



دانشگاه پیام نور

مرکز تهران

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

دانشکده فنی و مهندسی

گروه علمی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات

عنوان پایان نامه:

ارائه چارچوبی جهت ارزیابی بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی

در سازمانهای کوچک و متوسط ایرانی

نگارش:

سالار شایان فر

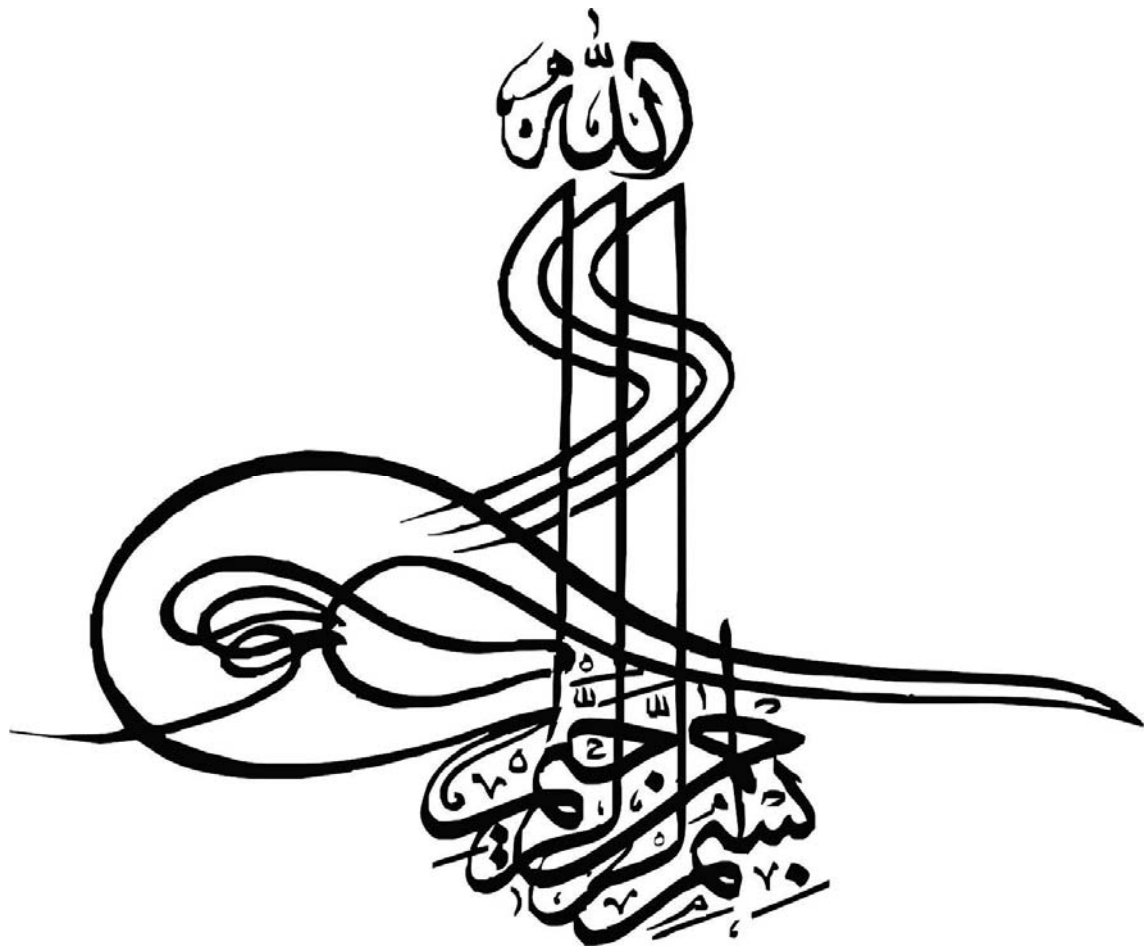
استاد راهنما:

دکتر علیرضا حسنزاده

استاد مشاور:

مهندس داوود وحدت

تیرماه ۱۳۹۰



دانشگاه پیام نور

مرکز تهران

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

دانشکده فنی و مهندسی

گروه علمی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات

عنوان پایان نامه:

ارائه چارچوبی جهت ارزیابی بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی

در سازمانهای کوچک و متوسط ایرانی

نگارشی:

سالار شایان فر

استاد راهنما:

دکتر علیرضا حسنزاده

استاد مشاور:

مهندس داوود وحدت

تیرماه ۱۳۹۰

تقدیم به:

پدرم

که شانه‌های خسته‌اش تکیه‌گاه زندگیم بوده‌است.

