



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه اصفهان

دانشکده آموزش های مجازی

گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی

**پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی**

**گرایش اطلاع‌رسانی**

**ارزیابی خدمات الکترونیکی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران با تأکید بر**

**خدمات کتابخانه دیجیتال**

**استاد راهنما:**

دکتر عاصفه عاصمی

**استاد مشاور:**

دکتر منوچهر خردمندانیا

**پژوهشگر:**

سعادت غدیرپور

مهر ماه ۱۳۹۰

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های  
ناشی از تحقیق موضوع این پایان‌نامه متعلق به  
دانشگاه اصفهان است.





دانشگاه اصفهان

دانشکده آموزش های مجازی

گروه کتابداری و اطلاع رسانی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی کتابداری و اطلاع رسانی گرایش  
اطلاع رسانی خانم سعادت غدیرپور تحت عنوان

ارزیابی خدمات الکترونیکی وبسایت های صنعت فولاد ایران با ناکید بر  
خدمات کتابخانه دیجیتال

در تاریخ ۹۰/۷/۲۴ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

- |   |      |           |  |
|---|------|-----------|--|
|  | امضا | استادیار  | ۱-استاد استاذان راهنمای پایان نامه دکتر عاصفه عاصمی با مرتبه ی علمی    |
|  | امضا | استادیار  | ۲-استاد استاذان مشاور پایان نامه دکتر منوچهر حردمدلیبا با مرتبه ی علمی |
|  | امضا | دانشیار   | ۳-استاد استاذان داور داخل گروه دکتر بی بی عشرت زمانی با مرتبه ی علمی   |
|  | امضا | استادیار  | ۴-استاد استاذان داور خارج از گروه دکتر یاسمن عابدینی با مرتبه ی علمی   |
|  | امضا | مدیر گروه |  |

سپاس خدای را سزد که خالق است

و خالق همه موهبت ها ...

و سپس به فرمانش شایسته بندگانی که طلوع حقیقت اند و غروب جهالت

آنان که در تکریم عظمتش خاکسارند و شکر گزار.

... و سپاس خدای را سزد که از در لطف بیکرانش مرا خانواده ایست که خالق محبت و مهربانی اند.

آنان که چشمان منتظر و نگاه پر امیدشان بدرقه راهم و دستان سبزشان به دعا گشوده است.

... و سپاس خدای را سزد که از سر امتنان مرا هادیانی داد، روشنگر که در مسیر تحصیل علم یاری نمودند:

سپاس بی کران به محضر استاد بزرگوار، سرکار خانم دکتر عاصفه عاصمی که به عنوان استاد راهنما، با محبت ها و راهنمایی های ارزشمندشان، در این راه حامی ام بودند.

سپاس بی کران به محضر استاد بزرگوار، جناب آقای دکتر منوچهر خردمندی که به عنوان استاد مشاور، با رهنمودهای ارزنده و حمایت های بی دریغشان، یاریم نمودند.

همچنین مراتب تقدیر و تشکر خود را از اساتید محترمی که در دوران تحصیل افتخار شاگردی ایشان را داشتم، استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر شعبانی، استاد ارجمندم جناب آقای دکتر افشار، استاد گرانقدرم جناب آقای دکتر چشمه سهرابی و سایر اساتید عزیزم در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد ابراز می نمایم. لطف الهی، همیشه دوران، همراهتان باد.

از مدیریت محترم آموزش و پژوهش شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان، جناب آقای مهندس شفیع و همچنین جناب آقای مهندس رفیعی، که حمایت پایان نامه اینجانب را بر عهده گرفته اند، صمیمانه سپاسگزارم.

تقدیرم به:

پدر خوب و مادر خداکارم که لفظه لفظه زندگی ام را مدیون زحماتشان هستم.

تقدیرم به:

همسر عزیز و دختر دلبندم، پرنیا، که وجودشان مایه دلگرمی ام است.



