

## ارزیابی کیفیت وبسایت وزارت ورزش و جوانان با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

نازدار پروین\*<sup>۱</sup>، ابوالفضل فراهانی<sup>۲</sup>، ناهیده پروین<sup>۳</sup>، سامان ابراهیم حساری<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور

۲. استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور

۳. دانشجوی دکتری تربیت بدنی، دانشگاه ارومیه

۴. کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی بناب

تاریخ ارسال: (۹۴/۰۶/۱۶) تاریخ پذیرش: (۹۵/۰۲/۲۴)

## Quality Assessment Website of the Ministry of Sport and Youth using Analytical Hierarchy Process

Nazdar Parvin\*<sup>1</sup>, Abolfazl Farahani<sup>2</sup>, Nahid Parvin<sup>3</sup>, Saman Ebrahim Hesari<sup>4</sup>

1- PhD Student of Sports Management, Payame Noor University

2- Professor of Sport Management, Payame Noor University

3- Ph.D Student in Physical Education, Urmia University

4- MA, Islamic Azad University of Bonab

Received: (2015/02/07) Accepted: (2016/05/13)

## Abstract

In recent years one of the main websites of organizations the tools to communicate and provide appropriate services to organizations, users and their stakeholders has become. The most important aim to provide information to them. web site plays an important role in advancing the goals of the Electronic Government. Given the crucial role of the Ministry of Sports and Youth The purpose of this study was to assess the quality of the website of the Ministry of Youth and Sports. The population of the study consisted of expert teachers in the management of sports media that number was 31. Due to the low number of population of the entire population were sampled. Measuring instruments in this study, standard questionnaire to assess the true parentage Web (1387), respectively. To analyze the data, analytic hierarchy process (AHP) and Expert Choice12 software was used. The results show that use 0.62 and 0.38 charm and integrity of the highest and lowest weight to interact allocated

**Keywords:** Quality, Website, Ministry of Youth and Sports, Analytical Hierarchy Process (AHP).

## چکیده

در سال‌های اخیر وبسایت‌ها به یکی از اصلی‌ترین ابزار سازمان‌ها برای ارتباط و ارائه خدمات مناسب به سازمان‌ها، کاربران و ذینفعان خود تبدیل شده است؛ که مهم‌ترین هدف آن‌ها ارائه اطلاعات به آن‌هاست. وبسایت نقش مهمی در پیشبرد اهداف دولت الکترونیک دارد. با توجه به این مطلب باید اذعان داشت که علی‌رغم صرف هزینه‌های زیاد برای طراحی و پیاده‌سازی وبسایت از طرف سازمان‌ها توجه بسیار کمی بر ارزیابی عملکرد وبسایت‌های طراحی شده است. با توجه به نقش خطیر وزارت ورزش و جوانان در همین راستا هدف این پژوهش ارزیابی کیفیت وبسایت وزارت ورزش و جوانان است. جامعه آماری تحقیق شامل اساتید خبره در مدیریت رسانه‌های ورزشی بودند که تعدادشان ۳۱ نفر بود. به علت کم بودن تعداد جامعه آماری از نمونه‌گیری کل شمار استفاده گردید. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، پرسشنامه‌ی استاندارد ارزیابی وبسایت حقیقی نسب (۱۳۸۷) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و نرم‌افزار Expert Choice12 استفاده گردید. نتایج نشان می‌دهد که قابلیت استفاده ۰/۶۲ و جذابیت ۰/۳۸ بوده و انسجام بیشترین و تعامل کمترین وزن را به خود اختصاص داده است.

**واژه‌های کلیدی:** ارزیابی کیفیت، وبسایت، وزارت ورزش و جوانان، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) نقد، نظام‌های اطلاعات مدیریت، ورزش.

\*Corresponding Author: Nazdar Parvin

E-mail :nazip64@gmail.com

\* نویسنده مسئول: نازدار پروین

پست الکترونیک: nazip64@gmail.com

## مقدمه

در سال‌های اخیر میزان استفاده از اینترنت با سرعتی غیرقابل تصور در حال افزایش است؛ و این موضوع اینترنت را به اولین مرجع مردم برای دسترسی به اطلاعات تبدیل کرده است. یکی از ابزار دسترسی به اطلاعات در جهان مجازی وبسایت است. وبسایت یک ابزار ارتباطی مناسب بین سازمان‌ها، کاربران و شهروندان هستند که مهم‌ترین هدف آن‌ها ارائه اطلاعات به آن‌هاست. وبسایت‌ها مجموعه ساختاریافته‌ای از داده‌ها هستند که در قالب متن‌ها، تصاویر گرافیکی و فیلم‌ها نمایش داده می‌شوند. انواع وبسایت‌ها عبارت‌اند از وبسایت‌های شخصی، تجاری، دولتی و غیرانتفاعی. به‌طور کلی وبسایت‌ها یا کاربرد شخصی دارند یا تجاری؛ و یا برای یک هدف خاص و معین ایجاد شده‌اند (زاهدی، ۱۳۸۹، ۵).

