ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 53894— 2016

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ

Термины и определения

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2016

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН ООО «НИИ экономики связи и информатики «Интерэкомс» (ООО «НИИ «Интерэкомс») совместно с НИИ Корпоративного и проектного управления

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 100 «Стратегический и инновационный менеджмент»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 10 октября 2016 г. № 1348-ст

4 ВЗАМЕН ГОСТ Р 53894—2010

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, 2016

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Термины и определения 2
Алфавитный указатель на русском языке 15
Алфавитный указатель на английском языке 17

Введение

Настоящий стандарт в первую очередь предназначен для первичного этапа внедрения системы менеджмента знаний в организациях. Терминология, приведенная в настоящем стандарте, заимствована из области знаний, нашедшей применение в крупных корпорациях, органах государственного управления, общественных и академических организациях, на малых и средних предприятиях.

Терминология настоящего стандарта не предназначена для опытных специалистов-практиков, однако она будет полезна для прояснения теоретических концепций и идей, связанных с менеджментом знаний, независимо от уровня его применения в организации.

В настоящем стандарте содержатся некоторые ссылки на расширяющиеся области менеджмента знаний, например сетевые организации, но это не предполагает наличия специализированной или новой терминологии из связанных областей, например из теории хаоса или теории сложных систем.

Поскольку менеджмент знаний продолжает развиваться как концептуально, так и в качестве отдельной дисциплины, ориентированной на практическую реализацию путем взаимодействия со вспомогательными дисциплинами, то в настоящем стандарте особое внимание уделяется разработке терминологии новых теоретических моделей и дополнительных терминов, которые поэтапно включаются в последующие редакции настоящего стандарта.

При подготовке настоящего стандарта авторы обращались к широкому кругу российских и международных источников.

Как часто бывает, специалисты-практики используют терминологию различными способами — начиная от внесения небольших изменений в общепринятое определение до значительных изменений в дефиниции термина. Это связано с практикой применения терминов, языковыми различиями и сугубо научным, теоретическим подходом для конкретной области. В настоящем стандарте терминология включалась по результатам консенсуса специалистов по МЗ.

Многие термины являются вариациями или расширениями терминов, обычно используемыми в терминологии информационного менеджмента или управления документооборотом (например, аудит информации). Несмотря на существование тесных связей с указанными выше видами менеджмента, расширенный набор терминов в настоящий стандарт не включен.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ

Термины и определения

Knowledge management. Terms and definitions

Дата введения — 2017—06—01

1 Область применения

Настоящий стандарт предназначен для всех участников коммерческой деятельности — руководителей, менеджеров, других сотрудников, внедряющих систему менеджмента знаний (СМЗ) как внутри отдельных предприятий, так и в их кооперации. Настоящий стандарт основан на статистических данных и результатах предварительных исследований.

К основным аспектам в области менеджмента знаний (МЗ) относят:

- термины и определения;
- задачи менеджмента знаний;
- измерения менеджмента знаний;
- внедрение менеджмента знаний;
- организационную культуру и менеджмент знаний.

Настоящий стандарт содержит перечень терминов для рассмотрения наиболее актуальных вопросов, связанных с формулированием задач МЗ, определением показателей и процедур измерения их значений, а также внедрением СМЗ и организационной культуры.

СМЗ предназначена для достижения консенсуса в вопросах экономики, а также социально-технических, технологических, структурных и социально-организационных вопросах, возникающих в процессе деятельности малых и средних предприятий (МСП) и (или) внутри их сообщества (объединения).

По мере увеличения внимания к знаниям как основному активу организации возникает ряд логичных вопросов: как лучше измерить используемые показатели, как отследить успешность выполнения работ в новой системе понятий, как лучше оценить влияние инициатив в рамках МЗ на работу предприятия.

Чтобы начать внедрение СМЗ, руководители должны представлять себе, насколько позитивным будет ее влияние на работу компании, ускорит ли она внедрение новых разработок. Каждый последующий шаг нужно оценивать по тем же критериям и при обязательном наличии средств измерения результатов.

Отдельные МСП и их объединения пересматривают свои организационные аспекты и конкурентную стратегию путем использования новых знаний. Настоящий стандарт поможет им в идентификации своей готовности к менеджменту знаний, а также реальному внедрению СМЗ. При этом необходимо учитывать особенности ведения коммерческой деятельности, идентификацию и мотивацию ключевых игроков для успешного внедрения СМЗ, а также методы измерения результатов прилагаемых усилий. Необходимо также идентифицировать задачи, наиболее полно отвечающие специфическим требованиям бизнеса, особенно для быстро растущих компаний.

Успех любой инициативы при внедрении СМЗ зависит от обстоятельств, заставляющих людей общаться, сотрудничать, быть новаторами, рисковать, распространять знания и использовать их повторно. Трудовые навыки, квалификация и манера поведения людей одинаково важны. Для воспитания

Издание официальное

организационной культуры необходимо инструктирование сотрудников на всех уровнях и на предприятиях всех типов с целью достижения осознания своих способностей и своего отношения к другим людям для организации менеджмента знаний. Фундаментальные характеристики, такие, как значения величин, доверие и организационная политика, определяют успех или провал каждого мероприятия.

Внесение реального вклада в инициативу МЗ должно повышать существующую культуру производства и соответствующие субкультуры. Это означает использование социальных процессов и организационных структур (включая инициативные группы) для превращения информации в знания, их распространения, последующего распределения и создания новых знаний.

Прочие социальные процессы (управление изменениями, увеличение сложности управления, минимизация управления, создание содружеств, организационное изучение, ведение хроники событий, визуализация и т. п.), крайне важные для внедрения СМЗ, также должны быть учтены. Таким образом, наличие организационной культуры влияет на культуру производства, тем самым способствуя управлению знаниями.

2 Термины и определения

2.1 **анализ внешней среды** (environment scanning): Сбор и использование информации о событиях, тенденциях и взаимосвязях во внешней среде организации.

Примечания

1 Эти процессы позволяют идентифицировать факторы риска, потенциальные возможности и усилия по изменению условий деятельности. Полученные знания используют для повышения конкурентных преимуществ, и их вводят в краткосрочное и стратегическое планирование. Способность организации к адаптации к внешней среде определяет основной режим обучения в ней. Анализ внешней среды включает в себя получение информации (поиск) и ее изучение.