## چکیده:

هدف از پژوهش حاضر، ارزیابی خدمات الکترونیکی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران با تأکید بر خدمات کتابخانه دیجیتال و از نوع توصیفی بوده است. جامعه پژوهش را ۸۲ وبسایت فعال در زمینه صنعت فولاد ایران تشکیل داد که با استفاده از درگاه خدمات الکترونیکی ایران، پارس‌اینکس و گوگل به دست آمدند، برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، از چک‌لیست محقق ساخته که با الهام از شاخص‌های مورد استفاده توسط شورای عالی اطلاع‌رسانی کشور (۱۳۸۹)، تهیه شده بود، استفاده شد. آلفای کرونباخ برای شاخص‌های مختلف چک‌لیست بالای ۹۱٪ بدست آمد. برای بدست آوردن روایی چک‌لیست نیز از نظر اساتید و صاحب‌نظران این بحث، استفاده شد. همچنین برای یافتن تعداد صفحات نمایه‌شده وبسایت‌ها و پیوندهای درونی آنها از راهنمای اینترنتی یاهو، بخش جستجوی سایت و برای یافتن تعداد پیوندهای بیرونی از سایت ولیدیتور استفاده شد. داده‌ها توسط نرم‌افزار آماری مینی‌تب و روش‌های آماری تجزیه و تحلیل شدند و وبسایت‌ها از نظر میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی ارزیابی و رتبه‌بندی شدند. نتایج به دست آمده حاکی از آن بود که وضعیت خدمات الکترونیکی در میان وبسایت‌های ارزیابی شده، در کل پایین‌تر از متوسط می‌باشد. از لحاظ مطلوبیت خدمات عمومی وبسایت گروه ملی صنعتی فولاد ایران در رتبه اول، قرار گرفته و وبسایت‌های بازرگانی پارسیان فولاد، شرکت آهن و فولاد ارفع، شرکت مهندسی بین‌المللی فولادتکنیک، شرکت تیغه‌های فولادی ایران و مجتمع فولاد پارس، مشترکاً در رتبه آخر قرار دارند. از لحاظ مطلوبیت خدمات اطلاع‌رسانی، شرکت فولاد خوزستان رتبه اول و وبسایت‌های شرکت تیغه‌های فولادی ایران، فولاد سیادن و اصفهان‌دُر، جایگاه آخر را دارند. از نظر مطلوبیت خدمات تراکنش مالی، گروه ملی صنعتی ایران، رتبه اول است و در آخر، وبسایت‌های سیمافلز، انجمن سازه‌های فولادی کشور، انجمن آهن و فولاد ایران، شرکت فولاد میبد، شرکت ملی فولاد ایران، شرکت مهندسی بین‌المللی فولادتکنیک، صنایع فولاد کرمان و بازرگانی پارسیان فولاد، قرار دارند. از نظر مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی، وبسایت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، در مکان اول جای دارد. وبسایت‌های شرکت تیغه‌های فولادی ایران و انجمن آهن و فولاد ایران در جایگاه آخر قرار دارند. طبق بررسی‌ها، ملاحظه شد که فقط سه وبسایت مجتمع فولاد مبارکه، شرکت لوله‌سازی اهواز و انجمن سازه‌های فولادی کشور دارای خدمتی با عنوان کتابخانه دیجیتال هستند و بقیه اصلاً محلی برای کتابخانه دیجیتال در سایت خود ندارند. بررسی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران، از لحاظ مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی، نشان داد که وبسایت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، رتبه اول و وبسایت شرکت تیغه‌های فولادی ایران در مکان آخر قرار گرفته است.

**کلمات کلیدی: وبسایت، خدمات الکترونیکی، صنعت فولاد ایران، کتابخانه دیجیتال، ایران**

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
<b>فصل اول: کلیات پژوهش</b>	
۱-۱-۱	مقدمه
۱-۲-۱	بیان مسأله
۳-۱	اهمیت پژوهش
۴-۱	کاربرد نتایج تحقیق
۵-۱	اهداف پژوهش
۶-۱	سؤالات پژوهش
۷-۱	تعاریف نظری و عملیاتی
<b>فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه</b>	
۱-۲-۱	مقدمه
۲-۲	بخش اول: وب
۱-۲-۲	تاریخچه وب
۲-۲-۲	وبسایت
۳-۲-۲	استانداردهای وب
۴-۲-۲	استانداردهای کنسرسیوم جهانی وب
۱-۴-۲-۲	زبان نشانه گذاری ابرمتن اچ تی ام ال ۰.۴
۲-۴-۲-۲	زبان نشانه گذاری قابل گسترش ایکس ام ال ۰.۱
۳-۴-۲-۲	ایکس اچ تی ام ال ۱.۰ و ۱.۱
۴-۴-۲-۲	شیوه نامه آبخاری سی اس اس
۵-۴-۲-۲	الگوی شیئی سند سطح ۱
۵-۲-۲	استانداردهای انجمن سازندگان اروپایی رایانه (ای سی ام ای)
۳-۲	بخش دوم: ارزیابی وب
۱-۳-۲	فنون ارزیابی
۲-۳-۲	فواید ارزیابی
۳-۳-۲	رویکردهای ارزیابی وبسایت ها
۴-۳-۲	ابزارهای ارزیابی دستی وبسایت ها
۵-۳-۲	ابزارهای عمومی
۶-۳-۲	ابزارهای ارزیابی خودکار
۷-۳-۲	ابزارهای خودکار دسترس پذیری و اعتبارسنجی
۸-۳-۲	ابزارهای خودکار بررسی سازگاری با مرورگرهای مختلف