با توجه به رشد فزاینده قابلیت‌های اینترنت و دسترسی روبه‌رو رشد افراد به آن امروزه تعداد مراجعه‌کنندگان به وبسایت‌ها افزایش یافته است و اهمیت کیفیت وبسایت‌ها بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفته است. امروزه سازمان‌ها سعی می‌کنند با استفاده از این پدیده نوین در دنیای مجازی جایی برای خود باز کنند و با استفاده از آن‌ها به‌عنوان یک کانال جدید که می‌تواند فرصت‌های جدیدی را ایجاد کند و موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها و سودآوری شوند؛ بنابراین وبسایت به‌عنوان منعکس‌کننده فعالیت سازمان بسیار حائز اهمیت است و این موضوع بر کسی پوشیده نیست.

سازمان‌ها باید وبسایت‌های باکیفیتی داشته باشند زیرا اولاً هیچ‌گونه ارتباط انسانی در وبسایت وجود ندارد و تعاملات از طریق تکنولوژی جریان دارد. برخی جنبه‌های تعاملات انسانی مانند صداقت، دوستی، همیاری، محبت، تعهد، انعطاف‌پذیری را نمی‌توان با تکنولوژی جایگزین کرد و فقدان این جنبه‌ها را باید با بهبود عملکرد وبسایت جبران نمود (همان منبع، ص ۷). لذا بازمینی و ارزیابی منظم وبسایت از جنبه ساختاری و محتوایی و به دنبال آن مشخص شدن نقاط قوت و ضعف آن‌ها راهبردی مناسب برای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری به دست خواهد داد (باغبان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۶۰).

محبوبیت و گسترش استفاده از اینترنت و وبسایت فرصت‌هایی را برای بازاریان به وجود آورده است که استفاده از اینترنت را به‌عنوان یک جزی کلیدی در استراتژی بازاریابی نشان می‌دهد. بیشتر برنامه‌های ورزش دانشگاهی و لیگ

حرفه‌ای ورزش ارتباطات خود را با کاربران و هواداران از طریق اطلاعات به‌روز درباره سازمان و محصولات از قبیل نتایج به‌روز مسابقات، اخبار و بلیت‌های فصلی، ارتقا می‌دهند (مک کلانگ<sup>۱</sup> و همکارانش، ۲۰۰۴، ص ۳۶). همچنین جاوید و همکاران (۱۳۹۱) بهره‌گیری مناسب و سریع‌تر از منابع اطلاعاتی و تبلیغاتی و معرفی جاذبه‌ها به گردشگران ورزشی از طریق اینترنت و رسانه‌های نوین از شاخص‌های مهم در توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند.

با توجه به تحولات شتابان و دور از انتظار عصر کنونی و با توجه به اهمیت نقش و جایگاه وزارت ورزش و جوانان به دلیل ارتباط با اقشار مردم از یک‌سو و ارتباط با سازمان‌های مختلف ورزشی دیگر از سوی دیگر حائز اهمیت است که این نهاد ورزشی خود را با فناوری و ضرورت‌های روز دنیا هماهنگ کند و فناوری اطلاعات را همانند فرصتی ارزشمند به‌منظور پاسخگویی به تحولات سریع محیطی و افزایش کارایی به کار گیرد. به نظر می‌رسد با تحولات جدید در وزارت ورزش و جوانان و تبدیل آن به وزارتخانه در سال‌های اخیر وبسایت وزارت ورزش و جوانان با پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات و تلاش در جهت بهبود خود دچار تغییرات شده و امروزه شاهد خدمات نوین در وبسایت وزارت ورزش و جوانان از قبیل اتوماسیون اداری، درگاه اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات الکترونیکی و ... هستیم. در طراحی وبسایت به‌جز مسائل نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مسائل مربوط به کیفیت اطلاعات ارائه‌شده برای کاربر نهایی در میزان استفاده از وبسایت تأثیر دارد (غریبه نیازی، ۱۳۹۲، ص ۴). آنچه اهمیت دارد اینکه وبسایت وزارت ورزش و جوانان تا چه حد جوابگوی کاربران خود بوده با توجه به اینکه وزارت ورزش تنها مرجع رسمی است که می‌توان اخبار و بسیاری از موارد دیگر را از وبسایت آن دریافت نمود آیا کیفیت اطلاعات آن آیا رضایت کاربران را برآورده ساخته است؟ لذا این پژوهش در پاسخگویی به ارزیابی کیفیت وبسایت وزارت ورزش و جوانان تدوین شده است. البته باید اذعان داشت که علی‌رغم صرف هزینه‌های زیاد برای طراحی و پیاده‌سازی وبسایت، سازمان‌ها توجه کمی به ارزیابی کیفیت و عملکرد وبسایت‌های طراحی شده می‌کنند. از نیمه دهه ۹۰ میلادی به این‌سو مطالعات بسیاری در زمینه نحوه ارزیابی وبسایت صورت پذیرفته است در مقاله‌های اولیه به‌طور عمده شاخص‌های ارزیابی مدنظر قرار گرفته‌اند و در اغلب مقاله‌های سال ۲۰۰۰ به

