

Article history:

Received: 17 September 2023

Received in revised form: 11 November 2023

Accepted: 27 December 2023

Published online: 21 May 2024



A Comparative Study of Web Metrics Indicators of Fitness and Recreational Sports Clubs in Iran and England (Selected Clubs Under Study)

Ali Korooki 

Corresponding Author, Ph.D. student in sports management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran. E-mail: ali.korooki@iauk.ac.ir

Mina Hakakzadeh 

Assistant Professor, Department of Sports Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran. E-mail: Minahakakzade@gmail.com

Mohammad Pourranjbar 

Associate Professor, Department of Physical Education, Faculty of Medicine and Neuroscience Research Center, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran. E-mail: mpranjbar@kmu.ac.ir

Article Info ABSTRACT

Article type:
Research Article

Keywords:
health and
recreational clubs,
navigation,
Reliability, Site
loading speed

Introduction: The purpose of this research was to compare the design quality of the websites of health and recreational sports clubs in Iran and England based on the Web Evaluator method.

Method: The current research method is based on the descriptive nature, which was based on the objective of the applied type. The statistical population of the websites of selected health and recreational sports clubs in Iran and England was a total of 40 official websites that were selected by the Google Map tool and its advanced settings (selecting a location for keyword search) and the keyword "private sports club" in Iran and in England. . The research tool included a list of the web evaluator profile model of Marinkas and Voltor (2007) with five main indicators of accessibility, navigation, speed, reliability, content, and standard offline and online software in this method.

Results: The findings indicate that there is a significant difference between the scores of sports club websites of two countries, Iran and England, based on a score of 100 in the evaluation of the design of sports club websites at the level of (0.05). Also, the design quality of Iranian sports clubs' websites is 5% in a very unfavorable condition, 35% in an unfavorable condition, 35% in an average condition and 25% in a favorable condition, and 50% of the websites of English sports clubs are in a favorable condition, 30% in a very good condition. Favorable, 10% are in average condition and 10% are in unfavorable condition. Finally, the design quality of UK websites was much better than that of Iran.

Conclusion: Therefore, in order to improve the quality of their website design and to satisfy customers, Iranian sports clubs should use the patterns and standards common in the successful websites of English sports clubs. It is also necessary to participate in web design training courses for club managers and experts so that they can design and implement websites in accordance with today's standards and customer expectations.

Cite this article: Korooki, A. , Hakakzade, M. and Pourranjbar, M. (2024). Comparative study of webometric indicators of fitness and recreational sports clubs in Iran and England (selected clubs under study). *New Approaches in Sports Mmanagement*, 12(44), 46-60. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2029677.1009



Publisher: Iranian Scientific Association of Sports Management

Extended Abstract

Introduction

Fitness and recreation sports clubs provide services and sports activities with the aim of wellness, health and recreation of customers (Qurbani and Safari 2015). This importance is translated in various ways around the world, including the establishment of private sports clubs. Along with public and government sports clubs, health and recreational sports clubs also play an important role in the promotion and development of sports and health in communities (Nik Dast et al. 2022). A website is a set of internet pages designed and published by an organization, institution, company or individual with the aim of providing information, services or products to its audience. Websites are usually in the form of structured and related pages, containing text, images, video, animation, etc., and are accessible to users through a domain name and Internet address (Al-Qahtani et al. 2020).

Methods

The current research method is a descriptive one based on the objective of the applied type. The statistical population of the present study included the websites of health and recreational sports clubs in Iran and England, with a total of 40 websites (Tables 1 and 2), which was obtained by the preliminary investigations of this result.

Results

In this research, first, the official websites of health and recreational sports clubs in Iran and England were identified with the Google Map tool and with the keyword "private sports club", then by using standard online and offline tools that followed the website design standards and today in the world from They are used and they are international in some way. To check the indicators used in the checklist of the Web Assessment Index model, the status of the websites from the perspective of this model was identified based on its main and secondary criteria. The evaluation results of Iranian websites are shown in table (4) and England in table (5). Two sub-criteria of ranking in Google search engine and popularity of the website constitute the index of accessibility and indicate how accessible they are to users by searching on Google. The speed index does not have a sub-criterion and indicates the initial and complete loading speed of the website, which means that the initial frame of the website should be displayed in less than one second and the page should be fully displayed to the user in less than two seconds. The three sub-criteria are the number of fixed menus to transfer to the main and side pages of the website, the display and site map for the ease of searching pages for users and the Google search robot, and the search performance in the content of the website constitute the navigation index. The two sub-criteria of the lack of errors in the links on the website and the absence of other various errors that do not fully display the website pages for the user constitute the reliability criterion. The four sub-criteria of the information level of the components and content used in the web pages, the scientific level of the information provided to the users, the service level provided to the user on the website, and the communication level considered to communicate with the customers on the website constitute the website content index.

Conclusion

According to the results of the present study, it is suggested that future researchers investigate the technical and non-technical obstacles and challenges in the design of sports club websites. It is also important to identify and prioritize the factors affecting customers' decisions in purchasing services through the websites of these clubs. In addition, it is suggested that in future researches, the design of sports club websites should be examined and evaluated from the perspective of international patterns and frameworks and from aspects such as the impact on trust building and advertising. Conducting practical and multifaceted research in this field can open the way for managers and staff of sports clubs to improve the quality of websites.


Keywords: health and recreational clubs, navigation, Reliability, Site loading speed.


مطالعه تطبیقی شاخص‌های وب‌سنجی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان (باشگاه‌های منتخب مورد مطالعه)


دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران. رایانامه: ali.korooki@iauk.ac.ir

استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران. رایانامه: minahakazade@gmail.com

دانشیار گروه تربیت‌بدنی، دانشکده پزشکی و مرکز تحقیقات علوم اعصاب، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران. رایانامه: mpranjbar@kmu.ac.ir

علی کروکی 

مینا حکاک‌زاده 

محمد پوررنجبر 

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: هدف تحقیق حاضر مطالعه تطبیقی کیفیت طراحی وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان بر اساس روش نمایه ارزیاب‌وب بود.

روش: روش تحقیق حاضر بر مبنای ماهیت توصیفی است که بر مبنای هدف از نوع کاربردی بود. جامعه آماری وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی منتخب ایران و انگلستان به تعداد مجموعاً ۴۰ وب‌سایت رسمی بود که توسط ابزار گوگل مپ و تنظیمات پیشرفته آن (انتخاب موقعیت مکانی برای جستجوی کلیدواژه) و کلیدواژه "باشگاه ورزشی خصوصی" در ایران و در انگلستان انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل سیاه‌وارسی مدل نمایه ارزیاب‌وب مارینکاس و وولتور (۲۰۰۷) دارای پنج شاخص اصلی قابلیت دسترسی، ناوبری، سرعت، قابلیت اطمینان، محتوا و نرم‌افزارهای آفلاین و آنلاین استاندارد در این روش بود.

یافته: یافته‌ها حاکی از آن است که تفاوت معناداری بین امتیازات وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی دو کشور ایران و انگلستان بر مبنای امتیاز ۱۰۰ در ارزیابی طراحی وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی در سطح (۰/۰۵) وجود دارد. همچنین کیفیت طراحی وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی ایران ۵ درصد در وضعیت بسیار نامطلوب، ۳۵ درصد در وضعیت نامطلوب، ۳۵ درصد در وضعیت متوسط و ۲۵ درصد در وضعیت مطلوب قرار دارند و ۵۰ درصد از وب‌سایت‌های باشگاه‌های ورزشی انگلستان در وضعیت مطلوب، ۳۰ درصد در وضعیت بسیار مطلوب، ۱۰ درصد در وضعیت متوسط و ۱۰ درصد نیز در وضعیت نامطلوب قرار دارند. در نهایت وضعیت کیفیت طراحی وب‌سایت‌های انگلستان نسبت به ایران به مراتب بهتر بود.