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۳۲	۹-۳-۲- ابزارهای خودکار بررسی کارایی.....
۳۳	۱۰-۳-۲- ابزارهای خودکار بهینه سازی برای موتورهای جستجو.....
۳۳	۴-۲- بخش سوم: شاخص های ارزیابی وب.....
۳۴	۱-۴-۲- معرفی خدمات الکترونیکی مختلف.....
۳۵	۲-۴-۲- ارزیابی براساس جنبه های عمومی وبسایت ها.....
۴۷	۳-۴-۲- ارزیابی براساس جنبه های خاص وبسایت ها.....
۴۷	۱-۳-۴-۲- ارزیابی خدمات الکترونیکی در وب سایت.....
۵۱	۲-۳-۴-۲- کاربردپذیری.....
۵۳	۳-۳-۴-۲- رضایت کاربر.....
۵۷	۴-۳-۴-۲- دسترس پذیری.....
۵۹	۵-۳-۴-۲- خلاقیت.....
۵۹	۵-۲- بخش چهارم: کتابخانه دیجیتالی.....
۵۹	۱-۵-۲- مفاهیم کتابخانه دیجیتالی.....
۶۴	۲-۵-۲- تاریخچه.....
۶۶	۳-۵-۲- ارزش و اهمیت کتابخانه دیجیتالی.....
۶۸	۴-۵-۲- ویژگی های کتابخانه های دیجیتالی.....
۶۸	۵-۵-۲- ملزومات کتابخانه های دیجیتالی.....
۶۹	۶-۵-۲- مسائل و مشکلات کتابخانه های دیجیتالی.....
۷۰	۷-۵-۲- مهارت های کتابداران برای اداره کتابخانه های دیجیتالی.....
۷۲	۸-۵-۲- انواع کتاب های الکترونیکی و روش های ساخت منابع کتابخانه دیجیتالی.....
۷۳	۹-۵-۲- انواع خدمات قابل ارایه در کتابخانه دیجیتالی.....
۷۳	۱-۹-۵-۲- خدمات تحت وب.....
۷۴	۲-۹-۵-۲- آموزش های الکترونیکی.....
۷۶	۱۰-۵-۲- عناصر اصلی طراحی کتابخانه دیجیتالی.....
۸۲	۶-۲- بخش پنجم: صنعت فولاد.....
۸۲	۱-۶-۲- وبسایت های صنعت فولاد.....
۸۳	۲-۶-۲- شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان.....
۸۴	۷-۲- پیشینه پژوهش.....
۸۴	۱-۷-۲- پیشینه پژوهش در خارج از ایران.....
۸۶	۲-۷-۲- پیشینه پژوهش در ایران.....
۹۱	۳-۷-۲- جمع بندی.....