درزمینه‌ی ارزیابی وبسایت‌های ورزشی تحقیقات زیادی صورت گرفته است. کیم و استوئل<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) ابعاد کیفیت وبسایت و رضایت کاربران را بر روی سراج‌های خرید و فروش لباس ورزشی بررسی کرده و به این نتیجه رسیدند که عواملی چون ظاهر وبسایت، اطلاعات متناسب با نیاز، قابلیت معاملاتی و زمان پاسخگویی از عوامل معنادار مؤثر بر رضایت مشتریان وبسایت است. وون جانه<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۷) با بررسی وبسایت تیم‌های شرکت‌کننده در مسابقات NFL<sup>۵</sup> نشان دادند که کیفیت و انسجام وبسایت‌ها با تعهد طرفداران تیم‌ها رابطه مثبت و معناداری دارد. یونجینگ هور<sup>۶</sup> در مدلی ارتباط بین کیفیت وبسایت ورزشی و رضایت کاربران الکترونیکی و وفاداری آنان را بررسی نمود و از عوامل طراحی، اطلاعات، تعامل، سیستم، اجرا برای کیفیت وبسایت بهره برد (یونجینگ هور و همکاران، ۲۰۱۱، ص ۴۵۸). تی سو اهانان نشان داد که محتوای وب و سرگرمی‌ها و اطلاعات آن به‌طور مستقیم بر نگرش کاربران و بازبینی مجدد آن‌ها تأثیر مستقیم دارد (تی سو اهانان، ۲۰۱۴، ص ۱۱۱). یانگ اک سو<sup>۷</sup> و همکارانش نیز به این نتیجه رسیدند.

در مطالعه (جف ساورو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۵، ص ۶۸) در طول پنج سال بر اثر تجارب ۴۰۰۰ کاربر چهار عامل شامل: قابلیت استفاده، اعتماد، ظاهر و وفاداری برای ارزیابی کیفیت وبسایت مشخص شد.

بعد علاوه بر معرفی شاخص‌های ارزیابی عملکرد روشی برای ارزیابی وبسایت با استفاده از شاخص‌های معرفی شده نیز مدنظر بوده است. (معینی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۶۷۷). امروزه با توجه تنوع وبسایت‌های تعریف ابعاد کیفیت خدمات بر اساس نوع وبسایت‌ها با یکدیگر متفاوت‌اند؛ بنابراین تعریف واحد و دقیقی از کیفیت خدمات وبسایت‌ها وجود ندارد. به‌عنوان مثال ابعادی چون قابلیت اطمینان، راحتی استفاده و امنیت برای وبسایت‌هایی که محصولات فیزیکی می‌فروشند اهمیت ویژه‌ای دارد. برای وبسایت‌هایی که محصولات یا خدمات ارائه می‌کنند، ظرفیت جستجو و قابلیت اطمینان اطلاعات دیجیتال اهمیت دارد (زاهدی، ۱۳۸۸). اینکه وبسایت تا چه حد پاسخگویی انتظارات کاربران و ذینفعان باشد پرسش مهمی است که با کیفیت وبسایت ارتباط پیدا می‌کند. قابلیت استفاده از وبسایت، یک شرط ضروری برای بقا است. در صورتی که استفاده از وبسایت مشکل باشد، وبسایت ناخوانا بوده و یا به سؤالات کاربران جواب ندهد، کاربران وبسایت شرکت را ترک می‌کنند. یک وبسایت در قلب بازاریابی الکترونیکی قرار دارد. وبسایت یک فضای برخاسته است که مشتریان می‌توانند درباره شرکت و محصولات آن اطلاعات کسب نموده، مقایسه و معامله نمایند و همچنین جذابیت وبسایت نقش مهمی در زمان ماندگاری کاربر و بالا بردن انگیزش برای کاوش و جستجوگری بازی می‌کند. (اسمیت<sup>۹</sup>، ۲۰۰۵). در جدول یک زیر خلاصه‌ای از شاخص‌های ارزیابی کیفیت وبسایت از سال ۲۰۱۰ ارائه شده است.