مادرم

که دریای بیکران فداکاری و عشق است. وجودم برایش همه رنج بود و وجودش برایم همه مهر.

همسرم

که سختی‌های این راه را برایم تسهیل نمود و سایه مهربانیش برایم سایه‌سار زندگیم است.

تشکر و قدردانی

نگارنده بر خود می‌داند که نهایت قدردانی را نسبت به تمام عزیزانی که وی را در انجام این پژوهش یاری فرمودند، ابراز نموده و به خصوص از حمایتها و راهنمایی‌های بی‌دریغ اساتید محترم، جناب آقای دکتر علیرضا حسن‌زاده و جناب آقای مهندس داوود وحدت کمال تقدیر و تشکر را به عمل آورد.

چکیده:

امروزه به دلیل حجم رو به افزایش داده‌ها و اطلاعات جاری مربوط به فرآیندهای کسب و کار، لزوم پیاده‌سازی سیستمی که وظیفه مدیریت محتوای موجود در سازمان را بر عهده دارد محسوس می‌باشد. از آنجا که پیاده‌سازی مفهوم مدیریت محتوای سازمانی را باید به عنوان یک راه در حال توسعه در نظر گرفت ولی معمولاً به صورت یک مقصد نهایی در سازمان‌ها تصور می‌شود، وجود چارچوبی که امکان ارزیابی سطح بلوغ و موقعیت مدیریت محتوای سازمانی را بر عهده دارد، ضروری می‌باشد. ارائه چنین چارچوبی، این امکان را فراهم می‌سازد تا وضعیت پارامترهای مؤثر در مدیریت محتوای سازمانی مشخص شده و اقدامات لازم جهت بهبود آنها انجام گیرد. به عبارت دیگر کارشناسان این حوزه نقشه راهی را در دست خواهند داشت که می‌توانند موقعیت‌های پیش روی خود را در نظر گرفته و قبل از بروز مشکلات جدی، درصدد رفع آنها برآیند. برای این منظور، در این پژوهش تلاش شده است ادبیات موضوع بررسی شود که شامل مروری بر مفهوم مدیریت محتوای سازمانی و همچنین مطالعه مدل‌های ارائه شده توسط مؤسسات معتبر برای ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می‌باشد. در گام بعدی ابعاد و مؤلفه‌های بلوغ در قالب یک چارچوب پیشنهادی ارائه شده و نظر خبرگان دانشگاهی درباره تأیید یا رد آنها با استفاده از ۲ سری پرسشنامه و به روش دلفی مورد تحلیل قرار گرفته است. مطابق پژوهش انجام شده، این چارچوب دارای ۳ بعد منابع انسانی، سازمانی و فناوری است که ۱۴ مؤلفه را در برمی‌گیرند. همچنین به منظور ارزیابی دقیق سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی، وزن مؤلفه‌های مؤثر در بلوغ، مطابق پاسخ‌های خبرگان صنعت به پرسشنامه، به روش میانگین محاسبه گشته و با آزمون دو جمله‌ای مورد تحلیل قرار گرفته است. در ادامه، روشی برای ارزیابی دقیق بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ارائه می‌گردد که بر اساس جدول محاسبه، از میان ۱۴ مؤلفه، "مدیریت بهینه چرخه حیات محتوا" با وزن معادل ۰/۰۸۱ بیشترین میزان تأثیر و مؤلفه "بالابودن مهارت کار با سیستم مدیریت محتوای سازمانی" با وزن ۰/۰۶۳ کمترین تأثیر را بر روی بلوغ دارند.