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	<b>فصل سوم: روش شناسی پژوهش</b>
۹۳	۳-۱- مقدمه .....
۹۳	۳-۲- شرح روش اجرای پژوهش .....
۹۴	۳-۳- نوع مطالعه و روش بررسی فرضیه و سوالها.....
۹۴	۳-۴- جامعه آماری .....
۹۴	۳-۴-۱- شیوه شناسایی جامعه آماری.....
۹۴	۳-۵- حجم نمونه و روش محاسبه.....
۹۴	۳-۶- ابزار گردآوری دادهها.....
۹۶	۳-۷- معرفی چک لیست و متغیرهای پنهان اندازه گیری شده .....
۹۷	۳-۷-۱- میزان مطلوبیت خدمات عمومی (F1) .....
۹۷	۳-۷-۲- میزان مطلوبیت خدمات اطلاع رسانی (F2) .....
۹۷	۳-۷-۳- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی (F3) .....
۹۸	۳-۷-۴- میزان مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی (F4) .....
۹۸	۳-۷-۵- میزان مطلوبیت خدمات کتابخانه دیجیتالی (F5) .....
۹۸	۳-۷-۶- میزان مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی (F) .....
۹۹	۳-۷-۷- نحوه محاسبه متغیرهای پنهان.....
۹۹	۳-۸- طراحی چک لیست .....
۱۰۰	۳-۹- ابزار تجزیه و تحلیل دادهها .....
	<b>فصل چهارم- یافته های آماری پژوهش</b>
۱۰۲	۴-۱- مقدمه .....
۱۰۳	۴-۲- یافته های اصلی پژوهش.....
۱۰۳	۴-۲-۱- وضعیت خدمات الکترونیکی وبسایتها از لحاظ خدمات عمومی (F1).....
۱۰۶	۴-۲-۲- وضعیت خدمات الکترونیکی وبسایتها از لحاظ خدمات اطلاع رسانی(F2).....
۱۰۹	۴-۲-۳- وضعیت خدمات الکترونیکی وبسایتها از لحاظ خدمات تراکنش مالی (F3) .....
	۴-۲-۴- وضعیت خدمات الکترونیکی وبسایتهای صنعت فولاد کشور از لحاظ
۱۱۳	خدمات تعاملی سازمانی(F4) .....
۱۱۷	۴-۲-۵- وضعیت خدمات الکترونیکی وبسایتها از لحاظ خدمات کتابخانه دیجیتالی(F5).....
۱۱۸	۴-۲-۶- وضعیت کلی وبسایتهای صنعت فولاد کشور(F) .....
۱۲۰	۴-۲-۷- تحلیل مقایسه ای انواع خدمات.....
۱۲۲	۴-۲-۸- تحلیل همبستگی بین متغیرها .....
۱۲۴	۴-۲-۹- ارایه راه کارهایی برای طراحی پرتال کتابخانههای دیجیتالی.....

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۳۰	۳-۴- یافته های جانبی پژوهش
۱۳۰	۳-۴-۱- تحلیل های مقایسه ای وبسایتها و رتبه بندی
۱۴۳	۳-۴-۲- تعداد لینک های درونی و بیرونی وبسایتها
۱۴۴	۳-۴-۳- رتبه بندی وبسایت های صنعت فولاد ایران بر اساس حجم صفحات
	فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۱۴۸	۵-۱- مقدمه
۱۴۸	۵-۲- نتایج حاصل از تحلیل پرسشها
۱۵۱	۵-۳- نتایج نهایی پژوهش
۱۵۳	۵-۴- محدودیت های پژوهش
۱۵۳	۵-۵- پیشنهادها و راهکارها
۱۵۴	۵-۵-۱- پیشنهادهایی برای گردآوری دادهها
۱۵۴	۵-۵-۲- پیشنهادهایی در مورد وبسایت های صنعت فولاد
۱۵۶	۵-۵-۳- پیشنهادهای کاربردی
۱۵۶	۵-۵-۴- پیشنهادهایی برای پژوهش های آینده

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۵۸.....	پیوست ۱ چک لیست ارزیابی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران
۱۶۲.....	پیوست ۲ لیست الفبایی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران
	پیوست ۳ جدول اطلاعات کلی وضعیت رتبه بندی خدمات الکترونیکی وب سایت‌های صنعت فولاد ایران
۱۶۴.....	پیوست ۴ جدول میانگین داده‌های خام جمع آوری شده از وبسایت‌های صنعت فولاد ایران
۱۶۶.....	منابع و مآخذ