بحث و نتیجه‌گیری: بنابراین باشگاه‌های ورزشی ایران برای ارتقای کیفیت طراحی وب‌سایت خود و جلب رضایت مشتریان، باید از الگوها و استانداردهای رایج در وب‌سایت‌های موفق باشگاه‌های ورزشی انگلستان استفاده کنند. همچنین شرکت در دوره‌های آموزشی طراحی وب برای مدیران و کارشناسان باشگاه‌ها ضروری است تا بتوانند وب‌سایت‌هایی مطابق با استانداردهای روز و انتظارات مشتریان طراحی و اجرا کنند.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

کلیدواژه‌ها:

باشگاه‌های تندرستی و تفریحی، سرعت بارگیری سایت، قابلیت اطمینان، ناوبری

استناد: کروکی، علی، حکاک‌زاده، مینا و پوررنجبر، محمد. (۱۴۰۳). مطالعه تطبیقی شاخص‌های وب‌سنجی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان

(باشگاه‌های منتخب مورد مطالعه). رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱۲(۴۴)، ۴۶-۶۰. doi: 10.22034/ntsmj.2024.2029677.1009

ناشر: انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران



مقدمه

باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی به ارائه خدمات و فعالیت‌های ورزشی با هدف تندرستی، سلامتی و تفریح مشتریان می‌پردازند (قربانی و صفری ۱۳۹۵). این اهمیت به شیوه‌های مختلفی در سراسر دنیا ترجمه می‌شود، از جمله تأسیس باشگاه‌های ورزشی خصوصی. در کنار باشگاه‌های ورزشی عمومی و دولتی، باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی نیز به عنوان یک عامل مهم در ترویج و توسعه ورزش و تندرستی جامعه‌ها نقش دارند (نیک دست و همکاران ۲۰۲۲). وبسایت^۱ عبارت است از مجموعه‌ای از صفحات اینترنتی که با هدف ارائه اطلاعات، خدمات یا محصولات به مخاطبان خود توسط یک سازمان، نهاد، شرکت یا فرد طراحی و منتشر می‌شود. وبسایت‌ها معمولاً در قالب صفحاتی ساختارمند و مرتبط، حاوی متن، تصاویر، ویدئو، انیمیشن و ... بوده و از طریق یک نام دامنه و آدرس اینترنتی در دسترس کاربران قرار می‌گیرند (القحطانی و همکاران ۲۰۲۰). وبسایت باشگاه‌های ورزشی می‌تواند به عنوان یک پل ارتباطی میان باشگاه، ورزشکاران، مربیان، رسانه‌ها و عموم مردم عمل کند. از طریق ابزارهایی همچون فرم‌های تماس، پرسش و پاسخ، نظرسنجی، چت زنده و انجمن‌های آنلاین، امکان برقراری ارتباط دوسویه با اعضا و ذی‌نفعان فراهم می‌شود (یانپی و همکاران ۲۰۱۸). همچنین، وبسایت باشگاه‌های ورزشی با ارائه داده‌ها، نمودارها، جداول و شاخص‌های آماری، ابزاری برای تحلیل عملکرد ورزشکاران است. امکان ثبت و نمایش داده‌هایی همچون سرعت، مسافت، زمان، میزان کالری سوزانده شده و ضربان قلب برای ورزشکاران فراهم می‌آید (آکوغلو و همکاران ۲۰۲۱). بنابراین یکی از کاربردهای مهم فناوری اطلاعات در کسب‌وکارهای خصوصی ورزشی همچون باشگاه‌های ورزشی، فعالیت در فضای مجازی و به ویژه داشتن وبسایت است (القحطانی و همکاران ۲۰۲۰). وبسایت می‌تواند منبع مهمی برای درآمدزایی این باشگاه‌ها باشد (دهقانپوری و همکاران ۲۰۲۰).

باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی نیازمند داشتن یک وبسایت به عنوان یک ابزار حیاتی برای توسعه و ترویج کسب‌وکار خود هستند چرا که امروزه اکثر افراد به دنبال خدمات^۲ و اطلاعات^۳ مورد نیاز خود در اینترنت می‌گردند (استوک و جنسن ۲۰۱۱). وجود یک وبسایت به باشگاه ورزشی به ویژه باشگاه‌های تندرستی و تفریحی این امکان را می‌دهد تا به مخاطبان خود به صورت آنلاین دسترسی داشته باشند. این باعث افزایش شناخت و شهرت باشگاه می‌شود و افراد بیشتری را به سوی آن جذب می‌کند (طاهری کیا و همکاران ۲۰۱۹). وبسایت باشگاه ورزشی مکانی مناسب برای ارائه اطلاعات کامل در مورد برنامه‌ها، تسهیلات، زمان‌بندی کلاس‌ها، تخفیف‌ها و اخبار مربوط به باشگاه است. این اطلاعات به مخاطبان کمک می‌کند تا تصمیم به عضویت در باشگاه بگیرند (استادزاده و همکاران ۲۰۱۷). وبسایت‌ها می‌توانند امکان ارتباط مستقیم با مشتریان را فراهم کنند و از طریق فرم‌های تماس، تعامل با مشتریان و ارسال خبرنامه‌های باشگاه می‌تواند از نظرات و نیازهای مشتریان خود آگاه شود و به بهبود خدمات خود بپردازد (بیگمی و همکاران ۲۰۱۵).

باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی می‌توانند از وبسایت خود برای انجام تبلیغات و بازاریابی آنلاین^۴ استفاده کنند و از این‌رو انتشار محتوای مرتبط با تخفیف‌ها، رویدادها و مسابقات ورزشی می‌تواند به جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان فعلی کمک کند (خانمادی و همکاران ۲۰۱۵). بطور مثال می‌توان به انتشار محتوای ارزشمند شامل نکات تغذیه‌ای، آموزش حرکات ورزشی و معرفی وسائل تمرینی جدید اشاره کرد. وجود یک وبسایت معتبر و حرفه‌ای به افراد اعتماد به نفس بیشتری در مورد باشگاه ورزشی می‌دهد (راه و همکاران ۲۰۱۹). بطور مثال می‌توان وبسایت باشگاه آینده‌سازان^۵ در ایران و باشگاه برتر^۶ در انگلستان را نام برد و این باعث افزایش احتمال انتخاب باشگاه توسط مخاطبان می‌شود. چرا که به دلیل نبود روابط عاطفی و احساسی در فضای مجازی، وبسایت یک باشگاه، ویرترین خدمات آن باشگاه محسوب می‌شود (بورگز و همکاران ۲۰۲۱). وبسایت می‌تواند به مدیران باشگاه کمک کند تا اطلاعات اعضا، تراکنش‌های مالی و برنامه‌های آموزشی را به صورت موثرتری مدیریت کنند (آکوغلو و همکاران ۲۰۲۱). به عنوان نمونه، وبسایت‌های آرشا کلاب، آینده‌سازان، آسیابادی^۷ و مجموعه چشمه^۸ در ایران و وبسایت باشگاه برتر و مجموعه دی‌جی^۱ در انگلستان از سیستم مالی

1 Website

2 Services

3 Information

4 Online Advertisement & Marketing

5 www.asbasket.com

6 better.org.uk

7 asiabody.com

8 cheshmehclub.com

آنلاین استفاده می‌نمایند. در نهایت، وبسایت به عنوان یک ابزار اساسی در جذب مشتریان جدید، ارتقاء خدمات و ارتقاء شهرت باشگاه ورزشی تندرستی و تفریحی عمل می‌کند (چوی و همکاران ۲۰۱۲). بدون وجود وبسایت، باشگاه ممکن است از فرصت‌های بسیاری در دنیای آنلاین محروم شود (گونزالز و همکاران ۲۰۱۵). تحقیقاتی در این زمینه بر سایت‌های ورزشی انجام شده است که به طور عام بر ارزیابی کیفیت این سایت‌ها اشاره شده است، بطور مثال طاهری کیا و همکاران (۱۳۹۸) با رویکرد وبکوآل^۲ چنین بیان کرده اند که دانلود سریع اطلاعات در سایت، توانایی برقراری ارتباط با سایت به منظور دریافت اطلاعات مناسب و ساده بودن خواندن صفحه‌های وب بیشترین و مهمتری خواسته‌های مشتریان بوده است (طاهری کیا و همکاران ۲۰۱۹) و یا جعفری و همکاران (۱۳۹۷) با رویکرد نیوزکوآل^۳ یک مدل بومی شامل پنج بعد طراحی و گرافیکی، محتوا، فنی سیستمی، خدمات و مدیریت اجرایی برای سایت‌های خبری ارائه کرده‌اند (جعفری و همکاران ۲۰۱۸). یانپی (۱۳۹۷). با رویکرد مقایسه‌ای براساس شاخص‌های وبسنجی چنین بیان کرد که از لحاظ یازده بعد، سایت‌های ایرانی و خارجی تفاوت معناداری با هم ندارند وبسایت‌ها به دلیل تجاری بودن تمام تلاش خود را در زمینه داشتن یک سایت مطلوب داشتند و از استانداردهای طراحی تبعیت کرده و دارای اطلاعات غنی در سایت خود هستند. استاذزاده مهربانی و محمدی‌استانی (۱۳۹۶) با رویکرد دلیو-کت^۴ چنین دریافتند که طراحان وبسایت‌ها براساس الگوی ابزار ارزیابی کیفیت دلیو کیو ای تی به اندازه کافی به مولفه‌ها و ویژگی‌های مندرج در ابزار ارزیابی کیفیت دلیو کیو ای تی توجه نمی‌کنند. ویژگی‌هایی همچون سهولت جستجو، نقشه قابل فهم، جدول‌ها، نوآوری و خلاقیت، تصاویر، پیوندهای بیرونی، یافته‌های آماری و پژوهشی مستند، وجود نقشه و نمایه نمره بالایی کسب نکردند و برای آن طراحان و مدیران وبسایت‌های فدراسیون‌های ورزشی جهت افزایش کیفیت وبسایت‌های مورد نظر استفاده شود. بیگمی و همکاران (۱۳۹۴) با رویکرد ارزیابی کیفیت وبسایت باشگاه‌های موفق فوتبال ایران و اروپا به این نتایج دست یافتند که وبسایت‌های باشگاه‌های فوتبال ایران به جز در بخش محتوای ارتباطی و سرعت دسترسی به سایت، در سایر عوامل (محتوای تبادل، اطلاعاتی، تبلیغاتی و قابلیت مسیریابی در سایت) کیفیت پائین‌تری از وبسایت‌های باشگاه‌های موفق فوتبال اروپا داشتند. در میان ۳۰ وبسایت مورد بررسی، وبسایت باشگاه چلسی بالاترین میانگین کیفیت و باشگاه ذوب آهن اصفهان کمترین کیفیت را بر اساس شاخص مورد نظر دارا بودند. مدیران باشگاه‌های فوتبال ایران می‌توانند با تدوین راهبردها و سیاست‌گذاری مدون از فرصت‌های بازاریابی که این رسانه برای به جریان انداختن درآمد و برقراری ارتباط با هواداران و حامیان در اختیار آنها قرار می‌دهد، به نحو موثر استفاده نمایند. خانمرادی و همکاران (۱۳۹۴) با رویکرد مقایسه‌ای، خدمات آنلاین و بازاریابی تحت وب در باشگاه‌های فوتبال ایران، آلمان و انگلستان بررسی کردند و دریافتند که وبسایت باشگاه‌های ایران پایین‌ترین میانگین (۹/۳۷) را در زمینه ارائه خدمات آنلاین و بازاریابی تحت وب (۱/۴۳) در مقایسه با باشگاه‌های آلمان و انگلیس داشتند. مهمترین نقاط قوت و ضعف لیگ برتر ایران در این زمینه نیز مشخص گردید. همچنین باشگاه ملوان در زمینه ارائه خدمات آنلاین بالاترین میانگین رتبه‌ای (۱۱/۴۰) و تراکتورسازی در زمینه بازاریابی تحت وب بالاترین میانگین رتبه‌ای (۱۱/۶۷) را داشتند. همچنین بین میزان خدمات آنلاین ارائه شده و بازاریابی تحت وب تنها در میان لیگ برتر انگلستان ارتباط معناداری وجود داشت. باشگاه‌های فوتبال ایران باید تلاش بیشتری در زمینه بازاریابی و خدمات آنلاین انجام دهند تا فاصله بین خود با کشورهای اروپایی را کاهش دهند.