واژگان کلیدی: محتوا، مدیریت محتوای سازمانی، بلوغ مدیریت محتوای سازمان، فرآیندهای کسب و کار

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار
	فصل اول - طرح تحقیق
۳	مقدمه
۳	۱-۱- تعریف مساله و بیان سوالهای اصلی تحقیق
۵	۲-۱- اهداف پژوهش
۵	۳-۱- سابقه و ضرورت انجام تحقیق
۶	۴-۱- فرضیه‌ها
۸	۵-۱- جنبه جدید بودن و نوآوری طرح
۸	۶-۱- ساختار پایان‌نامه
۱۰	۷-۱- مراحل انجام تحقیق
۱۱	۸-۱- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
	فصل دوم - مروری بر ادبیات موضوع
۱۳	مقدمه
۱۴	۱-۲- سازمان‌های کوچک و متوسط
۱۵	۲-۲- مدیریت محتوای سازمانی
۱۵	۱-۲-۲- محتوا
۱۵	۲-۲-۲- تعریف مدیریت محتوای سازمانی
۱۶	۳-۲-۲- کاربرد مدیریت محتوای سازمانی
۱۷	۴-۲-۲- بخشهای اصلی در مدیریت محتوای سازمانی
۲۴	۵-۲-۲- مدیریت محتوای سازمانی در قیاس با مدیریت محتوا
۲۵	۶-۲-۲- مقایسه سیستم مدیریت محتوای سازمانی با سیستم مدیریت دانش

۲۶	۷-۲-۲- دلایل سرمایه‌گذاری سازمانها بر روی مدیریت محتوای سازمانی
۲۸	۸-۲-۲- مدیریت محتوای سازمانی در آینده
۲۹	۳-۲- ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
۳۰	۱-۳-۲- مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی گروه مشاوره سی‌ام میشل
۳۴	۲-۳-۲- مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی اتوس اوريجين
۳۸	۳-۳-۲- مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی گارتنر
۴۱	۴-۳-۲- مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی جیمال
۴۳	۵-۳-۲- مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی (ECM3)
۴۷	۴-۲- خلاصه فصل و نتیجه‌گیری

فصل سوم - روش تحقیق

۵۱	مقدمه
۵۲	۱-۳- مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در چارچوب پیشنهادی
۵۲	۱-۱-۳- مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در بعد منابع انسانی
۵۴	۲-۱-۳- مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در بعد سازمانی
۵۸	۳-۱-۳- مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در بعد فناوری
۶۳	۲-۳- سطوح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در چارچوب پیشنهادی
۶۳	۱-۲-۳- سطح مدیریت‌نشده
۶۵	۲-۲-۳- سطح آغازین
۶۹	۳-۲-۳- سطح تکوینی
۷۲	۴-۲-۳- سطح عملیاتی
۷۴	۵-۲-۳- سطح بویس‌گرایانه
۷۸	۳-۳- فرضیه‌ها
۷۹	۴-۳- نوع تحقیق

۷۹	۵-۳- جامعه و نمونه آماری
۸۰	۶-۳- روش نمونه‌گیری
۸۱	۷-۳- روش جمع‌آوری داده‌ها
۸۱	۱-۷-۳- روایی و پایایی
۸۲	۸-۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۸۴	۹-۳- خلاصه فصل و نتیجه‌گیری

فصل چهارم - تجزیه و تحلیل

۸۶	مقدمه
۸۷	۱-۴- ارزیابی مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
۸۷	۱-۱-۴- کسب نظرات خبرگان دانشگاهی
۹۳	۲-۱-۴- کسب نظرات خبرگان صنعت
۹۸	۲-۴- ارزیابی سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی پیاده‌سازی شده در شرکت مهندسی قدس نیرو - نفت و گاز
۱۰۱	۳-۴- خلاصه فصل و نتیجه‌گیری

فصل پنجم - نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱۰۳	مقدمه
۱۰۴	۱-۵- یافته‌های تحقیق
۱۰۴	۱-۱-۵- آزمون فرضیه‌های اصلی و فرعی
۱۰۵	۲-۱-۵- وزن مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
۱۰۵	۲-۵- مقایسه راه‌حل پیشنهادی با سایر روش‌ها
۱۰۷	۳-۵- محدودیت‌های تحقیق
۱۰۸	۴-۵- پیشنهادها