2 См. также термины «анализ бизнес-данных» и «анализ деятельности конкурентов».

2.2 **анализ деятельности конкурентов** (competitive intelligence): Систематизированная, проанализированная и интерпретированная информация и знания, касающиеся конкурентной среды.

Примечание — В среде МЗ этот анализ зачастую является главной целью. Этот термин/концепцию часто используют в контексте формализации и совершенствования существующего процесса для того, чтобы информация относительно конкурентной среды, полученная из официальных и неофициальных источников, систематически оценивалась. Этот термин связан с термином «бизнес-аналитика».

2.3 **анализ результатов выполненных работ** (after action review, AAR): Структурированное и целенаправленное обсуждение, проводимое для оценивания работ, которые были сконцентрированы на повышении показателей деятельности организации.

Примечание — Этот анализ является средством, которое руководители структурных подразделений могут использовать для получения максимальной выгоды от каждого действия. Истории обучения включают в себя формальные отчеты, подготовленные после проведения анализа. Принципы, лежащие в его основе, в настоящее время используются во многих организациях, в различных отраслях промышленности и в различных контекстах. Анализ результатов выполненных работ может также сочетаться с предварительным анализом работ и анализом в процессе работ для создания непрерывного цикла обучения.

2.4 **анализ социальных сетей** (social network analysis, SNA): Выявление, преобразование и измерение финансовых потоков и уровня взаимоотношений и взаимодействий между людьми, группами и организациями.

Примечания

1 Данный анализ является ценным инструментом для ключевых экспертов или лиц, принимающих в организациях решения; идентификация потоков знаний в организации и их обмена и установление лиц, желающих участвовать в поиске информации.

2 Узлы в сети — это люди и (или) группы людей, а связи между узлами демонстрируют взаимодействие или информационные потоки между ними. SNA обеспечивает получение визуальных и математических данных сложных систем, связанных с людьми. В широком смысле слова этот метод используют в сетях знаний (официальных и неформальных) организаций или между людьми.

2.5 **архитектура информации** (information architecture): Это искусство или наука проектирования и разработки информационных структур, политик, стандартов и процедур, которые обеспечивают унификацию и сбалансированность средств сбора, сохранения, управления, защиты, восстановления и распространения информации.

Примечания

1 Архитектура информации включает в себя методы каталогизации, тегирования и разметки информации единообразным способом и на соответствующем языке.

2 Архитектура информации — это также способ организации и интеграции информационных компонентов компьютера или компьютерной системы с целью получения информации в унифицированной или согласованной форме или структуре.

2.6 **аудит знаний** (knowledge audit): Метод, используемый для идентификации и понимания структуры знаний, их использования, потоков, активов и ресурсов в организации, а также для оценки их согласованности с целями организации.

Примечания

1 Осуществляется путем анализа организации (стратегический аудит знаний) или анализа подразделения организации, например структурной единицы, группы, департамента или рабочей зоны (тактический аудит знаний) для определения знаний, которые необходимо поддерживать, а также анализа потребностей, необходимых для достижения намеченных целей, которые состоят в прояснении того, что знаниями необходимо управлять, и анализа процессов, с помощью которых будет обеспечиваться управление. Обычно аудит знаний позволяет исследовать потоки неформализованных знаний, специальных знаний и навыков персонала и партнеров, а также культуру и сообщества в организациях.

2 Аналогично аудиту информации, который сконцентрирован на формализованных знаниях, не существует какой-либо общепринятой методологии аудита знаний. Обычно аудит знаний включает в себя преобразование знаний, анализ потребностей, анализ социальных сетей, аудит связей/квалификаций и использует количественные и качественные методы исследований.

3 Результатом аудита знаний могут быть карты знаний, которые должны обеспечивать анализ использования знаний и их практическое применение в целевой среде, анализ сильных и слабых сторон обмена знаниями и измерять активы знаний и доступные ресурсы. Этот аудит информирует о разработке инициатив и, если это целесообразно, о стратегии менеджмента знаний.

4 Систематический пересмотр знаний, проводимый, как правило, с помощью анкетирования, интервью или отчетов. Проводится внутри организации. Часто включает идентификацию взаимодействий и передачи знаний внутри одной организации или между несколькими организациями, командами и индивидуумами.

2.7 **база знаний** (knowledge base): Объем знаний, доступный для организации.

Примечание — База знаний организации содержит квалификации, компетентность, коллективные и индивидуальные знания, поддерживаемые собранной информацией и данными. Организация может формировать специальные базы данных для сопоставления информации по ключевым направлениям (темам) или процессам.

2.8 **бенчмаркинг, сопоставительный анализ** (benchmarking): Метод оценки работ путем сравнения с образцами, признанными эталонными в целом по отрасли. Это процесс совместного обучения групп сотрудников посредством конкретных рабочих методик и сравнение деятельности и результатов совершенствования процессов в этих группах.

Примечание — Бенчмаркинг часто используют для выявления наиболее эффективной, улучшенной или добросовестной методики (практики), которую необходимо применить. В контексте МЗ организации, приступившие к сознательному управлению знаниями, часто применяют бенчмаркинг для сравнения с другими организациями, имеющими аналогичную область деятельности, размер и сложность.

2.9 **бизнес-аналитика** (business intelligence): Систематизированные и проанализированные знания, а также информация, имеющая отношение к организации и способствующая принятию решений с целью повышения своих показателей.

Примечания

1 Результат процесса сбора, обработки, анализа и использования знаний и информации, относящейся к организации и ее бизнес-среде, который позволяет ей принимать более разумные решения, достигать поставленных целей и добиваться успеха. Включает в себя анализ деятельности конкурентов и использование как общедоступной информации, так и секретных сведений, собранных из различных источников, например от заказчиков, конкурентов и рынков.

2 В бизнесе, связанном с информационными технологиями, секретные сведения и средства обычно содержатся в хранилищах данных.

2.10 **бизнес-процесс** (business process): Установленный комплекс работ (видов деятельности), направленный на достижение организацией поставленных целей.