برگس و همکاران (۲۰۲۱) بیان کردند که باشگاه‌هایی که از ویژگی‌های پیشرفته اینترنتی (اجرای تراکنش‌های آنلاین، از جمله تجارت الکترونیک و یا نتایج ورزشی خودکار) استفاده می‌کنند، علی‌رغم منابع محدود، در مقایسه با باشگاه‌هایی که این ویژگی‌ها را ندارند، ارزش بیشتری را از وبسایت‌های خود به دست آورده‌اند. آمل و همکاران (۲۰۲۰) چنین بیان کردند که این نوع طراحی کلیه اطلاعات مربوط به باشگاه‌های منطقه عربستان سعودی را ترکیب می‌کند و علاوه بر پیشنهادات و تخفیف‌ها با امکان رزرو و انتقال از یک باشگاه به باشگاه دیگر را ارائه می‌دهد. بدون نیاز به مراجعه حضوری به باشگاه برای ثبت‌نام، تا ایجاد انگیزه در باشگاه‌های ورزشی مناسب شرکت کنند و بهترین تجهیزات و امکانات را علاوه بر برنامه‌های نوآورانه، سالن‌های کارديو و قدرتی، کلاس‌های آزاد و متنوع، مربی‌های دارای گواهینامه بین‌المللی و امکانات فراوان برای اعضا را به نمایش بگذارند. سیستم پیشنهادی با استفاده از زبان مدلسازی

یکپارچه (UML) و (PHP) توسعه یافته است. همچنین بازخورد دانشجویان نشان داد که اکثر آنها موافق این هستند که استفاده از سیستم آسان و سودمند است و به هدف اولیه پروژه دست می‌یابد. راه و همکاران (۲۰۱۹) چنین دریافتند که اول اینکه عوامل درونی، توانایی درک، ملموس بودن که از عوامل فرعی کیفیت اطلاعات وبسایت باشگاه ورزشی حرفه‌ای هستند، بر کیفیت روابط از جمله رضایت و اعتماد تأثیر معناداری داشتند. این نشان می‌دهد که کیفیت اطلاعات متغیر بسیار مهمی برای افزایش کیفیت رابطه مانند رضایت و اعتماد بوده است. دوم، کیفیت ذاتی، امکان درک و ملموس بودن که از عوامل فرعی کیفیت اطلاعات وبسایت باشگاه ورزشی حرفه‌ای هستند، تأثیر بسزایی بر وفاداری دارند. این نشان می‌دهد که کیفیت اطلاعات عامل بسیار مهمی برای افزایش وفاداری طرفداران بوده است. ثالثاً، رضایت و اعتماد که از عوامل فرعی کیفیت رابطه هستند، تأثیر معناداری بر وفاداری داشتند. براساس کیفیت اطلاعات می‌توان تأیید کرد که کیفیت رابطه بالا و وفاداری نیز بالا بوده است. چوی و یو (۲۰۱۲) وبسایت‌هایی که محل کسب و کار بیش از ۳۰۰ کارمند از جمله سایر سازمان‌های عمومی هستند، رعایت دسترسی به وب برای افراد معلول را اجباری می‌کنند را بررسی کردند. این مطالعه از جنبه‌های آماری برای بررسی سیستماتیک چگونگی مشاهده دسترسی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای به وبسایت تا حدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در نتیجه، مشخص شد که رکورد انطباق در موارد ارائه جایگزین‌های متنی (۹۲.۴۴ درصد) برای محتوای غیرمتنی و صفحه کلید قابل دسترسی (۷۹.۴۶ درصد) پایین است. به طور کلی مشخص شد که سابقه انطباق وبسایت با گذشت زمان در حال افزایش است.

در این پژوهش با استفاده از شاخص‌های وبسنجی براساس استاندارد جهانی همچون تعداد حضور در موتورهای جستجو، محبوبیت پیوند، سرعت دسترسی، مکانیسم ناوبری سایت، خطاهای پیوند، خطاهای گوناگون وب، محتوای عمومی، فرم‌های وب، طبقه‌بندی اطلاعات، نمایش اطلاعات، امکانات وب، اپ موبایلی، بازخورد مبتنی بر فرم و.. وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در دو کشور مورد بررسی و مقایسه قرار گرفت. خلاء پژوهشی مهم در این زمینه، عدم بررسی دقیق علل ایجاد شکاف در شاخص‌های وبسنجی بین باشگاه‌های ورزشی ایران و انگلستان است. البته بایستی عواملی مانند سرمایه‌گذاری، زیرساخت‌های فناورانه، مهارت و دانش نیروی انسانی و فرهنگ بومی مرتبط با فضای مجازی در دو کشور مورد مطالعات دقیق و مقایسه‌ای قرار گیرد تا راهکارهای کاهش این شکاف ارائه شود. با توجه به گسترش روزافزون استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، بررسی وضعیت حضور و فعالیت باشگاه‌های ورزشی در فضای مجازی و وبسایت‌های اینترنتی می‌تواند شاخص مناسبی برای سنجش میزان توسعه و پیشرفت آنها باشد. انجام این تحقیق دارای اهمیت‌های متعددی است، از جمله اینکه با تحلیل و مقایسه مدیریت باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در دو کشور به ما این امکان را می‌دهد تا نحوه طراحی و مدیریت صفحات وب باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در ایران و انگلستان را مورد بررسی قرار دهیم. این تحلیل به ما کمک می‌کند تا مزایا و معایب هر سیستم طراحی وب را شناسایی کنیم و از تجارب موفق و شکست‌ها یاد بگیریم. با شناخت دقیق تر و تحلیل عوامل موثر در عملکرد وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی، می‌توان راهکارهای بهبود و بهینه‌سازی فرآیندهای طراحی سایت^۱ را ارائه داد. این اقدام با ارتباط و جذب بیشتر ورزشکاران می‌تواند به توسعه ورزش و تندرستی در جامعه کمک کند. به طور خلاصه، انجام تحقیق تطبیقی در زمینه شاخص‌های وبسنجی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در ایران و انگلستان به جذب کاربران، بهبود عملکرد این باشگاه‌ها در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در روش مدرن، توسعه ورزش و تندرستی جامعه، و ارتقاء سطح علمی و عملی در این زمینه کمک می‌کند. با تبادل تجربیات بین کشورها در این تحقیق می‌توان فرصتی را ایجاد کرد تا تجربیات و دانش در زمینه طراحی صفحات وب باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در دو کشور به اشتراک گذاشته شود. این تبادل تجربیات می‌تواند به بهینه‌سازی^۲ هرچه بیشتر وبسایت‌های باشگاه‌ها در دو کشور کمک کند. با بهبود وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی، افراد بیشتری با این وبسایت‌ها تعامل پیدا می‌کنند، که مجدداً این امر به ترویج سلامتی و تندرستی در جامعه کمک می‌کند. همچنین وضعیت در کسب‌وکار این باشگاه‌ها ممکن است تأثیر بسزایی داشته باشد. بنابراین نتایج این پژوهش می‌تواند به مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزشی در زمینه بهبود وضعیت حضورشان در فضای مجازی و ارتقای سطح خدمات الکترونیکی^۳ کمک شایانی نماید. در این راستا، مطالعه و تحلیل شاخص‌های