### جدول ۱ - خلاصه شاخص‌های ارزیابی کیفیت وبسایت از سال ۲۰۱۰

منبع	ابعاد اصلی ارزیابی کیفیت وبسایت
ربابه و احمد مسعود، ۲۰۱۰	کارایی، ناوبری کاربران، قابلیت استفاده، کاربرپسند بودن.
تسای، ۲۰۱۰	به‌روز بودن، سرگرمی، مرتب بودن اطلاعات، ناوبری کاربران، شخصی‌سازی، پاسخگویی، امنیت.
الکیندی و عبدالمجید، ۲۰۱۰	ناوبری کاربران، جست‌وجو.
لین، ۲۰۱۰	جذابیت، محتوا، کیفیت خدمات، کیفیت سیستم.
سها و سندپ، ۲۰۱۱	زیبایی، محتوا، احساس، واسط کاربری، ناوبری کاربران، سرعت، شخصی‌سازی، کیفیت خدمات.

3. Kim & Stael
4. Won Jae
5. National Football League
6. Youngjin Hur
7. Taesoo Ahna
8. Young Ik Suh
9. Jeff Sauro

1. Online
2. Smith

## ادامه جدول ۱ - خلاصه شاخص‌های ارزیابی کیفیت وبسایت از سال ۲۰۱۰

منبع	ابعاد اصلی ارزیابی کیفیت وبسایت
شی یو، لین و پرنک، ۲۰۱۱	محتوا، خرید راحت، تعامل‌پذیری، خدمات، اعتماد.
لی و لی، ۲۰۱۱	محتوا، استفاده آسان، احساس، قابلیت استفاده.
یو، جیو و هانگ، ۲۰۱۱	طراحی، تحویل کالا، کالا، کیفیت خدمات، فناوری.
تسای، چو و لای، ۲۰۱۱	محتوا، کیفیت خدمات، کیفیت سیستم.
حسن و عماد، ۲۰۱۱	محتوا، طراحی، استفاده آسان، تعامل‌پذیری، شخصی‌سازی، قابلیت اطمینان، امنیت، ساختار سایت، کاربرپسند بودن.
ویلا و اینس، ۲۰۱۱	محتوا، امنیت، قابلیت استفاده.
هسو، چانگ و چن، ۲۰۱۲	کیفیت اطلاعات، کیفیت خدمات، کیفیت سیستم.
ایلینگ، لنتز، دی جونگ و وان دن برگ، ۲۰۱۲	محتوا، ناوبری کاربران.
استینمتر، استارت و سویونگ، ۲۰۱۲	ارتباطات، محتوا، استفاده آسان، احساس، قابلیت استفاده.
روکا، ۲۰۱۲	اطلاعات تماس، محتوا، کارایی، خدمات‌رسانی کامل، محرمانگی، پاسخگویی، کیفیت خدمات
بلانچی، ۲۰۱۲	قابلیت استفاده.
لی و کوتته، ۲۰۱۲	قابلیت استفاده.
چو و بی پینگ، ۲۰۱۲	محتوا، کیفیت خدمات، کیفیت سیستم.
والدیمرو، ۲۰۱۲	محتوا، لذت، ناوبری کاربران، شخصی‌سازی، پاسخگویی، تراکش، اعتماد.
کاباک و سرهات، ۲۰۱۳	جذابیت، ناوبری کاربران، شخصی‌سازی، قابلیت اطمینان، پاسخگویی، سرعت.
سبی، ۲۰۱۳	زیبایی، ارتباطات، نمود ظاهری، امنیت، فنی، قابلیت استفاده.
آکینسیلار و متین، ۲۰۱۴	مشتری، بازاریابی، فناوری.

## روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق بر اساس روش تحقیق، توصیفی و ازلحاظ هدف کاربردی است. جامعه موردنظر اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها در رشته مدیریت ورزشی، آگاه به حیطه پژوهش و آشنا به مدیریت رسانه‌های ورزشی و خبرنگاران و متخصصان کامپیوتر است. نمونه آماری موردنظر به صورت کل شمار انتخاب شد. از این رو ۳۱ نفر از این خبرگان شناسایی و از پرسشنامه استاندارد حقیقی نسب (۱۳۸۷) برای اندازه‌گیری کیفیت وبسایت‌ها استفاده گردید (حقیقی نسب و همکاران، ۱۳۸۷). پرسشنامه‌ها به صورت حضوری با پست الکترونیک در اختیار آن‌ها قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد تا پس از بازدید از سایت ورزش و جوانان به پرسشنامه‌ها پاسخ دهند. نرخ سازگاری پرسشنامه‌ها (کمتر از ۰/۱) تأیید مهمی بر صحت آن