Примечание — В контексте МЗ организации могут реализовывать свои преимущества путем анализа того, насколько полноценно осуществляется поддержка данного бизнес-процесса активами знаний. Аналогично исследование бизнес-проблем в организации, исходя из перспектив получения знаний, может приводить к повышению эффективности и результативности бизнес-процессов.

2.11 **возможности организации** (organizational capability): Сочетание навыков, человеческих ресурсов, систем, культур и структур, имеющихся в наличии в конкретной организации и вносящих вклад в стратегические результаты.

2.12 **возможность использования** (usability): Этот термин относится к простоте и правомерности применения различных средств, методов и систем, предназначенных для поддержки деятельности людей, обладающих профессиональными знаниями.

Примечание — Цель исследований возможностей пользователя — сделать все средства прозрачными и едиными для пользователя, чтобы он смог сконцентрироваться на решении поставленных задач.

2.13 **группы по общности интересов, сообщества по интересам** (communities of interests, COI): Группы людей, распространяющие знания и опыт, которые находятся в сфере их общих интересов.

Примечания

1 Эти группы по области охвата зачастую шире, чем инициативные группы (по обмену опытом), и могут состоять из лиц, которые объединяются с целью обучения.

2 Эти группы могут существовать внутри организации и за ее пределами и объединяться в соответствии со своими жизненными устремлениями, интеллектуальным уровнем и т. д.

2.14 **данные** (data): Факты и статистическая информация, которые можно зачастую анализировать для предоставления информации.

Примечание — Дискретные объективные факты (номера, символы, цифры) без контекста и пояснений.

2.15 **добросовестная (наилучшая) практика** (best practice): Наиболее эффективные и результативные методики и процессы, которые следует использовать в качестве вспомогательного (дидактического) материала в процессе обучения.

Примечания

1 Некоторые авторы утверждают, что «наилучшая практика» — это опасный термин, поскольку он предполагает, что все обстоятельства прошлого и будущего уже сейчас хорошо изучены.

2 Другие авторы предпочитают использовать более реалистический термин «добросовестная практика» (good practice), который отражает существующий уровень развития и является проверенной отправной точкой для проведения усовершенствований. Наилучшую практику определяют опытным экспертным сообществом, которое обладает достаточным объемом знаний и умений и готово внедрять ее в своих организациях.

3 Термины «наилучшая практика» и «добросовестная практика» также связаны с термином «практика, основанная на наглядности».

4 Использование систем менеджмента знаний, которое привело к получению отличных результатов в различных коммерческих ситуациях, внутри отдельных предприятий или внутри их кооперации. Эти результаты могут быть подтверждены, формализованы, переданы другим пользователям и рекомендованы для широкого использования.

2.16 **документ** (document): Результат регистрации или фиксации событий или знаний таким образом, чтобы информация о них не была потеряна.

Примечания

1 Документ обычно существует в письменной форме, однако также может представляться в виде графиков, диаграмм и мультимедийной информации.

2 Документ обычно формализует соглашение или определенное требование, связанное с аналогичными или предыдущими документами; его также можно представлять в электронной форме и хранить в компьютере в виде файлов.

2.17 **е-** (e-): Сокращение термина «электронный», например e-mail (электронная почта), e-government (электронное правительство), e-learning (электронное обучение), использование которого означает исключительное применение информации и коммуникационных технологий, поэтому термин «электронное обучение» означает обучение с помощью указанных технологий.

2.18 **ноу-хау** (know-how): Возможности, предоставляемые знаниями и опытом.

Примечания

1 Ноу-хау применяют для обозначения контекстуальных знаний и опыта, которые можно использовать для эффективного решения проблем. Они также могут относиться и к навыкам.

2 Этот термин широко используется в юридических фирмах для обозначения их собственной интерпретации законов и нормативов в конкретном контексте.

3 Ноу-хау представляют собой организационно-технические знания и опыт организации производства на основе новейших достижений науки и техники.

2.19 **знаете кто** (know-who): Возможности идентификации и установления связей с соответствующими людьми, обладающими необходимыми знаниями.

Примечание — К данному понятию можно отнести знания, касающиеся взаимоотношений, контактов, сетей, которые привлекаются на помощь, а также способность к кооперации и связи между людьми. См. также термин «каталоги со специальной информацией» (expertise directories).

2.20 **знания** (knowledge): Объем восприятий и навыков, которые придуманы людьми. Объем знаний увеличивается пропорционально поступающей информации.

Примечания

1 Существует множество контекстных определений знания. В настоящем стандарте также см. следующие термины:

- «сопряженные знания»;
- «ноу-хау»;
- «рабочие знания»;
- «неформализованные (неявные) знания».

2 Набор данных и информации (с точки зрения некоторой определенной информационной технологии). Включает также различные комбинации новой технологии, производственного опыта, эмоций, верований, значений величин, идей, интуиции, любопытства, мотивации, стилей обучения, отношения, способности доверять, способности решать сложные проблемы, открытости, умения работать в компьютерной сети, коммуникабельности, отношения к риску, наличия духа предпринимательства. Использование знаний приводит к накоплению ценных активов, улучшает способность действовать и принимать эффективные решения. В отличие от формализованного знания существует знание неформализованное. Оно также может быть индивидуальным и коллективным.

2.21 **индекс инноватора** (innovator index): Средство сегментации, используемое в области инновационного менеджмента для классификации групп и организаций по эвристическим сегментам, когда они приступают к проработке новой идеи или технологии.

Примечание — Организации и физические лица не адаптированы к изменениям с той же скоростью, и этот аналитический метод помогает индивидуализировать стратегии внедрения для согласования потребностей определенных групп или организаций. Типичные категории инновационной среды — это инноваторы, первооткрыватели и рядовые пользователи. Эти категории основываются на моделях поведения, социально-экономических характеристиках, соответствующих личностных свойствах и коммуникативном поведении.

2.22 **индекс инноваций** (innovation index): Система показателей, реализованная на основе метода карт балльных оценок, который используется в инновационном менеджменте и позволяет оценивать характеристики, которые способны влиять на инновационные возможности организации.