1 Web Design

2 Optimisation

3 E-Services

وبسجی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در کشورهای مختلف، از جمله ایران و انگلستان، امکان بهبود عملکرد و مدیریت این باشگاه‌ها را افزایش می‌دهد. باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در ایران و انگلستان به دلیل تفاوت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی در هر دو کشور تأثیرهای متفاوتی دارند. این تفاوت‌ها ممکن است در شاخص‌های وبسجی باشگاه‌های ورزشی نیز بروز کنند. همچنین انتخاب وبسایت‌های انگلستان به دلیل وجود الگوها و استانداردهای طراحی وبسایت حرفه‌ای، دسترسی ساده محقق به اطلاعات این وبسایت‌ها و وجود صنعت پیشرفته ورزشی و سابقه طولانی باشگاه‌های ورزشی در این کشور بود. مطالعه تطبیقی شاخص‌های وبسجی این باشگاه‌ها به ما این امکان را می‌دهد که از چگونگی مدیریت و عملکرد باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در هر دو کشور آگاهی پیدا کنیم و به نتایج مقایسه‌ای برسیم. از این‌رو هدف از انجام این پژوهش، بررسی تطبیقی شاخص‌های وبسجی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در دو کشور ایران و انگلستان بود.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی است که بر مبنای هدف از نوع کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان به تعداد مجموعاً ۴۰ وبسایت بود (جدول ۱ و ۲) که توسط بررسی‌های اولیه این نتیجه بدست آمده است.

جدول ۱ - وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران

نام باشگاه	آدرس وبسایت باشگاه	نام باشگاه	آدرس وبسایت‌ها
ضربان	zaraban.group	آرشا کلاب	arshaclub.com
شاهین	www.shahinkerman.ir	مجموعه چشمه	cheshmehclub.com
آکادمی مبارز	www.fighter-ac.ir	مجموعه بهرام‌پور	bahrapourclub.com
آسیابادی	asiabody.com	پارت نوین	partnovin.com
سوبوکای	soubokai.asnaf.top	روشا	r8fitness.com
میعاد	www.hungar.org	انرژی+	energyplus.ir
پدیده	padidehclub.com	زاک	zakee.ir
بهرامی	bahramiclub.com	کهکشان	kahkeshan-gym.ir
آینده‌سازان	www.asbasket.com	سینرژ	monavari-gym.com
شطرنج ایران	www.shatranjiran.com	رنا	rheaclub.ir

برای جستجوی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی از ابزار گوگل‌مپ و تنظیمات پیشرفته آن (انتخاب موقعیت مکانی برای جستجوی کلیدواژه) و کلیدواژه باشگاه ورزشی خصوصی در ایران و در انگلستان استفاده شد.

جدول ۲ - وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان

نام باشگاه	آدرس وبسایت باشگاه	نام باشگاه	آدرس وبسایت‌ها
باشگاه والیبال ریچموند	richmondvolleyball.co.uk	باشگاه من و آب	swimireland.ie
باشگاه برتر	better.org.uk	باشگاه موج‌سواری	surfingengland.org
باشگاه بدمینتون	badminton.wales	مجموعه دی‌جی ۱	dg1leisure.co.uk
باشگاه ایرلندیار	basketballni.com	باشگاه ناتینگ‌هیل	bodyworkswest.co.uk
باشگاه بسکتبال	basketball.wales	مجموعه مک‌لارن	mclarenleisure.co.uk
باشگاه اسکاتلندیار	basketballscotland.co.uk	باشگاه هدینگتون	swimhaddington.co.uk
باشگاه طوفان آیر	ayrstorm.com	باشگاه روهامپتون	roehamptonclub.co.uk
باشگاه بیسبال	baseballsoftballuk.com	باشگاه پارسونز سبز	parsonsgreenclub.com
باشگاه اسکواش انگلستان	englandsquash.com	باشگاه گلاسکو نومدز	glasgownomads.co.uk
باشگاه ایرلند شمالی	sportni.net	باشگاه قهرمانی	allstars-gym.co.uk

جهت ارزیابی وبسایت‌ها از مدل‌های استاندارد ISO9126-1 که از لیسانس IEEE1061 پیروی می‌کنند استفاده شد که این مدل‌ها دارای سیاهه واری‌های استاندارد تحت لیسانس نامبرده می‌باشند. در این پژوهش از مدل دارای استاندارد نامبرده؛ مدل نمایه ارزیابوب استفاده گردید. سیاهه‌واری مدل نمایه ارزیابوب توسط مارینکاس و وولتور (۲۰۰۷) ارائه شده است (۱۷) که دارای ۵ معیار اصلی قابلیت‌دسترسی (معیار فرعی رتبه‌بندی در موتور جستجوی گوگل و محبوبیت)، ناوبری (معیار فرعی تعداد منوهای ثابت، نمایش و نقشه سایت و عملکرد جستجو)، سرعت، قابلیت اطمینان (معیار فرعی عدم خطاهای پیوند و عدم خطاهای گوناگون)، محتوا (معیارهای فرعی سطح اطلاعاتی، سطح تحقیقات علمی، سطح خدمات و سطح ارتباطی) است که مقیاس استاندارد اندازه‌گیری این سیاهه طیف ۵ ارزشی بوده و شامل بسیار نامطلوب (۰-۲۰)، نامطلوب (۲۱-۴۰)، متوسط (۴۱-۶۰)، مطلوب (۶۱-۸۰) و بسیار مطلوب (۸۱-۱۰۰) می‌باشد. نحوه ارزیابی و امتیازدهی به معیارهای اصلی از مجموع امتیازهای داده شده به معیارهای فرعی بدست آمد. در روند ارزیابی و اندازه‌گیری خصیصه‌ها و خرده مقیاس‌های متغیرهای مدل‌های مذکور از نرم‌افزارهای متناسب و مناسب با آن استانداردها که توسط خبرگان و متخصصان رشته فناوری اطلاعات معرفی شدند، استفاده شد که در جدول (۳) بیان شده‌اند. این نرم‌افزارها ساخت شرکت‌های بزرگی همچون گوگل و بینگ و سایر شرکت‌های معتبر در این زمینه هستند که معیارهای مذکور را بدون دخالت انسان، جهت کاهش خطای ارزیابی، ارائه کرده‌اند.

جدول ۳ - نرم‌افزارهای آنلاین و آفلاین ارزیابی معیارهای نمایه ارزیابوب

ماهیت	نام نرم‌افزار
آنلاین	Google PageSpeed Insights
آنلاین	GTmetrix.com
آنلاین	Jetseo.ir
آنلاین	analytics.upseo.ir
آنلاین	WAVE Evaluation Tool
آنلاین	EqualWeb Accessibility Checker
آفلاین	SSW Link Auditor 4.41
آفلاین	SiteMonitor Enterprise 4.03
آفلاین	Xens link sleuth
آفلاین	Screaming Frog SEO Spider

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش ابتدا وبسایت‌های رسمی باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان با ابزار گوگل‌مپ و با کلیدواژه "باشگاه ورزشی خصوصی" شناسایی شد، سپس با استفاده از ابزارهای استاندارد آنلاین و آفلاین که از استانداردهای طراحی سایت پیروی می‌کردند و امروزه در سطح جهان از آنان استفاده می‌شود و به نوعی بین‌المللی هستند برای بررسی شاخص‌های استفاده شده در سیاهه واری‌های مدل نمایه ارزیابوب پرداخته شد تا وضعیت وبسایت‌ها از منظر این مدل براساس معیارهای اصلی و فرعی آن شناسایی شود. نتایج ارزیابی وبسایت‌های ایران در جدول (۴) و انگلستان در جدول (۵) نمایش داده شده است.