از آنجایی که تکنیک ای‌اچ‌پی یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چندمنظوره است که امروزه در ارزیابی نیز مورد استفاده می‌شود. این روش بهترین روش برای ارزیابی تحقیقات کیفی است. اولین بار توسط ساعتی در دهه ۱۹۷۰ ابداع شد. این تکنیک، مسائل پیچیده را بر اساس آثار متقابل آن‌ها بررسی می‌کند. اساس این روش بر مقایسه‌های زوجی نهفته است. تصمیم‌گیرنده با فراهم آوردن درخت سلسله مراتبی مسئله را آغاز می‌کند. در نهایت، منطبق فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به گونه‌ای ماتریس‌های حاصل از مقایسه‌های زوجی را با یکدیگر تلفیق می‌کند که تصمیم بهینه به دست آید با توجه به اینکه کیفیت وبسایت به صورت کیفی است این روش برای ارزیابی آن بسیار مفید است. لذا در این مقاله سعی داریم کیفیت وبسایت وزارت ورزش و جوانان را از دو بعد قابلیت استفاده و جذابیت با استفاده از AHP ارزیابی کنیم.

در گام بعدی جداول تکمیل شده گردآوری و نرخ ناسازگاری آن‌ها بررسی شد. محاسبه نرخ ناسازگاری با این هدف انجام می‌شود که مشخص گردد آیا بین مقایسه‌های زوجی سازگاری وجود دارد یا خیر و بر اساس آن در صورتی که نرخ سازگاری کمتر از ۰/۱ در مقایسه‌های زوجی سازگاری قابل قبولی وجود دارد. این مرحله، پس از محاسبه‌ی این میزان، جداولی که دارای نرخ ناسازگاری بیش از ۰/۱ بودند، به افراد برگشت داده شد تا در قضاوت خود تجدیدنظر کنند. یک نمونه در جدول دو نشان داده شده است.

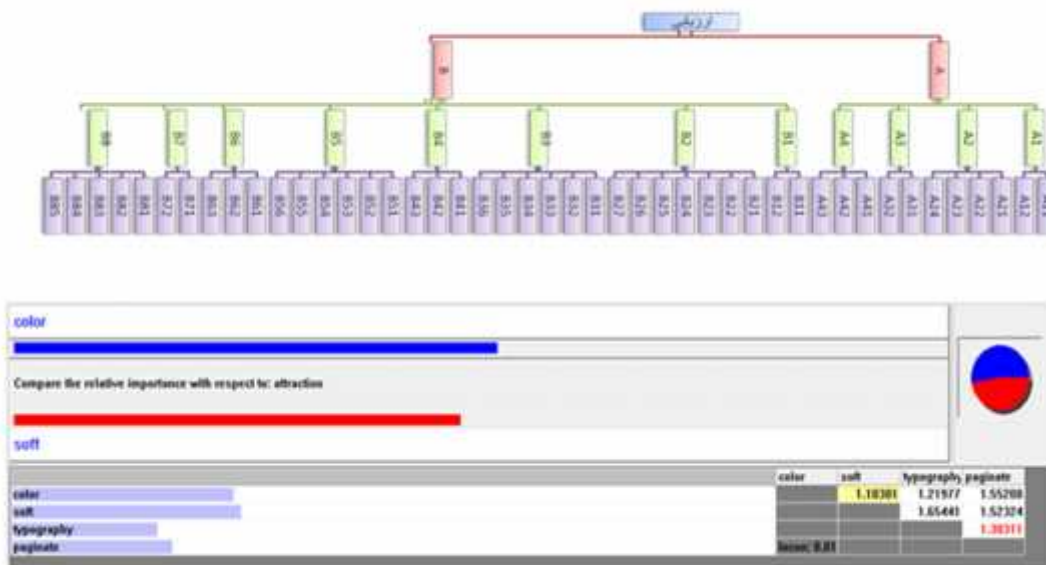
است و در صورت ناسازگاری بودن پرسشنامه بازگردانده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Expert Choice 12 استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