## فهرست شکل‌ها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۱- شاخص‌های ارزیابی وبسایت‌ها.....	۶
شکل ۱-۲- شاخص‌های آرایه خدمات الکترونیکی .....	۶
شکل ۱-۲- تفسیر مجدد پنج قانون رانگانانان در کتابخانه دی‌جی‌تالی (برگرفته از پرتال کتابخانه دی‌جی‌تالی شهرداری اصفهان).....	۶۱
شکل ۱-۳- نمایش تقسیم بندی متغیرهای پنهان اندازه‌گیری شده .....	۹۹
شکل ۱-۴- میزان مطلوبیت خدمات عمومی وبسایت‌ها (F1) .....	۱۰۴
شکل ۲-۴- خلاصه اطلاعات آماری راجع به متغیر F1 (میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی از لحاظ خدمات عمومی).....	۱۰۵
شکل ۳-۴- میزان مطلوبیت خدمات عمومی وبسایت‌ها (F1a) از لحاظ ویژگی‌های عمومی.....	۱۰۵
شکل ۴-۴- میزان مطلوبیت خدمات عمومی وبسایت‌ها (F1b) از لحاظ تحویل کالا و خدمات فیزیکی.....	۱۰۶
شکل ۵-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی از لحاظ خدمات اطلاع رسانی وبسایت‌ها (F2).....	۱۰۷
شکل ۶-۴- اطلاعات آماری خلاصه راجع به متغیر F2 (میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات اطلاع‌رسانی).....	۱۰۸
شکل ۷-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F2a).....	۱۰۸
شکل ۸-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خبرگزاری (F2b).....	۱۰۹
شکل ۹-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات چندرسانه‌ای (F2c).....	۱۰۹
شکل ۱۰-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات تراکنش مالی (F3).....	۱۱۱
شکل ۱۱-۴- اطلاعات آماری خلاصه راجع به متغیر F3 (میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات تراکنش مالی).....	۱۱۲
شکل ۱۲-۴- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F3a).....	۱۱۲
شکل ۱۳-۴- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی از لحاظ بانکداری الکترونیکی (F3b).....	۱۱۳
شکل ۱۴-۴- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی از لحاظ خدمات فروش الکترونیکی (F3c).....	۱۱۳
شکل ۱۵-۴- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات تعاملی سازمانی (F4).....	۱۱۵
شکل ۱۶-۴- خلاصه اطلاعات آماری راجع به متغیر F4 (میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات تعاملی سازمانی).....	۱۱۶
شکل ۱۷-۴- میزان مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F4a).....	۱۱۶
شکل ۱۸-۴- میزان مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی از لحاظ آموزش الکترونیک (F4b).....	۱۱۷
شکل ۱۹-۴- میزان مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها (F) .....	۱۱۹
شکل ۲۰-۴- اطلاعات آماری خلاصه راجع به متغیر F (میزان مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها).....	۱۲۰
شکل ۲۱-۴- مقایسه میزان مطلوبیت انواع خدمات وبسایت .....	۱۲۲

## فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۱۲۴	شکل ۴-۲۲- تحلیل همبستگی انواع خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها.....
۱۲۹	شکل ۴-۲۳- بخش‌های مختلف یک کتابخانه دیجیتالی.....
۱۳۲	شکل ۴-۲۴- مقایسه وبسایت‌ها از لحاظ مطلوبیت خدمات عمومی (F1).....
۱۳۵	شکل ۴-۲۵- مقایسه وبسایت‌ها از لحاظ مطلوبیت خدمات اطلاع‌رسانی (F2).....
۱۳۷	شکل ۴-۲۶- مقایسه وبسایت‌ها از لحاظ مطلوبیت خدمات تراکنش مالی (F3).....
۱۴۰	شکل ۴-۲۷- مقایسه وبسایت‌ها از لحاظ مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی (F4).....
۱۴۲	شکل ۴-۲۸- مقایسه وبسایت‌ها از لحاظ مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی (F).....
۱۴۳	شکل ۴-۲۹- بافت‌نگار پیوندهای بیرونی وبسایت‌ها.....
۱۴۳	شکل ۴-۳۰- بافت‌نگار پیوندهای درونی وبسایت‌ها.....



## فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
۹۵	جدول ۳-۱- آلفای کرونیباخ به تفکیک متغیرهای پنهان.....
۹۶	جدول ۳-۲- آلفای کرونیباخ به تفکیک متغیرهای پنهان فرعی .....
۱۰۳	جدول ۴-۱- میزان مطلوبیت خدمات عمومی وبسایت‌ها (F1).....
۱۰۴	جدول ۴-۲- میزان مطلوبیت خدمات عمومی از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F1a) و تحویل کالا (F1b) .....
۱۰۶	جدول ۴-۳- میزان مطلوبیت خدمات اطلاع‌رسانی وبسایت‌ها (F2).....
۱۰۷	جدول ۴-۴- میزان مطلوبیت خدمات اطلاع‌رسانی از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F2a)، خبرگزاری (F2b) و خدمات چندرسانه ای (F2c) .....
۱۰۹	جدول ۴-۵- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی وبسایت‌ها (F3).....
۱۱۱	جدول ۴-۶- میزان مطلوبیت خدمات تراکنش مالی از نظر ویژگی‌های عمومی (F3a) و بانکداری الکترونیکی (F3b) و خدمات فروش الکترونیکی (F3c).....
۱۱۴	جدول ۴-۷- میزان مطلوبیت خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها از لحاظ خدمات تعاملی سازمانی (F4).....
۱۱۵	جدول ۴-۸- میزان مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی از لحاظ ویژگی‌های عمومی (F4a) و آموزش الکترونیکی (F4b).....
۱۱۸	جدول ۴-۹- میزان مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی وبسایت‌ها (F).....
۱۲۱	جدول ۴-۱۰- مقایسه آماری ۱۵ متغیر پنهان اندازه‌گیری شده .....
۱۲۳	جدول ۴-۱۱- ضرایب همبستگی بین متغیرها و مقادیر احتمالی .....
۱۳۰	جدول ۴-۱۲- رتبه بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران از لحاظ مطلوبیت خدمات عمومی (F1) .....
۱۳۳	جدول ۴-۱۳- رتبه بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران از لحاظ مطلوبیت خدمات اطلاع‌رسانی (F2) .....
۱۳۵	جدول ۴-۱۴- رتبه بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران از لحاظ مطلوبیت خدمات تراکنش مالی (F3) .....
۱۳۷	جدول ۴-۱۵- رتبه بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران از لحاظ مطلوبیت خدمات تعاملی سازمانی (F4) .....
۱۴۰	جدول ۴-۱۶- رتبه بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران از لحاظ مطلوبیت کل خدمات الکترونیکی (F).....
۱۴۳	جدول ۴-۱۷- توزیع فراوانی لینک‌های بیرونی.....
۱۴۴	جدول ۴-۱۸- توزیع فراوانی لینک‌های درونی.....
۱۴۵	جدول ۴-۱۹- رتبه‌بندی وبسایت‌های صنعت فولاد ایران بر اساس حجم صفحات.....

## فصل اول

### کلیات پژوهش

#### ۱-۱- مقدمه

ورود اینترنت به دنیای ارتباطات و فن آوری، از سه دهه پیش تا کنون، زندگی فردی و اجتماعی و مناسبات مختلف میان افراد و سازمان‌ها را به کلی متحول نموده است. در گذشته افراد در طول حیات خود، شاید فقط یک تغییر و تحول بزرگ را تجربه می‌کردند ولی در عصر حاضر و به مدد تکنولوژی‌های موجود، هر روز در زندگی روزمره و شغلی خود شاهد تحولاتی بزرگ هستند. یکی از این تحولات وب است که می‌توان آن را از بزرگترین اختراعات بشر دانست. وب به عنوان بستری است که در تمام زمینه‌ها سبب سرعت گرفتن و تسهیل امور شده است. وب به عنوان بزرگترین منبع خبری و اطلاع رسانی، به عنوان روشی فوق العاده برای تجارت، به عنوان راه آسان و بسیار مطلوب برای ارتباط با افراد دیگر و حتی روشی برای خرید بی اهمیت‌ترین چیزها، جای خود را به خوبی در زندگی افراد باز کرده است.

وابستگی فوق العاده افراد بشر به این اختراع تا حدی است که اگر برای چند ساعت، دسترسی به اینترنت برای آنها فراهم نباشد، از کار و دل‌مشغولی‌های خود بسیار عقب می‌مانند. بارایلان<sup>۱</sup> وب را به عنوان مجموعه‌ای از اسناد متصل به هم که به وسیله پیوندهای ابرمتنی به یکدیگر اتصال دارند، تعریف نموده است. وب‌سایت‌ها مجموعه‌ای از صفحات موجود در شبکه اینترنت هستند که ممکن است توسط افراد یا سازمان‌های علمی-آموزشی، تجاری-خدماتی و در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد و پشتیبانی شوند. ماهیت وب به گونه‌ای است که مدام در حال تغییر و دگرگونی و در بیشتر موارد در حال گسترش و افزایش می‌باشد. حجم وسیع و غیرقابل کنترل آن سبب می‌شود که عملاً نظارت خاصی بر آن وجود نداشته باشد. همین