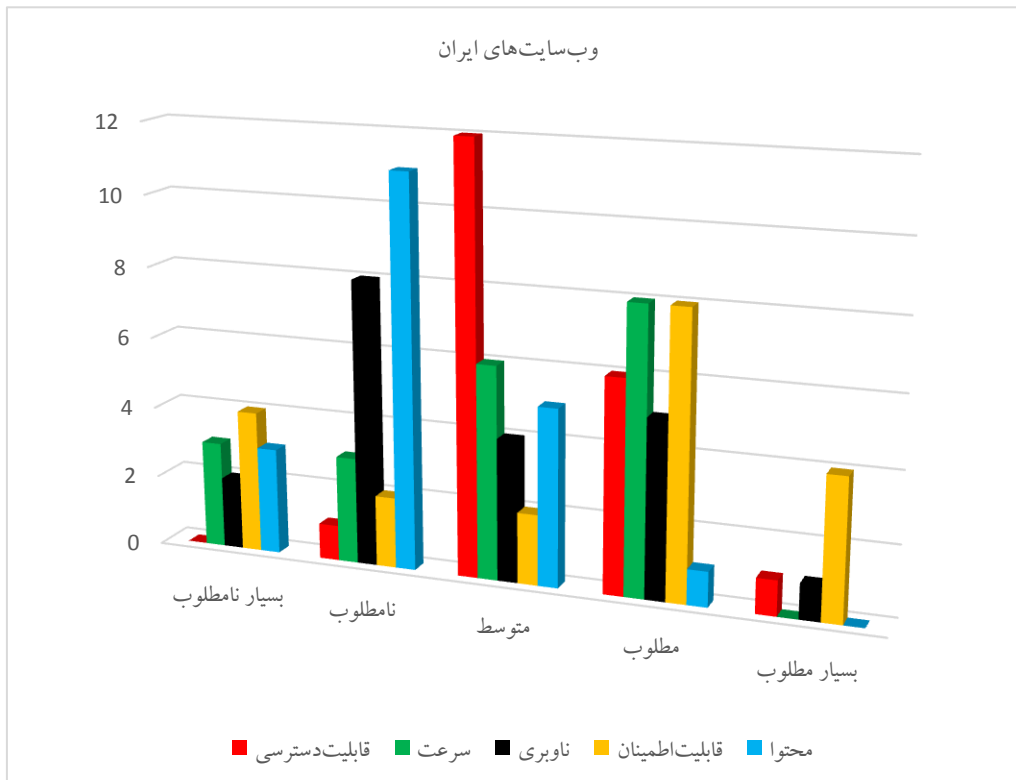
دو معیار فرعی رتبه‌بندی در موتور جستجوی گوگل و محبوبیت وبسایت شاخص قابلیت دسترسی را تشکیل می‌دهند و نشان‌دهنده این است که با جستجو در گوگل تا چه میزان در دسترس کاربران هستند. شاخص سرعت دارای معیار فرعی نمی‌باشد و نشان‌دهنده سرعت بارگیری اولیه و کامل وبسایت است، بدین معنا که نمایش فریم اولیه^۱ وبسایت کمتر از یک ثانیه و صفحه بطور کامل کمتر از دو ثانیه برای کاربر نمایش داده شود. سه معیار فرعی تعداد منوهای ثابت جهت انتقال به صفحات جانبی و اصلی وبسایت، نمایش و نقشه سایت برای سهولت جستجوی صفحات برای کاربران و ربات جستجوی گوگل و عملکرد جستجوی در محتوای وبسایت شاخص ناوبری را تشکیل می‌دهند. دو معیار فرعی عدم خطاهای پیوندهای موجود در وبسایت و عدم وجود سایر خطاهای گوناگون که صفحات وبسایت را بطور کامل برای کاربر به نمایش نگذارد را معیار قابلیت اطمینان تشکیل می‌دهد. چهار معیار فرعی سطح اطلاعاتی اجزا و

محتوای به کار رفته در صفحات وب، سطح علمی اطلاعات درج شده برای کاربران، سطح خدماتی که به کاربر در وبسایت ارائه می‌شود و سطح ارتباطی لحاظ شده برای ارتباط با مشتریان در وبسایت، شاخص محتوای وبسایت را تشکیل می‌دهد.

جدول ۴ - ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیابی وب

شاخص		نمایه ارزیابی وب						
نتیجه ارزیابی	بسیار نامطلوب	نامطلوب	متوسط	مطلوب	بسیار مطلوب	جمع	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد
قابلیت دسترسی	۰٪	۵٪	۶۰٪	۳۰٪	۵٪	۱۰۰٪	۶/۱۵	۱/۳۴۸
سرعت	۱۵٪	۱۵٪	۳۰٪	۴۰٪	۰٪	۱۰۰٪	۵/۴۵	۲/۰۳۸
ناوبری	۱۰٪	۴۰٪	۲۰٪	۲۵٪	۵٪	۱۰۰٪	۵/۰۵	۲/۰۸۹
قابلیت اطمینان	۲۰٪	۱۰٪	۱۰٪	۴۰٪	۲۰٪	۱۰۰٪	۶	۲/۹۰۲
محتوا	۱۵٪	۵۵٪	۲۵٪	۵٪	۰٪	۱۰۰٪	۲۰/۰۵	۹/۰۵۲
نتیجه نهایی	۵٪	۳۵٪	۳۵٪	۲۵٪	۰٪	۱۰۰٪	۸/۵۴	۲/۶۸

نتایج ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران بر اساس معیار قابلیت دسترسی با میانگین (۶/۱۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۶۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت متوسط هستند. معیار سرعت با میانگین (۵/۴۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارند. معیار ناوبری با میانگین (۵/۰۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت نامطلوب قرار دارند. معیار قابلیت اطمینان با میانگین (۶) امتیاز نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارند و معیار محتوا با میانگین (۲۰/۰۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۵۵ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت نامطلوب قرار دارند.



شکل ۱ - نمودار ارزیابی وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیابی وب

در نهایت روش نمایه ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران با میانگین (۸/۵۴) نشان می‌دهد که ۳۵ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت نامطلوب و ۳۵ درصد نیز در وضعیت متوسط قرار دارند. کمترین امتیاز را وبسایت

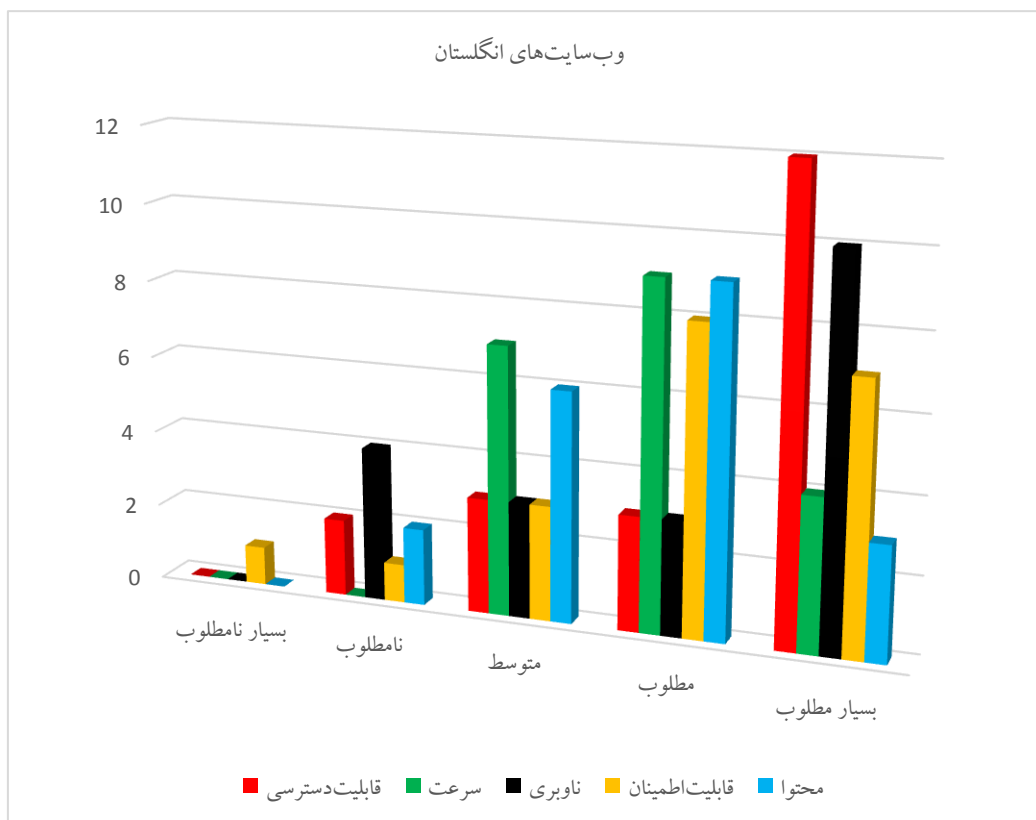
باشگاه سینرژي (۱۹ امتیاز) و بیشترین امتیاز را دو وبسایت باشگاه آسیابادی و باشگاه ضربان (۶۲ امتیاز) در روش نمایه ارزیابوب کسب کردند.

نتایج ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های خصوصی انگلستان بر اساس معیار قابلیت دسترسی با میانگین (۸/۳۰) امتیاز نشان می‌دهد که ۶۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت بسیار مطلوب هستند. معیار سرعت با میانگین (۷/۲۰) امتیاز نشان می‌دهد که ۴۵ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارند. معیار نوبری با میانگین (۷/۵۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۵۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت بسیار مطلوب قرار دارند. معیار قابلیت اطمینان با میانگین (۷/۴۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارند و معیار محتوا با میانگین (۳۹/۰۵) امتیاز نشان می‌دهد که ۳۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارند.