Примечания

1 Индекс инноваций обычно содержит внешние и внутренние рейтинги. Характеристики, обычно измеряемые при внедрении каждой инновации, — это относительное преимущество (экономическое или социальное), уровень сложности, возможность испытаний/выявления и инициализация перемен.

2 После умножения на внутреннюю норму доходности устанавливают минимальную допустимую рентабельность инвестиций и получают индекс конечного развертывания.

2.23 **инновация** (innovation): Применение новых или иных способов внедрения процессов, процедур или продукции, что достигается путем обеспечения пространства и возможности для новых идей.

Примечание — Организации часто используют МЗ для создания среды, которая способна стимулировать инновации путем предоставления качественного доступа к предыдущему опыту, стимулам и поддерживающим процессам для совместной работы и создания новых знаний.

2.24 **интеллектуальный капитал** (intellectual capital): Относится к потенциальной ценности различных компонент или потоков капиталов в организации; взаимоотношения и совместная деятельность, которая может увеличивать ценность и применимость этого потенциала для решения реальных бизнес- или организационных задач.

Примечания

1 Интеллектуальный капитал применяют для практических решений, которые вносят свой вклад в перевод ценности этого потенциала в финансовые или организационные активы.

2 Это обобщающий термин, который включает в себя интеллектуальную собственность, нематериальные ресурсы и активы знаний.

3 Вид нематериальных активов. Включает три подкатегории: человеческий капитал, структурный капитал, капитал заказчика. Может включать знания сотрудников, информацию о производственных процессах, экспертов, продукты производства, заказчиков, конкурентов, интеллектуальную собственность в виде патентов и лицензий (находящихся в ведении регулятивных органов для защиты общественных интересов).

2.25 **интеллектуальная собственность** (intellectual property): Активы, почти всегда формализованные, защищенные законодательством и признаваемые в качестве актива благодаря существующим методикам отчетности.

Примечание — Включает в себя патенты, торговые марки, авторские права, рецептуры, контракты, компьютерное программное обеспечение и т. д. Все эти продукты защищены законами об интеллектуальной собственности, которые, кроме того, характеризуются как поддающиеся улучшению для оценки и позволяют рассчитывать стоимость и договорные обязательства, например лицензирование.

2.26 **информационный аудит** (information audit): В общем случае информационный аудит — это метод систематической идентификации, оценки и управления информационными ресурсами и сервисами организации.

Примечания

1 Единая методология выполнения информационного аудита отсутствует. Некоторые методы сконцентрированы на информационных ресурсах и представляют собой форму инвентаризационного учета, тогда как другие способны принимать во внимание информационные потребности, формы, применение и потоки.

2 Информационный аудит может включать в себя анализ информации как внутри предприятия, так и между организацией и ее внешней средой.

3 Результаты информационного аудита могут быть описательными, идентифицирующими слабые места, дублирование, неэффективность или аналитическую оценку затрат информации относительно ценности аудита для организации.

4 Стратегическая роль информационного аудита состоит в установлении того объема информации, который будет вносить заметный вклад в реализацию задач организации и давать рекомендации по эффективному управлению информацией. См. также термин «аудит знаний» (knowledge audit).

2.27 **информация** (information): Данные в контексте, которому приписывается определенный смысл.

Примечание — Понятие «информация» согласуется с понятием «данные». Добавляет значения величин для понимания предмета в заданном контексте. Является источником знаний.

2.28 **инфраструктура знаний** (knowledge infrastructure): Совокупность процессов, контента, людей и технологий, используемых для поддержки МЗ в организации.

2.29 **каталоги со специальной информацией** (expertise directories): Базы данных о персонале, его навыках, специфическом опыте и квалификации, которые позволяют пользователям осуществлять поиск людей со специальными знаниями и навыками.

Примечания —

1 В среде МЗ это важный фактор объединения людей в организации, которые должны обладать соответствующими достоверными знаниями. Эти каталоги иногда называют «желтыми страницами» предприятия, «системами поиска специальных знаний» или «системами поиска навыков работника».

2 Этот подход часто используют организации для увеличения наглядности знаний своих специалистов.

2.30 **компетентность** (competency): Компетентность организации — совокупность навыков, опыта, специальных знаний, ноу-хау и процессов, а также способность применять и поддерживать их таким образом, чтобы обеспечивать организации достижение намеченных целей. Компетентность персонала — это совокупность навыков, опыта, специальных знаний и личностных характеристик, позволяющих работнику успешно выполнять свою функцию (роль).

2.31 **консультирование, инструктирование** (coaching): Процесс, в котором одно лицо помогает другому выполнять работы, обучаться и достигать более высокого уровня знаний посредством повышения чувства ответственности за свои действия и заинтересованности в эффективности своей деятельности, реализации своих творческих и профессиональных возможностей, помощи в преодолении внутренних препятствий для достижения целей, предоставления возможности самосовершенствования.

Примечание — Понятие «консультирование» по смыслу близко понятиям «наставничество», «инструктаж», «обучение», «руководство» и «получение рекомендаций».

2.32 **корпоративная память** (corporate memory): Методики и интеллектуальный капитал, реализованные в организации, оказывающие влияние на ее поведение. Этот термин иногда относится к архивированию в организации.

Примечание — Формализованное или неформализованное восприятие сотрудниками организации происходящих процессов или продукции в сочетании с традициями и ценностями. Корпоративная память может способствовать или тормозить прогресс организации. В среде менеджмента знаний организация стремится обеспечивать качество корпоративной памяти и ее надлежащее использование.

2.33 **культура** (culture): Научный способ понимания, мышления, восприятия, распространения и передачи знаний между сотрудниками организации.

2.34 **роли ответственных исполнителей в области знаний, лидеры знаний** (knowledge champions): Роли лиц, назначенных ответственными за развитие знаний в выбранной отрасли, отделении, функциональном подразделении или группе.

Примечание — В организации эти сотрудники могут действовать как катализатор получения стратегических знаний, их распространения и использования. Многие организации создают подобные должности в своих структурных бизнес-подразделениях для гарантии эффективного получения и передачи знаний.

2.35 **м-** (m-): Префикс, являющийся сокращенным обозначением термина «мобильность», например м-коммерция или м-бизнес.