---

<sup>1</sup>Bar-Ilan.J

مسئله می‌تواند برای استفاده‌کنندگان وب خطرناک باشد. چرا که نبود نظارت و سادگی انتشار انواع و اقسام مطالب درست و غلط، می‌تواند سردرگمی عجیبی برای کاربران بوجود آورد. به گونه‌ای که اگر کاربر توان تشخیص مطالب درست و نادرست را نداشته باشد و سایت خوب را از بد تشخیص ندهد، چه بسا ضرر شدیدی متوجه او شود.

اینجاست که بحث مهم ارزیابی از جنبه‌های گوناگون روی وبسایت‌ها پیش می‌آید. البته در این مورد نیز استاندارد مشخصی برای ارزیابی وجود ندارد و هرکس معیارهایی را در نظر می‌گیرد و یک وبسایت را از جنبه‌ای خاص می‌سنجد.

وب با توجه به گستردگی و تنوعی که دارد، می‌تواند فرصت‌های بسیاری را پیش روی کاربران خود قرار دهد. برای عرضه این فرصت‌ها، بایستی تعامل و رابط کاربری مؤثری داشته باشد. مثلاً سازمان‌ها برای پیشبرد اهداف سازمان خود می‌توانند با ارائه خدمات الکترونیکی تحت وب، علاوه بر تسریع و افزایش کیفیت در ارائه خدمت، تعداد بیشتری از مراجعان را با وقت و هزینه کمتری تحت پوشش قرار دهند و از حضور فیزیکی آنها به سازمان تا حد زیادی بکاهند (کاشفی و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۲).

منطقی است که هرچه کیفیت اطلاعات ارائه شده در وبسایت بالاتر باشد و شیوه‌های اطلاع‌رسانی متنوع‌تر، انجام ارائه خدمات اطلاع‌رسانی بهتر و سریع‌تر صورت می‌گیرد. از آنجایی که وبسایت‌ها نقطه اتصال بین کاربران با اطلاعات الکترونیکی هستند، سازمان‌ها و شرکت‌ها در تلاش‌اند با استفاده از این پدیده نوین، جای خود را در دنیای مجازی بازکنند. اگر سازمان‌ها جدیدترین اطلاعات خود را در صفحات وبسایت خود قرار دهند و روزه‌به‌روز تعداد خدمات تحت وب خود را افزایش دهند، مسلماً در کوتاه مدت جایگاه مناسبی در حوزه کاری خود خواهند یافت و مؤثرتر جلوه می‌کنند (نوکاریزی، دانش و سهیلی، ۱۳۸۸، ص ۱۱۴). با این دید، وبسایت‌های موضوعی و تخصصی روز به روز بیشتر می‌شوند و شناسایی، رتبه‌بندی و ارزیابی آنها برای محققان و کاربران آن حوزه‌ها، اهمیت خاص خود را دارد (سهیلی و عصاره، ۱۳۸۷، ص ۹۰).

خمیرمایه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، اطلاعات و دانش مضبوط است. بنابراین وبسایت‌ها به عنوان دربردارنده بخش مهمی از اطلاعات در زمینه‌های مختلف، حوزه کاری وسیعی را برای کتابداران باز می‌کند. آنها بایستی با روش‌های مختلف، وبسایت‌ها و صحت و سقم محتوای آنها را ارزیابی نموده و به کاربران عادی نشان دهند تا بدینوسیله کار انتخاب و استفاده از وبسایت‌ها، در میان انبوه اطلاعات برای آنها سهل شود.

از سوی دیگر، اهمیت صنعت فولاد در جهان امروز برکسی پوشیده نیست. فولاد به عنوان محرک پیشرفت اقتصادی-صنعتی - تجاری، تأثیر مهمی بر جنبه‌های حیات جوامع و افراد دارد. تولید و مصرف فولاد از شاخص‌های مهم توسعه کشورها به حساب می‌آید. بی‌تردید توجه به وضعیت اطلاعات و تحولات این صنعت، بدون استفاده از وبسایت‌های قوی و به روز، میسر نخواهد بود. نیاز به وجود وبسایت‌هایی که خدمات الکترونیکی مختلف خود را به بهترین نحو عرضه کنند و راه تجارت الکترونیکی و اطلاع‌رسانی دقیق به کاربران را هموار نمایند، بیش از پیش احساس می‌شود و برای جلوگیری از عقب‌ماندگی در این راه توجه و اقدام فوری نیاز است.