- ۱۰۸ ۱-۴-۵- پیشنهادهای کاربردی
- ۱۰۹ ۲-۴-۵- پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده
- ۱۱۰ منابع
- ۱۱۶ پیوست (الف)- ماتریس وضعیت مؤلفه‌های چارچوب پیشنهادی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در سطوح پنجگانه بلوغ
- ۱۱۹ پیوست (ب)- پرسشنامه ابعاد و مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
- ۱۲۷ پیوست (پ)- پرسشنامه وزن مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
- ۱۳۱ پیوست (ت)- جداول تحلیل پاسخهای خبرگان دانشگاهی به دور اول پرسشنامه
- ۱۳۳ پیوست (ث)- جداول تحلیل پاسخهای خبرگان دانشگاهی به دور دوم پرسشنامه
- ۱۳۵ پیوست (ج)- جداول محاسبه آلفای کرونباخ پرسشنامه خبرگان صنعت
- ۱۳۷ پیوست (چ)- جدول نتایج آزمون دوجمله‌ای پرسشنامه خبرگان صنعت

فهرست جداول

- جدول (۱-۲) قیاس مدیریت محتوای سازمانی با مدیریت محتوا ۲۵
- جدول (۲-۲) مقایسه سیستم مدیریت محتوای سازمانی با سیستم مدیریت دانش ۲۵
- جدول (۳-۲) خصوصیات مدل‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ۴۷
- جدول (۱-۳) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سطح اول ۶۳
- جدول (۲-۳) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سطح دوم ۶۶
- جدول (۳-۳) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سطح سوم ۶۹
- جدول (۴-۳) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سطح چهارم ۷۲
- جدول (۵-۳) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سطح پنجم ۷۵
- جدول (۶-۳) آمار جمعیت شناختی خبرگان دانشگاهی در روایی پرسشنامه ۸۱
- جدول (۱-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه اصلی اول ۸۹
- جدول (۲-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه اصلی اول در دور اول پرسشنامه به روش دلفی ۸۹
- جدول (۳-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه اصلی دوم ۸۹
- جدول (۴-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه اصلی دوم در دور اول پرسشنامه به روش دلفی ۹۰
- جدول (۵-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه اصلی سوم ۹۰
- جدول (۶-۴) نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه اصلی سوم در دور اول پرسشنامه به روش دلفی ۹۰
- جدول (۷-۴) نتیجه نظرات خبرگان دانشگاهی درباره مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در دور دوم پرسشنامه ۹۱
- جدول (۸-۴) نتیجه نظرات خبرگان صنعت درباره مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ۹۵
- جدول (۹-۴) وضعیت مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در شرکت مهندسی قدس‌نیرو ۹۸
- جدول (۱۰-۴) سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در شرکت مهندسی قدس‌نیرو ۱۰۰
- جدول (۱-۵) مقایسه چارچوب پیشنهادی با سایر روش‌ها ۱۰۵