Примечание — Использование этого префикса относится к применению беспроводных технологий, включая мобильную телефонию, беспроводные сети и более совершенные персональные цифровые вспомогательные средства.

2.36 **менеджер знаний** (knowledge manager): Должность, предполагающая наличие ответственности, связанной с активизацией и развитием инициатив по получению знаний, включая изменения средств, моделей поведения и культуры.

Примечание — Менеджер знаний выполняет работы по расширению доступа к специальной информации, использованию добросовестной практики, информированию и обеспечению разведки. Часто действует как основной владелец таксономий, стандартов на контент и процессов обработки/получения знаний.

2.37 **менеджмент знаний**, **МЗ** (knowledge management): Дисциплинарный подход к достижению поставленных перед организацией целей путем оптимального использования знаний.

Примечания

1 Менеджмент знаний включает в себя разработку, анализ и внедрение социальных и технологических процессов с целью совершенствования процессов получения и применения знаний в интересах партнеров и клиентов.

2 Плановое или текущее проведение отдельных мероприятий или непрерывное управление процессами для улучшения использования существующих или создания новых индивидуальных или коллективных ресурсов знаний с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

2.38 **метаданные** (metadata): Структурированная информация, которая описывает и (или) обеспечивает выявление, управление, контроль, понимание или сохранение информации в течение определенного времени.

2.39 **метод руководства, руководство** [организацией] (governance): Корпоративный метод управления в общем случае относится к процессам, с помощью которых организации направляют, контролируют и поддерживают свою деятельность. Он охватывает компетенции, персональную ответственность, аспекты управления и контроля, проводимые в организации.

2.40 **модель SECI (социализация, экстернализация, комбинация, интернализация** (SECI; Socialisation, Externalisation, Combination, Internalisation): Модель создания знаний посредством различных взаимодействий между формализованными (явными) и неформализованными (неявными) знаниями.

Примечание — Эта модель вносит свой вклад в разработку формальных процессов сбора и распространения информации, в которой организация нуждается для реализации намеченных целей. Четыре процесса преобразования, объединенные в SECI-модели, — это процесс социализации, связанный с преобразованием типа «неформализованные знания — неформализованные знания», процесс экстернализации, связанный с преобразованием типа «неформализованные знания — формализованные знания», процесс комбинирования, связанный с преобразованием типа «формализованные знания — формализованные знания», и процесс интернализации, связанный с преобразованием типа «формализованные знания — неформализованные знания».

2.41 **наставничество** (mentoring): Тип взаимоотношений при обучении, способствующий и облегчающий неформальную или открытую форму обучения.

Примечания

1 Под наставничеством подразумевают взаимоотношения двух человек, работающих в различных подразделениях организации (или в различных организациях). Целью этих взаимоотношений является обучение и развитие обоих. Оно требует построения доверительных отношений на основе взаимного уважения и понимания навыков и возможностей друг друга. Наставничество создает поддержку, обеспечивает саморазвитие, помогает развивать здравый смысл и повышать доверие.

2 Наставник дает советы и поддерживает менее опытного сотрудника. Чтобы обучение было успешным, необходимо выбирать наставника по согласию обоих партнеров. См. также термин «консультирование» (coaching).

2.42 **нематериальные активы** (intangible assets): Нематериальные ресурсы и права организации, которые повышают эффективность работы путем предоставления организации возможности реагировать на запросы пользователей. Они являются формой интеллектуального капитала.

Примечания

1 К нематериальным активам организации можно причислить работоспособность, взаимоотношения с заказчиками, корпоративную культуру, каналы сбыта, наименования брендов, креативных сотрудников, инновации и репутацию.

2 Все, что способствует эффективному управлению активами знаний, приводит к образованию нематериальных активов.

3 Нематериальные активы могут иметь большое значение для коммерческой организации. Не имеют физического представления и финансовой перспективы. Могут быть отмечены в графе «престиж фирмы» в балансовых документах. Сюда относят: репутацию фирмы, известность торговой марки, монопольные права и прочие элементы, не включаемые в балансовые документы предприятия (например, «потенциал предприятия», т. е. его способность получить конкурентные преимущества в будущем).

2.43 **неформализованные (неявные) знания** (tacit knowledge): Знания, постоянно присутствующие в сознании, поведении и восприятии каждого индивидуума. Включают в себя его навыки, опыт, представления, интуицию и взгляды (мнения).

Примечания

1 Обычно эти знания передаются в процессе дискуссий, неформального общения и взаимодействий между людьми, зачастую с использованием таких лингвистических средств, как метафоры и аналогии, с целью нахождения общего языка. Эти знания трудно представить в формализованной (явной) форме. Они включают в себя навыки, опыт, взгляды, интуицию и суждения.

2 Включают теоретические модели, модели поведения, модели перспектив, основанные, главным образом на опытных данных. Знания данного типа подлежат последующей формализации и распространению. Этому может способствовать, например, проведение совместных образовательных мероприятий сразу несколькими организациями.

2.44 **обмен знаниями** (knowledge sharing): Процесс, с помощью которого знания передаются или обмениваются в организации и между организациями.

2.45 **обучение в организации** (organizational learning): Активный компонент обучающих организаций.

Примечание — Обучение в организации содержит модели поведения на индивидуальном и групповом уровнях, а также на уровне организации; процессы, позволяющие объединять и применять знания для более широкого понимания изменения и передвижения материальных активов. См. также термины «электронное обучение» (e-learning) и «обучающаяся организация» (learning organization).

2.46 **онтология** (ontology): В области МЗ онтологиями называются спецификации на совместную разработку концепций в конкретной предметной области. Это распространенное понимание создает предпосылки и основу к обмену знаниями и многократному их использованию между людьми и системами.

2.47 **оперативные знания** (operational knowledge): Знания и информация, необходимые сотрудникам организации для эффективного исполнения ими своих ежедневных обязанностей.

2.48 **описание** (narrative): Сбор, интерпретация, распределение и стимулирование получения знаний посредством повествования.

