., Flavian, C., Guinaliu, M. (2007). "Perceived e-service quality: Measurement validation and effects on consumer satisfaction and website loyalty". Managing Service Quality, 17(3), pp: 317-340.
10. Elangovan, N. (2013). "Evaluating perceived quality of B-School website". IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 12(1), pp: 92-102.
11. Ellahi, A., Bokhari, H. (2013). "Key quality factors affecting users' perception of social networking websites". Journal of Retailing and Consumer Services, 20(1), pp: 120-129.
12. Fink, D., Nyaga, C. (2009). "Evaluating web site quality: the value of a multi paradigm approach". Benchmarking for Quality Management & Technology, 16(2), pp: 259-273.
13. Huizingh, E. K. R. E. (2000). "The content and design of web sites: an empirical study". Information & Management, 37, pp: 132-134.
14. Iwaarden, J., Wiele, T., Ball, L., Millen, R. (2004). "Perceptions about the quality of web sites: a survey amongst students at Northeastern University and Erasmus University". Information & Management, 41, pp: 947-959.

15. Kelly, B., Vidgen, R. (2005). "A quality framework for website quality: user satisfaction and quality assurance". International World Wide Web Conference Special Interests Tracks and Posters, Chiba, Japan, pp: 10-14.
16. Medyawati, H., Mabruri, A. (2012). "Website quality: Case study on local government bank and state own bank in Bekasi city". Procedia - Social and Behavioral Sciences, 65(3), pp: 1086-1091.
17. Tate, M., Evermann, J., Hope, B., Barnes, S. (2007) "Perceived service quality in a university web portal: Revising the equal instrument". Proceedings of the Hawaii Conference on System Sciences, Hawaii, USA, pp: 14-21.
18. Yang, Z., Cai, S., Zhou, Z., Zhou, N. (2005). "Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of information presenting Web portals". Information & Management, 42, pp: 575-589.