جدول ۵ - ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیابوب

نتیجه ارزیابی	شاخص		نمایه ارزیابوب					
	بسیار نامطلوب	نامطلوب	متوسط	مطلوب	بسیار مطلوب	جمع	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد
قابلیت دسترسی	۰٪	۱۰٪	۱۵٪	۱۵٪	۶۰٪	۱۰۰٪	۸/۳۰	۲/۱۷
سرعت	۰٪	۰٪	۳۵٪	۴۵٪	۲۰٪	۱۰۰٪	۷/۲۰	۱/۳۲
نوبری	۰٪	۲۰٪	۱۵٪	۱۵٪	۵۰٪	۱۰۰٪	۷/۵۵	۲/۵۸
قابلیت اطمینان	۵٪	۵٪	۱۵٪	۴۰٪	۳۵٪	۱۰۰٪	۷/۴۵	۲/۱۳
محتوا	۰٪	۱۰٪	۳۰٪	۴۵٪	۱۵٪	۱۰۰٪	۳۹/۰۵	۱۰/۷۳
نتیجه نهایی	۰٪	۱۰٪	۱۰٪	۵۰٪	۳۰٪	۱۰۰٪	۱۳/۹۱	۳/۱۱

در نهایت روش نمایه ارزیابوب در ارزیابی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان با میانگین (۱۳/۹۱) نشان می‌دهد که ۵۰ درصد از وبسایت‌ها در وضعیت مطلوب و ۳۰ درصد نیز در وضعیت بسیار مطلوب قرار دارند.



شکل ۲ - نمودار وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیابوب

برای مقایسه نهایی کیفیت طراحی وبسایت‌های دو کشور ایران و انگلستان از آزمون تی زوجی استفاده گردید و نتایج آن در جدول (۷) نمایش داده شدند.

جدول ۶ - وضعیت توزیع داده‌ها

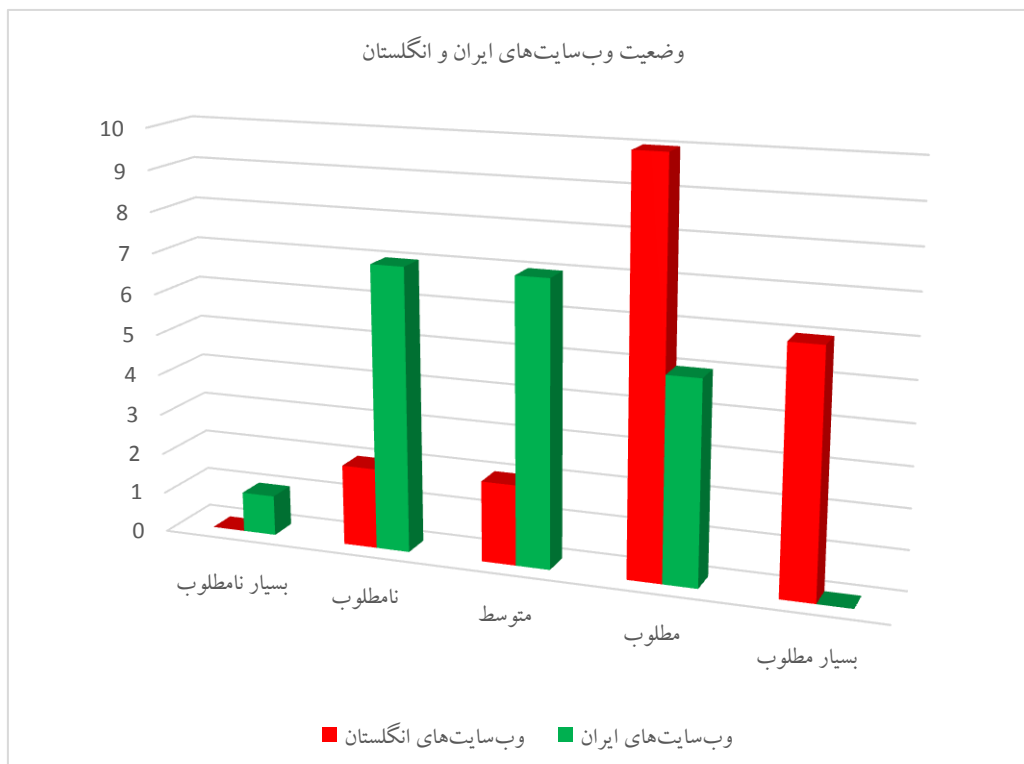
عوامل	نمونه	میانگین	آماره	سطح معناداری
ایران	۲۰	۸/۵۴۰۰	۰/۱۷۱	۰/۱۲۸
انگلستان	۲۰	۱۳/۹۱۰۰	۰/۱۶۰	۰/۱۹۰

نتایج جدول (۶) نشان دهنده نرمال و طبیعی بودن توزیع داده‌ها است. بنابراین برای مقایسه زوجی نتایج ارزیابی وبسایت‌های دو کشور از آزمون تی زوجی در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده گردید.

جدول ۷ - مقایسه زوجی وضعیت وبسایت‌های دو کشور ایران و انگلستان

مدل‌ها	میانگین	انحراف استاندارد	انحراف معیار	تی	درجه آزادی	سطح معناداری
انگلستان - ایران	۵/۳۷۰۰	۴/۷۳۱۶۵	۱/۰۵۸۰۳	۵/۰۷۵	۱۹	۰/۰۰۱

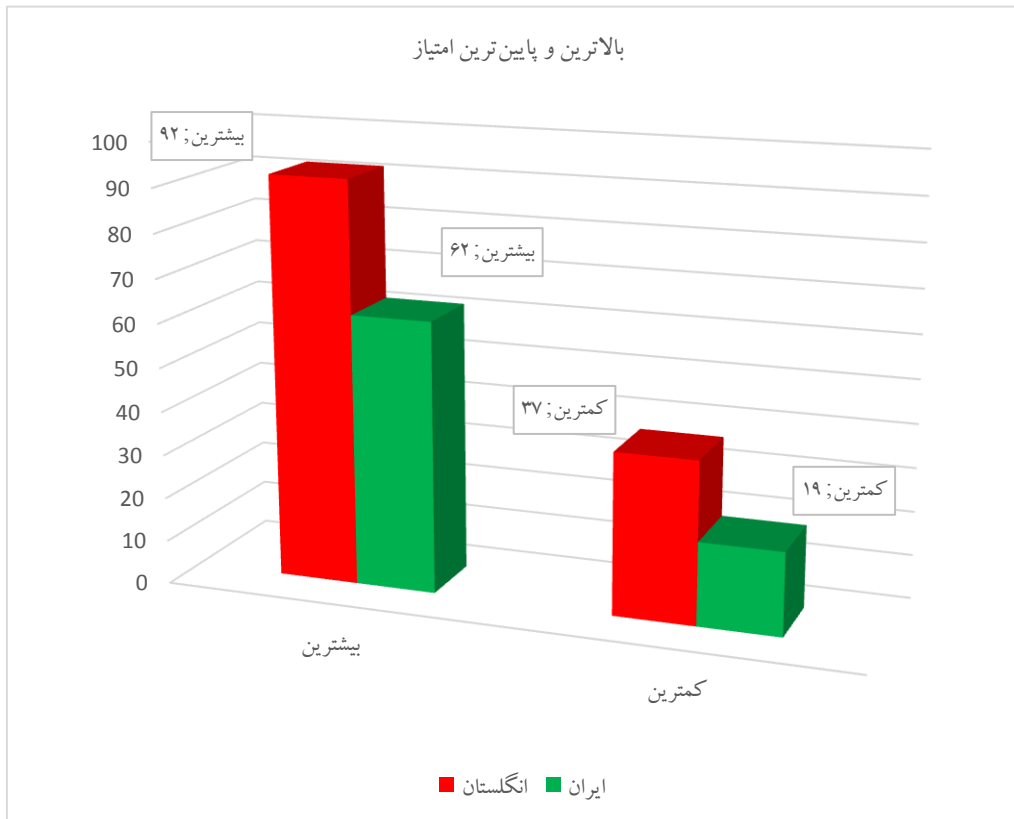
نتایج جدول (۷) نشان داد که اختلاف معناداری بین امتیازات ارزیابی کیفیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان در سطح (۰/۰۵) وجود دارد. با توجه به میانگین ارزیابی وبسایت‌های ایران (۸/۵۴۰۰) که از میانگین ارزیابی وبسایت‌های انگلستان (۱۳/۹۱۰۰) کمتر است می‌توان مدعی شد که وضعیت کیفیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران نسبت به انگلستان به مراتب بطور معناداری ضعیف‌تر می‌باشد (شکل ۳).