Примечания

1 Описание включает в себя расширенный сбор недостоверных материалов, циклы рассказов, придуманные истории и др. База данных описаний содержит знания, зарегистрированные в своей естественной форме, зачастую без формальной интерпретации, что позволяет пользователям обнаруживать сведения в системе так, как если бы они были получены при неофициальном опросе.

2 Методы описания концентрируются на интерпретации и представлении культуры при официальном обмене знаниями посредством художественного описания (повествования).

2.49 **организация, открытая к получению знаний** (knowledge enabled organization): Организация, которая создает и использует свои стратегические активы знаний для достижения намеченных целей.

2.50 **организация документооборота, управление документацией** (document management): Процессы управления жизненным циклом документов (их созданием, редактированием, изготовлением, хранением, индексированием и утилизацией).

Примечание — Этот термин распространяется на поддержку документирования бизнес-процессов, которые требуют тесной интеграции с документооборотом. Организацию документооборота обычно поддерживают электронные системы управления документацией (EDVS).

2.51 **обучающаяся организация** (learning organization): Организация, в которой поощряется обучение сотрудников на всех уровнях.

Примечания

1 Процессы, методики и системы в организации модифицируются с учетом новых методов обучения и представлений.

2 Этот термин относится и к месту, где сотрудники организации непрерывно проходят совместный курс обучения. См. также термины «обучение в организации» (organizational learning), «электронное обучение» (e-learning).

3 Организация, создающая себе будущие конкурентные преимущества путем постоянного обучения сотрудников, использования приобретенных знаний, адаптации своей работы к изменяющимся обстоятельствам.

2.52 **организация с сетевой структурой** (networked organization): Организация, которая способна получать конкурентные преимущества в своей бизнес-среде от взаимовыгодного сотрудничества в условиях полноценной работы в сетях с удаленными или функционально отличающимися структурными единицами предприятий.

Примечание — Организации с сетевой структурой характеризуются единым ситуационным информированием (осведомленностью), пониманием общих задач, целей и стратегий, синхронизацией и быстротой выполнения работ. Основа этому заложена в информационной взаимосвязанности.

2.53 **отображение (преобразование, картирование) знаний** (knowledge mapping): Отображение знаний, обеспечивающее визуальное представление (на картах знаний) процессов обработки/получения знаний, источников, активов, пробелов и барьеров в организации или между организациями.

Примечания

1 Стандартизированный подход к отображению знаний отсутствует — он специально рассчитывается с учетом среды знаний в каждой организации.

2 Отображение знаний в основном концентрируется на людях, специальных знаниях, связях, взаимоотношениях, бизнес-процессах и системах.

3 Карты знаний можно разрабатывать, например, как компонент аудита знаний, основу для разработки внутрикорпоративной сети (Интранет), внешней сети (Экстранет)/веб-сайтов или для формирования основы, из которой организация может разрабатывать каталог специальной информации. Путем придания организационным знаниям наглядности карты знаний могут способствовать улучшению и изменению способа использования, распространения и переноса знаний.

2.54 **отчеты** (records): Информация, созданная, полученная и сохраненная в качестве фактов и сведений, полученных организацией или человеком согласно юридическим обязательствам или в процессе ведения бизнеса.

2.55 **ведение делопроизводства** (records management): Область административной ответственности для эффективного и систематического контроля создания, получения, сохранения, использования и размещения документов, включая процессы сбора и сохранения свидетельств и информации (в форме документов) о бизнес-операциях и деятельности организации.

2.56 **повествование** (storytelling): Повествование может быть полезным средством сбора и распространения знаний в организации, вносящим свой вклад в обучение в ней.

Примечание — Существует большое количество типов историй. Повествование является одним из компонентов методики описания.

2.57 **портал знаний предприятия** (enterprise knowledge portal): Подобные порталы повышают свою роль из-за возможности их совместимости (см. также термин «порталы» (portals)).

2.58 **порталы** (portals): Составные приложения, процессы и контент (структурированный и неструктурированный) и их отображение посредством персонализированных уровней представления. См. также термин «портал знаний предприятия» (enterprise knowledge portal).

2.59 **потенциал организации** (organizational capacity): Перспектива развития устойчивых навыков, организационных структур, ресурсов и обязательств по совершенствованию бизнес-практик с целью продления и приумножения доходов.

2.60 **практика, основанная на наглядности** (evidence-based practice): Практика, которая основана на информации в результате эмпирических исследований и критического оценивания подтвержденных знаний.

Примечания

1 Термин «практика, основанная на наглядности» связан со здравоохранением и с процессами, которые способны гарантировать, что специалисты-практики будут критически исследовать проблемы, идентифицированные в соответствующей базе знаний в процессе курса систематических исследований, а также использовать свой собственный объективный опыт для повышения уровня знаний других.

2 Принятие решений на основе этой практики в настоящее время получило распространение в органах государственного управления, образовании и других отраслях, где рабочие практики основываются на соответствующих текущих и исчерпывающих знаниях. В контексте МЗ организации могут ставить своей целью продвижение данной практики.

2.61 **предоставление комплексных услуг** (integrated service delivery): Предоставление услуг, которое требует взаимодействия нескольких организаций (или нескольких подразделений организации); услуги, уже предоставляемые пользователю в виде разовой сделки, и с аналогичными уровнями качества обслуживания, не зависящими от канала поставки (при личном контакте, по телефону, Интернету, почте и т. п.).

Примечания

1 В органах государственного управления, где этот термин является предпочтительным, он может включать в себя координацию работ для обеспечения совместимости (интероперабельности) не только между агентствами, но также и между различными юрисдикциями.

2 Предоставление комплексных услуг распространяется не только на технические объекты, но также на правовые, управленческие, финансовые и бизнес-вопросы. Опыт заказчика является стимулирующим фактором и основной целью интеграции услуг.

2.62 **представление (видение) менеджмента знаний** (knowledge management vision): Изложение целей для поддержки организаций, открытых для получения знаний.

2.63 **проект для получения знаний** (knowledge initiative): Действие, связанное с рассмотрением одного или нескольких вопросов, которое может принимать форму кратковременных (долговременных) проектов или одноэтапного рабочего процесса, которое необходимо внедрять на уровне рабочей структурной единицы или во всей организации в соответствии со стратегией МЗ.