فهرست اشکال

- شکل (۱-۱) مراحل انجام تحقیق ۱۰
- شکل (۱-۲) کاربرد سیستم مدیریت محتوای سازمانی به عنوان لایه میانی بین زیرساخت فناوری اطلاعات و یکپارچه سازی سیستم های اطلاعاتی سازمان ۱۶
- شکل (۲-۲) قسمت دریافت سیستم مدیریت محتوای سازمانی ۱۷
- شکل (۳-۲) بخش های مدیریت در سیستم مدیریت محتوای سازمانی ۱۸
- شکل (۴-۲) ماتریسی از مؤلفه ها و سطوح مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی آتوس اوريجين ۳۷
- شکل (۵-۲) نمودار سیر بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مطابق مدل گارتنر ۴۰
- شکل (۶-۲) مؤلفه های مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی (ECM3) ۴۴
- شکل (۷-۲) ماتریسی از مؤلفه ها و سطوح مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی (ECM3) ۴۶
- شکل (۱-۳) ابعاد و مؤلفه های مفهوم بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ۵۲
- شکل (۲-۳) تحلیل فرآیند کسب و کار ۵۵
- شکل (۳-۳) تدوین ویژگی های محتوا ۵۶
- شکل (۴-۳) مدل انطباق استراتژیک ۵۷
- شکل (۵-۳) مدل چرخه حیات محتوا ۵۹
- شکل (۶-۳) سیر دستیابی به مدیریت محتوای سازمانی از طریق زیرسیستم های آن ۹۰
- شکل (۱-۴) نمودار توصیفی رشته تحصیلی خبرگان دانشگاهی ۸۷
- شکل (۲-۴) نمودار توصیفی تجربه تخصصی خبرگان دانشگاهی ۸۸
- شکل (۳-۴) مدل نهایی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ۹۲
- شکل (۴-۴) نمودار توصیفی میزان تحصیلات خبرگان صنعت ۹۳
- شکل (۵-۴) نمودار توصیفی میزان تجربه تخصصی خبرگان صنعت در مدیریت محتوای سازمانی ۹۳
- شکل (۶-۴) نمودار توصیفی نسبت جنسیتی خبرگان صنعت ۹۴
- شکل (۱-۵) مدل نهایی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی ۱۰۴

پیشگفتار

فرآیندهای کسب و کار که به صورت مداوم در بطن سازمان انجام می‌گیرند، باعث تولید محتوای سازمانی می‌شوند که خروجی پردازش‌های دستی یا سیستم‌های اطلاعاتی مربوط به این فرآیندها می‌باشد. امروزه محتوای جاری در سازمان، در قالب داده، اطلاعات و دانش سازمانی به عنوان ورودی و خروجی بسیاری از سیستم‌های اطلاعاتی می‌باشد که مبنای تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌های سازمانی است. با توجه به کاربرد روز افزون فناوری اطلاعات به منظور انجام فرآیندهای کسب و کار به شیوه صحیح و سریع آن، حجم محتوا به مرور افزایش یافته و به این ترتیب در صورتی که سیستمی پاسخگوی مدیریت محتوای سازمانی نباشد، مواردی چون افزونگی محتوا، نبود سازمان‌یافتگی و عدم قابلیت استفاده از محتوا از مشکلات روزمره آن سازمان خواهد بود.

مدیریت محتوای سازمانی، مفهومی است که در چند سال اخیر، با به‌کارگیری مکانیزم‌های فناوری اطلاعات و برای رفع این مسائل معرفی شده است که شرکت‌ها و بنگاه‌های فراوانی، با به‌کارگیری راه‌کارهای متفاوت در این راستا گام برداشته‌اند. ولی نکته مهم دستیابی کامل به اهداف مدیریت محتوای سازمانی است که در قالب یک راه ادامه‌دار جهت توسعه به‌دست می‌آید. برای این منظور مؤسسه‌ای اقدام به بررسی پارامترها و مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی نموده‌اند که در قالب مدل‌هایی ارائه شده است. لذا در این پژوهش به منظور توسعه، جمع‌بندی و بومی‌سازی مطالعات گذشته، تلاش می‌شود چارچوبی جهت ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در سازمان‌های کوچک و متوسط ایرانی ارائه گردد.