گام اول: ترسیم درخت سلسله‌مراتبی

گام دوم: ترسیم ماتریس مقایسات زوجی و کنترل ناسازگاری برای هر پرسشنامه

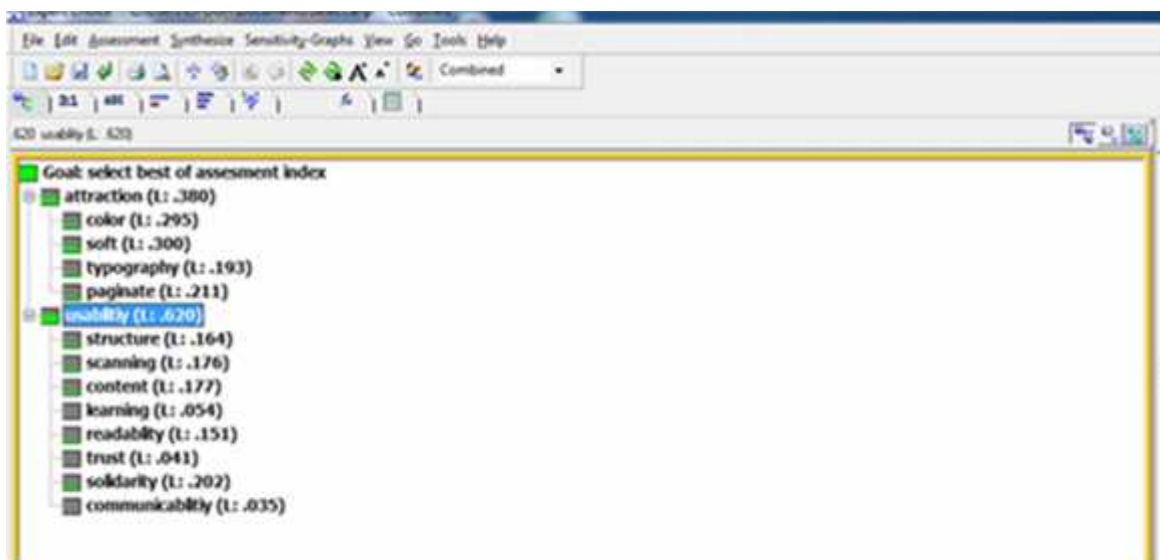
شکل ۱ - درخت تحلیل سلسله‌مراتبی با هدف ارزیابی وب سایت وزارت ورزش و جوانان



جدول ۲ - نتایج حاصل از نرم افزار Expert Choice ۱۲

گام سوم: ترکیب تلفیقی ماتریس‌ها

در نهایت، پس از گردآوری مجدد پرسشنامه‌ها نظرات افراد با یکدیگر تلفیق شد.



نمودار ۱- وزن شاخص‌های اصلی

در جدول سه نتایج کلی وزن زیر شاخص‌ها نشان می‌دهد که انسجام وبسایت بالاترین رتبه و تعامل کمترین رتبه را در بین شاخص‌های ارزیابی به خود اختصاص داده است.

نتایج حاصل از نمودار شماره یک نشان می‌دهد که جذابیت ۰/۳۸ و قابلیت استفاده ۰/۶۲ وزن ارزیابی را به خود اختصاص داده است.

جدول ۳- نتایج کلی وزن زیر شاخص‌ها

ردیف	زیر معیارها	وزن زیر معیارها
۱	رنگ	٪۸٫۶
۲	سبک	٪۸٫۸
۳	فن چاپ	٪۵٫۶
۴	صفحه‌آرایی	٪۶٫۲
۵	ساختار	٪۱۱٫۶
۶	سهولت استفاده و مرورگری	٪۱۲٫۵
۷	محتوای مطالب	٪۱۲٫۵
۸	یادگیری	٪۳٫۸
۹	خوانایی	٪۱۰٫۷
۱۰	اعتماد	٪۲٫۹
۱۱	انسجام	٪۱۴٫۳۰
۱۲	تعامل	٪۲٫۵

## بحث و نتیجه‌گیری

کاربرد فناوری اطلاعات به‌ویژه اینترنت در دولت که با نام دولت الکترونیکی شناخته می‌شود، باعث شده است راه سازمان‌دهی دولت، فعالیت‌های آن، شیوه انجام این فعالیت‌ها و حتی ماهیت خودکار دگرگون شود. فراهم کردن خدمات الکترونیکی یکی از اهداف دولت الکترونیک و توسعه آی تی در کشور است (علیدوستی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۴). ارائه خدمات دولت الکترونیک باعث تسریع در اجرای امور، بهبود کیفیت ارائه خدمات به مردم، کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی و اثربخشی را به دنبال دارد. یکی از راه‌هایی که می‌توان خدمات ویژه دولت را به شکل الکترونیکی در اختیار مردم قرارداد، گسترش وبسایت‌های اینترنتی است. وبسایت یک سازمان را مهم‌ترین رسانه و سخنگوی آن سازمان می‌دانیم. وبسایت‌های دولت باید همه کاربران را پوشش دهند و شرایط گوناگون کاربران، قابلیت‌های کامپیوترهای آنان و دانایی فنی آن‌ها را در نظر داشته باشند. وبسایت‌ها کلیدی‌ترین نقش را در دولت الکترونیک ایفا می‌کنند. لذا هدف از ای پژوهش ارزیابی کیفیت وبسایت وزارت ورزش و جوانان است. نتایج حاصل از ارزیابی فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی وبسایت وزارت نشان می‌دهد که قابلیت استفاده از آن ۰/۶۲ در سطح مطلوب و جذابیت آن ۰/۳۸ که پایین‌تر از متوسط بود. از آنجایی که جذابیت اولین بخش از یک صفحه وب است که ذهن مخاطب را با خود درگیر می‌کند و نقش مهمی در زمان ماندگاری کاربر و بالا بردن انگیزش برای کاوش و جستجوگری بازی می‌کند. تصاویر در طراحی صفحات وب نقش مهمی را در جذابیت و جلب توجه بازدیدکنندگان صفحات و خواناتر شدن و قابل‌درک‌تر شدن مطالب و بخش‌های سایت ایفا می‌کنند. همچنین انتخاب نوع فرمت تصاویر در کیفیت و سرعت صفحات وبسایت حائز اهمیت است. این نتایج با تحقیق فرید فتحی (۱۳۹۱) در ارزیابی وبسایت فدراسیون‌های منتخب همخوانی دارد. جف سارو (۲۰۱۵) نیز ظاهر وبسایت را در کیفیت وبسایت و تجارب بازدید دوباره کاربران مؤثر می‌داند. همچنین جانو سیلوا (۲۰) بر نقش جذابیت وبسایت در جذب حامیان فوتبال و به دست آوردن موفقیت‌های باشگاه حرفه‌ای تأکید نموده است. از بین زیر معیارهای شاخص‌ها به ترتیب کمترین اهمیت به تعامل (۲/۵) شده است. با توجه به نقش مهم تعامل در پاسخگویی، ارتباطات دوطرفه و ارائه خدمات الکترونیکی باعث بالا رفتن