## ۱-۲- بیان مسأله

عصری که در آن زندگی می‌کنیم، عصر اطلاعات نام دارد. عصر اطلاعات و اصولاً جامعه اطلاعاتی، مولود تحولات اساسی در زمینه فن آوری و در سال‌های بعد از شکل‌گیری جوامع صنعتی است؛ آنچه که بل<sup>۱</sup> از آن به عنوان "جامعه فراصنعتی"<sup>۲</sup> نام می‌برد، در حقیقت همان "جامعه اطلاعاتی"<sup>۳</sup> است که طبق دیدگاه بل، جامعه بعد از عصر صنعت قلمداد می‌شود که در آن عنصر اطلاعات، عنصر صنعت را تحت نفوذ و سیطره خود قرار داده است و بر آن می‌چربد (حسن زاده، ۱۳۸۸).

اطلاعات از کانال‌های مختلفی بر افراد جویای آن عرضه می‌شوند. یکی از این مجاری، شبکه اینترنت و وب جهان‌گستر است، که به عنوان یک محمل اطلاعاتی مناسب مورد توجه افراد و سازمان‌ها قرار گرفته است. ایجاد صفحات وب و قرار دادن اطلاعات در آن، کاری آسان است و تقریباً هر شخصی توانایی انجام آن را دارد. همین مسأله سبب شده که تشخیص درستی و نادرستی اطلاعات با سختی همراه شود و آلودگی اطلاعات را در پی داشته باشد. در این زمینه، تحقیقات نشان داده است که در ۶۰ درصد موارد، افراد نمی‌توانند آنچه را که می‌خواهند در وب‌سایت‌ها پیدا کنند. این امر موجب می‌شود که تعداد قابل ملاحظه‌ای از بازدیدهای سایت‌ها، ناخواسته و تکراری باشد که این امر موجب اتلاف زمان و انرژی کاربر می‌شود. از سوی دیگر اغلب کاربران اطلاعات بازیابی شده از اینترنت را معتبر می‌دانند و قادر به تشخیص سره از ناسره نیستند. بیشتر کاربران در پاسخ به این سؤال که چرا به این منبع استناد کرده‌اید و آیا این منبع معتبر است یا خیر؟ پاسخ می‌دهند که آن را جستجو و بازیابی کرده‌ام و از آن استفاده می‌کنم. در این پاسخ جایی برای ارزیابی منتقدانه اطلاعات بازیابی شده گذاشته نشده است و اتکای صرف به مطالب بازیابی شده و ارزیابی نشده، به طور وحشتناکی نمایان است (ویلیامز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵).

اطلاعات در قالب صفحات وب که سندی چند رسانه‌ای است، در محیط وب ارایه می‌شوند. وب‌سایت‌ها مجموعه‌ای از صفحات موجود در شبکه جهانی وب هستند که ممکن است توسط افراد یا سازمان‌های مختلف تجاری، علمی، موضوعی، ملی و بین‌المللی ایجاد و پشتیبانی شوند. بیشتر وب‌سایت‌ها همواره در حال توسعه هستند و مجموعه بیشتری از اطلاعات و خدمات را در برمی‌گیرند. این اطلاعات و خدمات محدوده وسیعی از کاربردها از مدیریت بازرگانی تا خرید و تفریحات را شامل خواهد شد که فرصت‌های بسیاری را برای بازرگانان و خدمات زیادی را برای کاربران فراهم می‌کند.

برای ورود به دنیای تجارت الکترونیکی و تعامل بیشتر با کاربران و مشتریان و جذب مشتریان جدید طراحی وب‌سایتی کارآمد لازم است. یک وب‌سایت تجاری می‌تواند علاوه بر ایجاد ارتباط و معرفی دارنده وب‌سایت،

<sup>۱</sup> Bell

<sup>۲</sup> Post Industrial Society

<sup>۳</sup> Information Society

<sup>۴</sup> Williams