فصل اول

طرح تحقیق

مقدمه

با توجه به این که اداره، استفاده و ذخیره اطلاعات الکترونیکی فارغ از محل، قالب، زمان ذخیره و ایجاد کننده آن، یکی از چالشهای اصلی در حوزه فناوری اطلاعات می باشد، ولی متأسفانه در دهه های گذشته با وجود پیشرفتهای چشمگیر در عرصه فناوری های تولید، پردازش و انتقال اطلاعات، مدیریت محتوای جاری در سازمان ها مورد بی توجهی قرار گرفته است [۱۳]. بر اساس گزارش گartner سازمان ها در سراسر جهان سالانه ۷۵۰ میلیارد دلار را به جستجوی اطلاعات مورد نیاز کسب و کار خود اختصاص داده و ۳۰ الی ۴۰ درصد زمان کارکنان دانش گرا صرف مدیریت مستندات می شود [۴۰]. برای رفع این مشکل، مدیریت محتوای سازمانی^۱ روشها و فنونی را به منظور اداره مؤثر اطلاعات توسعه داده که به عنوان بستری برای ارتقای دانش سازمانی به کار گرفته می شوند. مطابق آمار مؤسسه گartner در سال ۲۰۰۷، مبلغ ۲/۷ میلیارد دلار در این حوزه درآمد حاصل گشته و بر اساس پیش بینی ها این رقم در سال ۲۰۱۲ به میزان ۱۲/۲٪ رشد خواهد داشت [۳۸]. با توجه به این مطلب، ضرورت بررسی مفهوم مدیریت محتوای سازمانی و مزایای حاصله به منظور پیاده سازی تکنولوژیک آن، قابل لمس می باشد. همچنین از آنجا که اطلاعات و دانش موجود در سازمان به عنوان دارایی های سازمانی تلقی می گردد، معمولاً پیاده سازی مدیریت محتوای سازمانی، به عنوان یک هدف نهایی در نظر گرفته نمی شود، بلکه یک راه پیوسته است که افراد مسئول و درگیر در راستای توسعه آن گام بر می دارند [۳۶]. لذا مدل هایی به منظور ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی توسط مؤسساتی در سراسر دنیا ارائه گردیده است که این تحقیق در نظر دارد با اشاره به آنها چارچوبی را برای ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در سازمان های کوچک و متوسط ایرانی ارائه نماید.

۱-۱- تعریف مساله و بیان سوالهای اصلی تحقیق

مفهوم مدیریت محتوای سازمانی به طور رسمی توسط انجمن مدیریت اطلاعات و تصویر^۲ در سال ۲۰۰۰ میلادی مطرح گردید. در اواخر سال ۲۰۰۵ مدیریت محتوای سازمانی به فناوری گفته

^۱ Enterprise Content Management (ECM)

^۲ Association for Information and Image Management (AIIM)

می شد که به منظور دریافت^۱، مدیریت^۲، ذخیره^۳، حفاظت^۴ و ارسال^۵ محتوا و اطلاعات مربوط به فرآیندهای سازمانی استفاده می گردید. در اوایل سال ۲۰۰۸ مدیریت محتوای سازمانی در یک عبارت کامل تر به این ترتیب تعریف گردید: "مدیریت محتوای سازمانی، استراتژیها، روشها و ابزارهایی می باشند که جهت دریافت، مدیریت، ذخیره، حفاظت و ارسال محتوا و اسناد مربوط به فرآیندهای سازمانی استفاده می شوند. همچنین ابزارها و استراتژیهای موجود، اجازه می دهند تا اطلاعات غیرسازمان یافته شرکتها مدیریت گردند" [۱۴].

با توجه به اینکه سازمانها در طول حیات خود با حجم رو به رشد محتوا مانند مواردی چون اسناد، مدارک و اطلاعات غیرسازمان یافته روبه رو هستند، برای استفاده بهینه از این محتوا، خلاء وجود سیستمی که مدیریت محتوا را بر عهده گیرد، احساس می شود. برای رفع این مشکل، سیستم مدیریت محتوای سازمانی پیشنهاد می شود که سازمانها معمولاً به منظور دسترسی آسان به محتوای غیرسازمان یافته، کاهش انبارههای ذخیره اطلاعات، ایجاد قابلیت همکاری و به اشتراک گذاری، کاهش مقدار کاغذ درون سازمان، استاندارد نمودن رویه جمع آوری و انتشار اطلاعات، توسعه کارایی فرآیندهای کسب و کار، پشتیبانی از ملزومات تداوم کسب و کار، پشتیبانی از استراتژیهای مدیریت دانش و برآورد نیازهای دیگر کسب و کار، بر روی آن سرمایه گذاری می کنند [۲۰]. با این وجود سازمانها در حین پیاده سازی این سیستم با مشکلات فراوانی در حوزه های منابع انسانی، سازمانی و فناوری روبرو می شوند که در صورت عدم دسترسی به یک چارچوب جهت ارزیابی سیستم، با عدم موفقیت در این راه مواجه خواهند شد.