شکل ۳ - نمودار مقایسه وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیاب‌وب

در نهایت وضعیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی ایران در سطح نامطلوب رو به متوسط قرار دارند و وضعیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان در سطح بسیار مطلوب رو به مطلوب قرار دارند. باشگاه برتر بیشترین

امتیاز (۹۲) و باشگاه طوفان آیر کمترین امتیاز (۳۷) در انگلستان بدست آوردند و در ایران بیشترین امتیاز (۶۲) متعلق به باشگاه‌های آینده‌سازان و آسیابادی و کمترین امتیاز (۱۹) متعلق به باشگاه سینرزی می‌باشد (شکل ۴).



شکل ۴ - نمودار مقایسه وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان بر اساس معیارهای اصلی روش نمایه ارزیابوب

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج ارزیابی کیفیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران براساس روش ارزیابی نمایه ارزیابوب با استفاده از ابزارهای استاندارد نشان داد که وضعیت کیفیت طراحی این وبسایت‌ها ۵ درصد در وضعیت بسیار نامطلوب، ۳۵ درصد در وضعیت نامطلوب، ۳۵ درصد در وضعیت متوسط و ۲۵ درصد در وضعیت مطلوب قرار دارند. نتایج تحقیق حاضر نتایج تحقیق حاضر با نتایج پژوهش‌های داخلی که در زمینه ارزیابی وبسایت‌های فروشگاه‌های پوشاک ورزشی، وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌های ورزشی و وبسایت‌های خبری ورزشی انجام شده است همخوانی دارد. از جمله این محققین می‌توان به یانپی (۱۳۹۷)، طاهری‌کیا و همکاران (۱۳۹۸)، استادزاده مهربانی و محمدی‌استانی (۱۳۹۶)، بیگمی و همکاران (۱۳۹۴)، خانمرادی (۱۳۹۴) و جعفری و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد. با توجه به اهمیت روزافزون وبسایت‌ها در ارتباطات و کسب اطلاعات در صنایع مختلف از جمله ورزش، ارزیابی کیفیت طراحی این وبسایت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مطالعات متعددی توسط محققین داخلی و خارجی در زمینه ارزیابی کیفیت طراحی سایت‌های ورزشی با استفاده از چک‌لیست‌های استاندارد انجام شده است. نتایج تحقیقات انجام شده در ایران نشان می‌دهد که علی‌رغم هزینه‌های زیادی که برای طراحی وبسایت‌های ورزشی صرف می‌شود، کیفیت طراحی این وبسایت‌ها مطلوب نبوده و اکثراً متوسط و ضعیف رتبه‌بندی می‌شوند. این امر به دلیل عدم رعایت استانداردها و الزامات در طراحی سایت‌ها می‌باشد. برخی از محققان عواملی مانند کاربرپسندی، سهولت استفاده، جذابیت بصری و محتوایی و دسترسی را به عنوان معیارهای ارزیابی در نظر گرفته‌اند. شایان ذکر است که چک لیست‌های پرکاربرد براساس استانداردهای بین‌المللی هستند و موارد مشابه را اندازه‌گیری می‌کنند. بنابراین، ترکیبی از نتایج تحقیقات داخلی و خارجی در زمینه رفتار غیرقابل قبول در طراحی بازی‌های ورزشی ممکن است توجیه شود. البته در مطالعات خارجی

موارد کمی وجود دارد که طراحی سایت خوبی پیدا کرده باشد. با این حال، شواهد نشان می‌دهد که فاصله زیادی بین آنچه در حال حاضر اتفاق می‌افتد و آنچه از نظر کیفیت طراحی سایت‌های ورزشی در ایران مورد نظر است وجود دارد که توجه بسیاری از کارشناسان و صاحب نظران این حوزه را می‌طلبد.

نتایج ارزیابی کیفیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان براساس روش ارزیابی نمایه ارزیابی وب استفاده از ابزارهای استاندارد نشان داد که وضعیت کیفیت طراحی این وبسایت‌ها ۳۰ درصد در وضعیت بسیار مطلوب، ۵۰ درصد در وضعیت مطلوب، ۱۰ درصد در وضعیت متوسط و ۱۰ درصد در وضعیت نامطلوب قرار دارند. نتایج حاضر با اکثر نتایج تحقیقات خارجی نیز همسو بوده است. در مطالعه خارجی، بسیاری از موارد در بین سایت‌ها یکسان بود که با نتایج ارزیابی این مطالعه از سایت‌های باشگاه انگلیسی مطابقت دارد. از جمله این تحقیقات می‌توان به آمل و همکاران (۲۰۲۰)، راه و همکاران (۲۰۱۹)، برگس و همکاران (۲۰۲۱) و چوی و یو (۲۰۱۲) اشاره کرد. همچنین در تحقیق حاضر یک مورد از وبسایت‌های انگلستان با کسب امتیاز ۹۲ که مطلوبیت قابل توجهی را داشت به چشم می‌خورد. دلیل احتمالی این تفاوت در کیفیت وبسایت‌های انگلیسی و ایرانی می‌تواند توجه زیاد توسعه دهندگان وب و استفاده از فناوری‌های روز و یا استفاده از نکات کلیدی، عوامل مهم گوگل و دقت بالای طراحان در اجرای استانداردهای جهانی باشد. در حال حاضر فناوری اطلاعات و ارتباطات نقشی حیاتی در پیشبرد اهداف و گسترش فعالیت‌های مختلف تجاری ایفا می‌کند. جریان آزاد اطلاعات برای موفقیت هر کسب و کاری حیاتی است و فناوری‌های جدید می‌توانند نقش موثری در این زمینه داشته باشند. اما صنعت ورزش نیز از این قاعده مستثنی نیست و شرکت‌های ورزشی باید با استفاده از فناوری روز خدمات بهتری ارائه دهند. یکی از نمونه‌های بارز شرکت‌های ورزشی، باشگاه‌های ورزشی خصوصی هستند که بیشتر خدمات ورزشی جامعه را بر عهده دارند. به دنبال پیشرفت‌های تکنولوژیکی، این باشگاه‌ها باید از آن به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف بازاریابی و گسترش دامنه خود استفاده کنند. از این حیث ایجاد وبسایت و استفاده از خدمات الکترونیکی یک اقدام ضروری برای هر باشگاهی است. وبسایت‌ها می‌توانند به عنوان پل ارتباطی بین باشگاه‌های ورزشی و مشتریان عمل کرده و زمینه‌ای را برای بهبود ارتباط با مشتریان و افزایش رضایت مشتریان فراهم کنند. بنابراین توجه به کیفیت وبسایت‌های ورزشی و ارزیابی مستمر آنها با استفاده از روش‌های جدید ضروری است. نتایج ارزیابی کیفیت وبسایت می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی در رضایت و وفاداری مشتریان عمل کند و در نهایت منجر به موفقیت و پیشرفت باشگاه‌های ورزشی شود. بنابراین، توجه به ارزیابی و بهبود مستمر کیفیت وبسایت‌های ورزشی، باید به عنوان یک اولویت در دستور کار باشگاه‌ها و مراکز ورزشی قرار گیرد.

نتایج کلی پژوهش حاکی از آن است که کیفیت طراحی (شامل بهینه بودن شاخص‌های قابلیت دسترسی، سرعت، ناوبری، محتوا و قابلیت اطمینان) وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در ایران در وضعیت متوسط تا نامطلوب قرار دارد و کیفیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان وضعیت مطلوب تا بسیار مطلوبی دارند. آنچه که تاکنون در این حوزه می‌دانیم اینست که وضعیت طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی ایران نامطلوب است و برای آن اقدامی نشده و حتی نمی‌دانند چه اقدامی کنند. بنابراین با نتایج تحقیق حاضر، طراحان وبسایت‌های ورزشی و مدیران باشگاه‌ها متوجه می‌شوند که چه فاکتورهای استانداردی را باید هنگام طراحی رعایت نمایند. بر این اساس، ضرورت دارد مدیران این باشگاه‌های ایرانی با به‌کارگیری آخرین فناوری‌های روز دنیا و بهره‌گیری از مشاوره‌های طراحان و برنامه‌نویسان حرفه‌ای، نسبت به رفع نواقص وبسایت‌های موجود و بهسازی مستمر آن‌ها اقدام نمایند. همچنین لازم است فرایندهای نظارت و بروزرسانی مداوم بر وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی، به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیت‌های این مراکز در نظر گرفته شود تا وبسایت‌ها که ویتترین این باشگاه‌ها محسوب می‌شوند، همواره با کیفیت و عملکرد مطلوبی در اختیار کاربران قرار گیرند. البته در این راه می‌توانند از وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی انگلستان الگوبرداری نمایند.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر مبنی بر وضعیت نامطلوب طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در کشور، پیشنهاد می‌شود مدیران این باشگاه‌ها با همکاری توسعه‌دهندگان حرفه‌ای وب، نسبت به رفع نواقص و بهبود وبسایت‌های موجود بر اساس استانداردهای روز طراحی وب اقدام نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود طراحان وبسایت در طراحی وبسایت‌های جدید نیز ضمن توجه به الزامات و استانداردهای طراحی، دانش و مهارت‌های خود را مطابق با آخرین پیشرفت‌های فناورانه در حوزه طراحی وب به روز

نگه دارند. رعایت استانداردها و به‌کارگیری آخرین دستاوردهای روز دنیا در طراحی وبسایت‌ها، با توجه به پیشرفت‌های مداوم فناوری، امری ضروری برای ارتقای کیفیت وبسایت‌ها و افزایش رضایتمندی کاربران است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود محققان آتی به بررسی موانع و چالش‌های فنی و غیرفنی موجود در طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی بپردازند. همچنین شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر تصمیم‌گیری مشتریان در خرید خدمات از طریق وبسایت این باشگاه‌ها حائز اهمیت است. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی طراحی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی از منظر الگوها و چارچوب‌های بین‌المللی و از جنبه‌هایی همچون تاثیر بر اعتمادسازی و تبلیغات مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد. انجام پژوهش‌های کاربردی و چندجانبه در این حوزه می‌تواند راهگشای مدیران و دست‌اندرکاران باشگاه‌های ورزشی در جهت ارتقای کیفیت وبسایت‌ها باشد.