ارزش وبسایت شده و احتمال بازگشت دوباره بازدیدکنندگان و رضایت آنان را فراهم می‌آورد که با نتایج فتحی (۱۳۹۱) همخوانی دارد. یوجینگ هور (۲۰۱۱) نیز تعاملات و رضایت کاربران را در بر کیفیت وبسایت‌ها و بازاریابی الکترونیکی بسیار مؤثر دانسته است. اعتماد نیز با وزن ۲/۹ در اولویت دوم اهمیت کمتری به آن داده شده است. اعتماد نیز در مطالعات جف سارو (۲۰۱۵) و یونگ ایک سو (۲۰۱۴) به‌عنوان عامل مهمی در کیفیت وبسایت نام‌برده شده است.

زیر معیارهای دیگر به ترتیب یادگیری ۳/۸، فن چاپ ۵/۶، صفحه‌آرایی ۶/۲، رنگ ۸/۶، سبک ۸/۸، خوانایی ۱۰/۷، ساختار ۱۱/۶، سهولت استفاده و مرورگری ۱۲/۵، محتوای مطالب ۱۲/۵، انسجام ۱۴/۳ را به خود اختصاص داده است. علیدوستی و همکاران (۱۳۸۸) در کتاب طراحی پایگاه وب دستگاه‌های دولتی (اطلاعات و ارتباطات) بر همه موارد در طراحی وبسایت تأکید نموده‌اند. انتخاب نوع رنگ متناسب با اطلاعات صفحات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کارشناسان فناوری اطلاعات در سازمان‌ها باید در طراحی وبسایت به روانشناسی رنگ توجه ویژه‌ای کنند، زیرا اگر هم محتوای سایت کامل باشد اما نوع طراحی مناسبی برای آن به کار نرفته باشد، مخاطبان خود را از دست می‌دهد. سهولت استفاده را، راحت پیدا کردن سایت، سهولت جستجوی یک موضوع، سهولت بازگشت به صفحه اصلی، سهولت یافتن اطلاعات ویژه و طیف محصول یا خدمت تعریف کرده‌اند. استفاده مناسب از علائم پیچیدگی سیستم را کاهش داده و به کاربران در تعامل راحت با سیستم کمک می‌کند (مادیواتی و مبروری، ۲۰۱۲). محتوای مطالب را در غالب مفاهیم تراکم، صحت، پوشش موضوعی و تازگی جهت ارزیابی کیفیت وبسایت بیان می‌کنند (اسمیت، ۲۰۰۵). محتوای وب یکی از معیارهای ارزیابی کیفیت اطلاعات وبسایت است که به‌وسیله مربوط بودن و در گردش بودن اطلاعات، قابل‌درک بودن، عمق و غنی بودن اطلاعات اندازه‌گیری می‌شود. مانیان و همکاران نیز عوامل کیفیت اطلاعات، ظاهر وبسایت، قابلیت کاربری، پشتیبانی مشتری، کیفیت و اعتبار و ویژگی‌های فنی در ارزیابی وبسایت مؤثر دانسته‌اند (مانیان و همکاران، ۱۳۹۳). از آنجایی که ارزیابی یک عنصر حیاتی در موفقیت سازمان‌هاست. در مدیریت یک وبسایت نیز نقش حیاتی دارد تا رضایت کاربران را فراهم نماید. اطلاعات مفید، کاربردی و به‌موقع و پاسخگویی به کاربران در کیفیت وبسایت بسیار

این هدف از طریق وبسایت و مدیریت سیستم اطلاعات بتواند نقش مؤثری در ارائه خدمات الکترونیکی و پیشبرد اهداف نماید.