در این تحقیق، تلاش می شود چارچوبی جهت ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در سازمانهای کوچک و متوسط ایرانی ارائه شود. ارزیابی بلوغ آن توسط چارچوب ارائه شده باعث می شود نقاط قوت و ضعف سیستم پیاده سازی شده در حوزه های موجود مشخص گردد و از طریق برنامه ریزی، جهت بهبود و ارتقای آن، اقدامات موثری به عمل آورد. برای این منظور مدل ECM3 به عنوان الگوی پژوهش در نظر گرفته شده است.

۱ Capture
۲ Manage
۳ Store
۴ Preserve
۵ Deliver

در حال حاضر مدل‌های موجود در زمینه بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی عبارتند از مدل ECM3، ECM+، Gartner، Gimmal و Atos Origin. هر یک از مدل‌های مورد اشاره با استفاده از شاخصهای معینی، سطح بلوغ سیستم را مورد سنجش قرار می‌دهند. در این راستا سوالات زیر مطرح می‌شوند:

- آیا چارچوب ارزیابی بلوغ متشکل از مؤلفه‌های ابعاد منابع انسانی، سازمانی و فناوری برای ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مناسب می‌باشد؟
- میزان تأثیر مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در سطح بلوغ آن به چه مقدار می‌باشد؟

۱-۲- اهداف پژوهش

این تحقیق جهت کسب اهداف ذیل انجام شده است:

- تعیین ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر در بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
- تعیین وزن مؤلفه‌های مؤثر در بلوغ مدیریت محتوای سازمانی
- ارائه روشی به منظور تعیین سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی

۱-۳- سابقه و ضرورت انجام تحقیق

به منظور ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مؤسسات مختلف اقدام به انتشار مدل‌هایی نموده‌اند. مدل‌های ارائه شده در زمینه ارزیابی بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی به ترتیب عبارتند از: مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی گروه مشاوره سی‌ام میشل^۱ (ECM+) در سال ۲۰۰۵، مدل

^۱ CM-Mitchell ECM+ Maturity Model (ECM+)

بلوغ گارتنر برای مدیریت محتوای سازمانی^۱ در سال ۲۰۰۸، مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی جیمال^۲ در سال ۲۰۰۹ و مدل بلوغ مدیریت محتوای سازمانی (ECM3)^۳ در سال ۲۰۱۰. همانطور که در مقدمه اشاره گردید، با توجه به نبود سازمان‌دهی محتوا و قابلیت استفاده از آن به صورت یکپارچه در غیاب سیستمی که وظیفه مدیریت محتوا را بر عهده دارد، لزوم وجود مدیریت محتوای سازمانی محسوس می‌باشد. ولی به منظور دستیابی به اهداف مدیریت محتوای سازمانی، فرآیند پیاده‌سازی و گسترش آن باید به صورت یک مسیر در حال توسعه در نظر گرفته شود و جهت بهبود آن، سطح بلوغ سیستم پیاده‌سازی شده مورد ارزیابی مداوم قرارگیرد. برای این منظور، طی تحقیق انجام‌شده مؤلفه‌های بلوغ مدیریت محتوای سازمانی تعیین گشته و از طریق چارچوب حاصل از این پژوهش می‌توان با توجه به مسائل بومی و با ارزیابی مؤلفه‌های بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در سازمانهای ایرانی، جایگاه سازمان را مشخص نمود. ضرورت انجام این تحقیق از آنجایی ملموس است که با وجود چنین چارچوبی، می‌توان بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی را در سازمانهای کوچک و متوسط داخل کشور به آسانی مورد ارزیابی قرار داد و به این ترتیب با در نظر گرفتن موقعیت مؤلفه‌ها، جهت انجام اقدامات لازم در راستای بهبود و توسعه، می‌توان برنامه‌ریزی نمود.

۱-۴- فرضیه‌ها

این پژوهش دارای ۳ فرضیه اصلی می‌باشد که از آنها ۱۴ فرضیه فرعی منشعب گردیده‌است. در ذیل هر یک از فرضیه‌های اصلی به فرضیه‌های فرعی مشتق‌شده آن اشاره گردیده‌است.