همانند هر پژوهش دیگری، پژوهش حاضر نیز با برخی محدودیت‌ها مواجه بوده است. یکی از محدودیت‌ها این بود که اکثر باشگاه‌های ورزشی تندرستی و تفریحی در کشور از ابزارهای رایگان مانند وبلاگ یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و تعداد باشگاه‌های دارای وبسایت رسمی بسیار محدود است. محدودیت دیگر کمبود داده‌ها درخصوص رفتار، رضایتمندی و وفاداری مشتریان نسبت به وبسایت باشگاه‌های ورزشی بود. همچنین بی‌ثباتی و ناپایداری برخی از وبسایت‌های مورد بررسی در زمان تحلیل، موجب شد تا تحلیل‌های نرم‌افزاری مکرراً تکرار شود که از محدودیت‌های اصلی پژوهش به شمار می‌رود. از اینرو به منظور بهبود وضعیت وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی براساس شاخص‌های قابلیت دسترسی، سرعت، ناوبری، محتوا و قابلیت اطمینان، پیشنهاد می‌شود اقداماتی همچون بهینه‌سازی سرورها، استفاده از قالب‌های ریسپانسیو، تولید محتوای باکیفیت، پشتیبان‌گیری منظم و محافظت در برابر حملات سایبری انجام شود تا وبسایت‌های باشگاه‌ها عملکرد بهتری در زمینه‌های فوق داشته باشند. همچنین استفاده از قالب‌های ریسپانسیو و واکنش‌گرا، پشتیبانی از دستگاه‌های مختلف و امکان تغییر اندازه متون برای بهینه‌سازی قابلیت دسترسی؛ فشرده‌سازی تصاویر، کاهش تعداد و استفاده از شبکه توزیع محتوا، بهینه‌سازی سرور و کدها و استفاده از ریکوئست‌ها برای بهینه‌سازی سرعت؛ طراحی منوی ساده و شفاف، قرار دادن لینک در بالای صفحات، جستجوی پیشرفته در وبسایت برای بهینه‌سازی ناوبری؛ تولید محتوای با کیفیت، مرتبط و بروز، چندرسانه‌ای و جذاب برای کاربر جهت بهینه‌سازی محتوا؛ استفاده از میزان قدرتمند، پشتیبان‌گیری منظم، محافظت در برابر حملات سایبری برای بهینه‌سازی قابلیت اطمینان می‌تواند به بهبود تمام شاخص‌های ارزیابی شده در وبسایت‌های باشگاه‌های تندرستی و تفریحی ایران و انگلستان کمک شایانی نماید. این پژوهش با بررسی تطبیقی وبسایت‌های باشگاه‌های ورزشی ایران و انگلستان براساس شاخص‌های استاندارد، ضمن شناسایی شکاف موجود در سطح کیفی طراحی وبسایت‌ها و افزایش آگاهی، دانش مفیدی را در خصوص لزوم توجه بیشتر مدیران باشگاه‌های ایرانی به بهبود کیفیت حضور در فضای مجازی ایجاد کرده و الگوی مناسبی به عنوان ابزار کلیدی در تقویت این حوزه مهم برای موفقیت آنها فراهم کرده است.

منابع

- Akoglu, Halil; Özbek; Oğ uz. (2021). The effect of brand experiences on brand loyalty through perceived quality and brand trust: a study on sports consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 34. 2130-2148. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2021-0333>
- Amal, Alqahtani; Bothaynah, Alshehri; Maram, Alqahtani; Manar, Abumelha; Muneerah, Alshabanah; Daniah, Alrajhi; Mutasem, K. Alsmadi; Ibrahim, Almarashdeh. (2020). Developing and Implementing a Website for Sports Clubs, *International Journal of Scientific Research in Science and Technology IJSRST | Volume 7, Issue 2*, 395-602. <https://doi.org/10.32628/IJSRST207157>
- Begami, Zahra; Hamidi, Mehrzad; Khabeiri, Mohammad. (2015). Internet marketing in football clubs: evaluating the quality of the website of successful Iranian and European football clubs, *Sports Management Studies*, No. 34, pp. 155-176. (in persian)
- Burgess, S; Bingley, S; Parker, C. M. (2021). The value of local sporting clubs' websites, *Information & Management* Volume 58, Issue 8, December 2021, 103531. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103531>
- Choi, K; You, K. (2012). Web Accessibility Evaluation of Professional Sports Clubs in Korea, <http://dx.doi.org/10.6109/jkiice.2012.16.3.399>

- Dehghanpuri, Horiyeh; Sarlab, Roghayeh; Chavoshi, Seyyed Rasoul; Dunyapour, Hossein. (2020). Investigating the effect of marketing intelligence on the competitiveness of online sports stores with the mediating role of innovative performance", *Modern Marketing Research*, Volume 10, Number 3, Serial 38, pp: 57-80. (in persian)
- Ghorbani, Mohammad Hossein; Safari, Hamidreza. (2016). *Setting up and managing a sports club*, published by: Institute of Physical Education and Sports Sciences, first edition. (in persian)
- Gonzalez, M. E; Quesada, G; Davis, J; Mora-Monge, C. (2015). Application of Quality Management Tools in the Evaluation of Websites: The Case of Sports Organizations. *Quality Management Journal*, 22(1), 30-46. <https://doi:10.1080/10686967.2015.11918417>
- Jafari, Hamid; Taghavi-Fard, Mohammad Taghi; Hanafizadeh, Payam; Kezazi, Abolfazl. (2018). Native model for evaluating the quality of news sites (NEWSQUAL), *soft computing and information technology*, volume 7, number 1, pp: 56-71. (in persian)
- Khanmoradi, Saeed; Eidi, Hossein; Ghobadi-Yeganeh, Akram. (2015). Review and comparison of online services and web marketing in football clubs of Iran, Germany and England, *educational sciences and psychology, communication management in sports media (scientific)*, period 3, number 1, series 9, pp: 41-51. (in persian)
- Marincas, D. A; Vultur, S. O. (2007). website project evaluation: A case study of Romanian Faculty of Economics websites. *Applied Quantitative Methods*, 2(3), 289-301. <http://www.jaqm.ro/volume-2,issue-3.php>
- Nikdast, Huriyeh; Hossein Razavi, Seyyed Mohammad; Amirnjad, Saeed. (2022). Designing a structural model of obstacles to the implementation of strategic planning in sports federations of Iran, *strategic studies of sports and youth*, volume 21, number 55, pp: 147-164. (in persian)
- Ostadzadeh Mehrabani, Bahareh; Mohammadi-Ostani, Morteza. (2017). Evaluation of websites of Iranian sports federations based on WQET, *Quarterly Journal of Information Management and Science*, Year 4, Number 3, pp: 63-76. (in persian)
- Roh, D; Oh, Y.S; Park, S. H. (2019). Effect of professional sports club website information quality on relationship quality and loyalty (The effect of Information Quality on Relationship Quality and Loyalty of Professional Sports Club Website), *Journal of the Korean Physical Science Association*, 2019, vol.28, no.2, pp. 695-706. <http://doi.org/10.35159/kjss.2019.04.28.2.695>
- Stokes, A; Jensen, T. D. (2011). Co-Branding: The Effects of E-Tailer and Delivery Carrier Familiarity on Price and E-Tailer Perceptions. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19 (1), 97-108. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190106>
- Taherikia, Maryam; Khorshidi, Reza; Akbari-Yazdi, Hossein. (2019). Evaluating the quality of sports websites using the WEBQUAL and QFD approach, *Sports Management and Development Quarterly*, Year 8, Number 1, Serial 17, pp: 47-63. (in persian)
- Yanpi; Tayebeh (2018). Comparing the websites of selected Iranian and foreign clothing and sportswear stores based on web metrics. Guided by: Farzam Farzan. Mazandaran University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences. Master's thesis in the field of physical education and sports sciences, strategic management in sports organizations. (in persian)