Примечание — Примерами проектов для получения знаний могут быть:

- ведомственная программа наставничества для минимизации потери навыков, обусловленной предстоящим выходом опытного сотрудника на пенсию;
- единое рабочее пространство для облегчения преобразования и распространения знаний между сотрудниками, работающими в разных географических регионах;
- политика в области распределения обязанностей между сотрудниками организации в процессе МЗ.

2.64 **информационный работник; работник интеллектуального труда** (knowledge worker): Общий термин, применяемый для обозначения любого сотрудника, использующего в своей работе информационные источники знаний, чья работа в основном состоит в преобразовании информации в знания.

Примечания

1 Его работа основана на способности поиска, синтезирования, связи, распространения и применения знаний.

2 Этот термин используют для обозначения любого работника, который применяет специальные знания, или только в отношении высококвалифицированных профессионалов.

2.65 **ресурсы знаний, активы знаний** (knowledge assets): Формы интеллектуального капитала, которые объединяются для создания ценностей организации. Они включают в себя квалификации, основные процессы, человеческий потенциал, социальный капитал, связанные с работами знания, навыки и опыт, добросовестную практику, подбор сотрудников и поддержание успеха. Являются основой для формирования нематериальных активов.

2.66 **главный специалист в области менеджмента знаний** (knowledge officer, CKO): Лицо, которое является ответственным исполнителем и определяет концепцию реализации МЗ в организации, является также лидером при его внедрении и поддержании и основным координатором работ по приобретению, обмену и применению знаний.

Примечание — Это общий термин, используемый для обозначения роли руководителя и сферы его ответственности за внедрение стратегий получения знаний во все соответствующие бизнес-стратегии и процессы. Эта роль должна обеспечивать координацию и продвижение концепций МЗ и обеспечивать лидерство организации в планировании, внедрении и поддержании методик и форм знаний. CKO-руководитель может осуществлять контроль за проектами в области МЗ.

2.67 **сбор данных, извлечение данных** (data mining): Метод анализа данных в хранилищах данных, который позволяет выявлять тенденции и особенности, т. е. знания, которые можно использовать для совершенствования бизнес-процессов.

2.68 **сбор знаний** (knowledge harvesting): Процесс установления критериев идентификации соответствующих знаний и (или) программного обеспечения или технологии с целью систематического сбора и организации формализованных (явных) знаний.

2.69 **сетецентрический подход** (network-centric): Суммирование потенциальных выгод от объединения в единое целое или работы в сетях, структурных единиц организации с целью получения взаимно усиливающих друг друга эффектов (синергетического эффекта).

Примечание — Сетецентризм имеет два связанных между собой и взаимно усиливающих друг друга измерения:

- человеческое измерение (способ, с помощью которого люди сотрудничают для объединения общей и специальной информации и знаний, в результате чего повышается эффективность их деятельности);
- сетевое измерение (объединение информационных систем, приложений и инфраструктур, позволяющее производить обмен информацией и оперативное распределение/распространение знаний).

2.70 **сбалансированная система показателей** (balanced scorecard): Бизнес-модель, предоставляющая бизнесу возможность расширить горизонты своего стратегического видения и достичь более высокого экономического уровня.

Примечание — Система показателей создается под воздействием влияния решений в части финансирования, осуществляемых заказов, внутренних процессов и обучения сотрудников. Анализ рассматривает финансовые и нефинансовые меры, краткосрочные и долгосрочные цели и внешние требования в качестве результативных показателей в перспективе. Некоторые организации применяют этот метод для оценки и регулирования деятельности в области знаний.

2.71 **система менеджмента знаний**, **СМЗ** (knowledge management system): Система, предполагающая целостное и комплексное использование людей, процессов и технологий для автоматизации или поддержки различных типов деятельности организации.

Примечания

1 Большинство СМЗ обязательно должны включать аспекты информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

2 Термин «система менеджмента знаний» — это образное выражение или представление разработки нового поколения ИКТ-систем, объединенных в корпоративную ИКТ-среду.

3 Контекстно-зависимая основа и инфраструктура СМЗ учитывают комплексный характер знаний и поэтому поддерживают обработку знаний в организациях, для чего необходимо интегрировать, совершенствовать и перекомпоновывать разнородные ИКТ-технологии.

2.72 **сложность работ в организации, организационная сложность** (organizational complexity): Естественное состояние, влияющее на среду МЗ, в которой организация существует и адаптируется к внешним воздействиям, непрогнозируемым и не поддающимся расчетам.

Примечание — Теория сложных адаптивных систем заимствована из биологии и химии; описывает структурированное поведение многих объединенных сетей. Она применима к менеджменту знаний и включает в себя такие прагматические концепции, как передача по принципу «только в срок» из неформальных сообществ в официальные; активизация социальных сетей и технологии описания.

2.73 **интероперабельность, совместимость** (interoperability): Способность двух или более систем или компонент обмениваться информацией или использовать информацию после обмена ею.

Примечания

1 Интероперабельность — это более чем просто взаимосвязь между различными системами. Она включает в себя разработку общих стандартов и процессов на различных уровнях для облегчения передачи информации, сетевые протоколы, контент данных, использующие стандарты на метаданные и перспективные веб-сервисы с целью автоматизированного распространения системных процессов и процедур.

2 Интероперабельность — это способность продукта или системы, интерфейсы которых полностью открыты, взаимодействовать и функционировать с другими продуктами или системами без каких-либо ограничений доступа и реализации.

2.74 **сообщества** (communities): Группы людей с общими намерениями, интересами или задачами.

Примечания

1 Сообщества часто возникают в организациях на неформальной основе. В среде МЗ эти сообщества выглядят как средства объединения людей, которые, как правило, не работают вместе.

2 Согласно одной из многих точек зрения существует два основных типа сообществ — по общности интересов и по обмену опытом.

2.75 **сообщества специалистов по обмену опытом** (communities of practice, CoP): Группы людей, стремящихся повысить свою квалификацию и профессионализм и развивать наилучшую практику в определенных областях.