۱. مؤلفه‌های مربوط به بعد منابع انسانی در ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مؤثر می‌باشند.

• بالابودن مهارت کار با سیستم مدیریت محتوای سازمانی باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می‌شود.

^۱ Gartner Maturity Model

^۲ Gimmel ECM/RM Maturity Model

^۳ Enterprise Content Management Maturity Model (ECM3)

- مدیریت بهینه تغییرات باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- ۲. مؤلفه‌های مربوط به بعد سازمانی در ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مؤثر می باشند.
- افزایش میزان حمایت مدیریت باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- مستندسازی کامل فرآیندهای کسب و کار باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- برقراری موفق انطباق میان استراتژیهای کسب و کار و فناوری اطلاعات باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- اعمال حاکمیت جامع باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- توسعه رده بندی اطلاعات باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- ۳. مؤلفه‌های مربوط به بعد فناوری در ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی مؤثر می باشند.
- مدیریت بهینه چرخه حیات محتوا باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- افزایش میزان استفاده مجدد محتوا باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- افزایش گستردگی زیرسیستم‌های پیاده سازی شده باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- توسعه گسترش سیستم در کل سازمان باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- افزایش امنیت محتوا باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- حفظ دسترسی پذیری به خدمات باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.
- بالابودن قابلیت به کارگیری باعث ارتقای سطح بلوغ مدیریت محتوای سازمانی می شود.

۱-۵- جنبه جدید بودن و نوآوری طرح

با توجه به طرح سیستم مدیریت محتوای سازمانی، به عنوان یک مفهوم جدید در عرصه فناوری اطلاعات و سرمایه‌گذاریهای فراوان سازمانها به منظور بهره‌گیری از محتوای غیرساخت‌یافته جاری و همچنین ارائه خدمات و مطالعه مستمر شرکتهای پیمانکار و مشاور در این عرصه، علیرغم فعالیتهای انجام شده، اقدامی مبنی بر ارائه چارچوبی به منظور ارزیابی بلوغ این سیستم در محدوده جغرافیایی سازمانهای ایرانی انجام نگرفته است. بنابراین بررسی پارامترهای موثر در بلوغ سیستم مدیریت محتوای سازمانی در بستر سازمانهای کوچک و متوسط ایرانی و تبیین مؤلفه‌های مربوطه جهت ارزیابی بلوغ سیستم به منظور آشنایی با نقاط قوت و ضعف آن، جنبه نوآوری این پژوهش محسوب می‌گردد.

۱-۶- ساختار پایان‌نامه

پژوهش انجام‌شده به‌واسطه تمرکز بر روی کاربرد عملی چارچوب ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی هنگام پیاده‌سازی و به‌دلیل بررسی مدل‌های موجود برای ارزیابی بلوغ سیستم و بررسی عوامل مؤثر بر روی این مفهوم، از لحاظ هدف تحقیقاتی از نوع کاربردی می‌باشد. همچنین این تحقیق به علت توصیف جزء به جزء شرایط دستیابی به بلوغ و جمع‌آوری اطلاعات به‌منظور آزمون فرضیه‌های موجود و ارزیابی نگرش‌های خبرگان در مورد ابعاد و مؤلفه‌های به‌دست آمده از فرآیند جمع‌آوری اطلاعات، بر حسب روش از نوع توصیفی می‌باشد.

در این تحقیق به‌منظور آگاهی از نظرات خبرگان دانشگاهی و خبرگان صنعت درباره تأیید یا عدم تأیید ابعاد و مؤلفه‌های به‌دست‌آمده از فرآیند پژوهش در مدل ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده می‌شود. همچنین جهت دریافت اطلاعات به‌منظور ارزیابی بلوغ مدیریت محتوای سازمانی در شرکت مهندسی قدس‌نیرو از روش مصاحبه استفاده شده است.

جامعه آماری برای دریافت پاسخهای مطروحه در پرسشنامه به منظور تأیید یا رد مؤلفه‌های بلوغ عبارت است از جامعه خبرگان دانشگاهی و برای تعیین وزن مؤلفه‌ها جامعه خبرگان صنعتی، که