### سپاسگزاری

از راهنمایی‌ها ارزنده پروفیسور ابوالفضل فراهانی و مشاوره‌های بی‌شائبه دکتر لقمان کشاورز که همواره کمک‌حال بنده بوده، نهایت تشکر و قدردانی رادارم.

مهم است. وزارت ورزش و جوانان با توجه به گستردگی موضوعات در ورزش و قدرت مانور بر روی حیطه‌های مختلف باید توجه بیشتری به وبسایت نماید. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده لذا پیشنهاد می‌گردد مسئولین و کارشناسان فناوری در وزارت ورزش لازم است که در وبسایت وزارت ورزش بازبینی مجددی نمایند و مدیران سازمان نیز به مقوله فناوری اطلاعات توجه بیشتری نمایند. با توجه به چشم‌انداز دولت و اهداف دولت الکترونیک شایان توجه است وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان یک ارگان مهم در راستای تحقق

### منابع

۱. باغبان، حجت؛ تودار، سید رسول؛ سام دلیری، زینب؛ نصری مالوانی، علیرضا. (۱۳۹۰). ارزیابی وبسایت‌های دانشگاه‌های آزاد اسلامی و جایگاه وبسایت دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت در این نظام. فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال اول، شماره چهارم، ص ۵۹-۷۹
۲. جاوید، مجید؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود؛ محمدی ترکمانی، احسان. (۱۳۹۱). نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی. نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، دوره ۱، شماره ۳، ص ۴۳-۴۹
۳. حقیقی نسب، منیژه و تابعین، آزاده. (۱۳۸۷). ارزیابی میزان جذابیت و قابلیت استفاده وبسایت شرکت بازرگانی پتروشیمی ایران از دیدگاه مشتریان داخلی در فضای بازار صنعتی، نشریه مدیریت بازرگانی، ص ۲۱-۳۸
۴. زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۸). ارزیابی کیفیت وبسایت‌ها: ابزارها و معیارها، مجله مدیریت توسعه و تحمل، ص ۵-۱۶
۵. علیدوستی، سیروس؛ باقری، محمدعلی؛ شهریار، پرویز (۱۳۸۸). طراحی پایگاه وب دستگاه‌های دولتی
۶. غریبه نیازی، منیره. (۱۳۹۲). ارزیابی وبسایت‌های دانشگاه‌های دولتی ایران با دو روش وب کیو ای ام و نمایه ارزیاب وب و مقایسه نتایج آن‌ها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهراء.
۷. فریدفتحی، اکبر. (۱۳۹۱). ارزیابی کیفیت وبسایت‌های فدراسیون‌های ورزشی منتخب، فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی، دوره ۱، شماره ۴، ص ۱۷-۳۶
۸. مانیان، امیر؛ سهرابی یورتچی، بابک؛ شادمهری، نیکتا. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در ارزیابی وبسایت بر اساس تحلیل اسنادی مقاله‌های پژوهشی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۸، شماره ۱، ص ۲۲۳-۲۴۵
۹. معینی، علی؛ موسی خانی، محمد؛ حسن‌زاده، علیرضا؛ فرازمنند، عماد. (۱۳۹۳). ارزیابی وبسایت با تجمیع مدل‌های پیشین بر اساس روشی کمی، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۶، شماره ۴، ص ۶۷۵-۷۰

10. Jeff Sauro. (2015). SUPR-Q: A Comprehensive Measure of the Quality of the Website User Experience Vol. 10, Issue 2, pp. 68-86
11. McClung, S., Hardin, R., & Mondello, M.J. (2004). Marketing on the web: Collegiate athletic

sites. In B.G. Pitts (Ed.), Sharing best practices in sport marketing: The sport marketing association's inaugural book of papers. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc. pp35-43



12. Medyawati, H., Maburi, A. (2012). Website Quality: Case Study on Local Government Bank and State Own Bank in Bekasi City. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(3): 1086-1091.
13. Smith Chaffey, D. (2005). *eMarketing excellence: the heart of e-Business*, third edition, elsevier butterworth Heinemann.
14. Taesoo Ahna, Moonki Hongb\* & Paul M. Pedersenc,( 2014). Effects of perceived interactivity and web organization on user attitudes. *European Sport Management Quarterly* Volume 14, Issue 2. pages 111-128
15. Won Jae, S. et al. (2007). The Effect of Web Cohesion, Web Commitment, and Attitude toward the Website on Intentions to Use NFL Teams' Websites. *Sport Management Review*, 10 (3): 231-252
16. Youngjin, Hur, Yong, Jae Ko. Joseph, Valacich.(2011). A Structural Model of the Relationships Between Sport Website Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty. *Journal of Sport Management*, 2011, 25, 458-473