Примечания

1 Также известные как доступные сети или сети знаний, эти группы объединяются и привлекают людей, которые обычно не работают вместе, с целью распространения знаний и создания более совершенных практик. Данные сообщества могут непрерывно возникать и распадаться, действуя как механизм повышения уровня неформализованных (неявных) знаний и преобразования этих знаний в формализованные аналоги.

2 Сообщества специалистов обычно рассматриваются в качестве корпоративных объединений в ориентированных на знания организациях, однако их также можно рассматривать как средство совершенствования практик и распространения знаний между организациями.

3 Неформальная, самостоятельная группа людей, сложившаяся внутри одной или нескольких организаций, выполняющих родственную работу, имеющих одинаковые интересы и преследующих одни и те же цели. Если с течением времени выясняется полезность инициативной группы для предприятий, то имеет смысл формализовать статус группы (выбрать название группы, установить порядок взаимного обмена разрешительными инструментами и т. п.). Существуют инициативные группы различных типов: по интересам, целевые и др.

2.76 **сопряженные знания** (articulated knowledge): Описание работниками способа выполнения работ.

Примечание — Сопряженные знания — это термин, иногда используемый для описания передачи неявных знаний между работниками с тем, чтобы сделать возможным улучшение показателей или обучение. Они также иногда могут отражать взгляды работников на реальность конкретных процессов.

2.77 **сотрудничество** (collaboration): Представляет собой распространение информации и знаний среди коллег, заказчиков и партнеров организации.

Примечание — Общий термин «сотрудничество» обладает второстепенным специальным значением в МЗ, где он определен в тесной связи с рабочими взаимоотношениями, включая распространение знаний.

Его часто используют в контексте партнерства, сообществ (и их создания) и распространения знаний.

2.78 **специалист в конкретной области** (subject-matter expert): Работник со специальными знаниями в определенной области.

Примечание — В контексте МЗ таким работником можно считать компетентного сотрудника организации, который действует как контролер (диспетчер) знаний в своей предметной области. Специалистом в конкретной области также можно считать и посредника знаний.

2.79 **стратегия знаний / стратегия менеджмента знаний** (knowledge strategy / knowledge management strategy): Планы, процессы и работы, с помощью которых организация достигает намеченных ею целей менеджмента знаний.

Примечания

1 Стратегия менеджмента знаний — это связующее звено между стратегией организации и инициативами в области менеджмента знаний, разъясняющее, каким образом данная организация может поддерживать репутацию в бизнесе при использовании ресурсов, основанных на знаниях. В организации, использующей знания, корпоративная идеология, ценности и бизнес-стратегии будут включать в себя концепцию знаний.

2 Наиболее общие решения коммерческой организации об использовании методов МЗ, ее рекомендаций для достижения коммерческих целей путем развития ресурсов знаний, для повышения квалификации сотрудников и уровня используемых производственных процессов, а также для оценки степени готовности используемой системы менеджмента знаний к достижению глобальных стратегических целей коммерческого предприятия.

2.80 **таксономия** (taxonomy): Иерархическая структура терминов, которую можно использовать для локализации, описания, идентификации, восстановления и/или управления информацией и знаниями.

Примечания

1 Таксономия может содержать обзор или краткое изложение знаний организации или же перечень основных заинтересованностей организации. См. также термин «тезаурус» (thesaurus).

2 Результат идентификации и структурирования знаний. Иерархическая классификация, которая помогает пользователям разобраться в процедуре группировки и категоризации формализованных (явных) знаний. Таксономия облегчает поиск и приобретение новых знаний.

2.81 **тезаурус** (thesaurus): Контролируемый язык, содержащий термины, которые можно использовать для классификации, описания и (или) управления информацией и знаниями.

Примечание — Тезаурус обычно, но не всегда представляют в алфавитном порядке и снабжают указателями на более широкий или узкий смысл терминов, перекрестными ссылками, указателями нерекомендуемых терминов и примечаниями о применении терминов. См. также термин «таксономия» (taxonomy).

2.82 **теория познания** (epistemology): Область философии, которая изучает знание.

Примечание — В контексте МЗ понимание данной теории полезно для оценки того, как различные люди формируют знание. Это необходимо, чтобы достоверное знание можно было рассматривать как абсолютное (независимо от субъекта, пытающегося осознать, что это за знание), эмпирическое (как результат чувственного восприятия), рациональное (как результат когнитивного отражения), прагматическое (с использованием модели для упрощения решения проблем), социально-конструктивистское (с использованием критерия консенсуса в пределах социальной группы) или эволюционное (с использованием конструирования знаний для максимальной адаптации к изменяющейся среде).

2.83 **управление отношениями с клиентами** (customer relationship management, CRM): Сочетание бизнес-процессов, корпоративной культуры, распределения знаний и технологий, используемых для управления взаимоотношениями с заказчиками.

Примечание — CRM-управление — это бизнес-стратегия для выбора и управления отношениями с наиболее значимыми клиентами. Оно требует ориентированной на клиента бизнес-философии/культуры для поддержки процессов эффективного маркетинга, продаж и обслуживания. Доступ к CRM — управлению знаниями и их распространению обычно осуществляется посредством приложений программного обеспечения.

2.84 **управление информацией, информационный менеджмент** (information management): Получение, координация, хранение, извлечение и распространение информации, поступающей от внутренних и внешних источников в любом формате с целью повышения рабочих показателей организации.

Примечания

1 Управление информацией связано с управлением информационными ресурсами организации. Качественное управление информацией о процессах и системах существенно для организаций, которые стремятся оптимизировать использование своих ресурсов, особенно в части явных знаний. Оно поддерживает менеджмент знаний.

2 Включает процессы выбора, идентификации, отнесения к заданной категории, индексации и хранения информации. Как правило, содержит активный и непрерывный пересмотр содержательных материалов, которые хранятся или распространяются посредством набора особых инструментов: баз данных, таксономий, человеческих сетей и т. п.

2.85 **управление контентом** (content management): Характеризует способность извлекать, индексировать и распространять информацию, важную для получения знаний в организации в различных форматах, приложениях и режимах представления.

Примечание — Этот термин в основном применим к управлению цифровыми информационными активами, такими как статические и динамические веб-страницы, онлайновые документы и базы данных. Управление контентом сопровождается набором требований, ролей и процессов для управления жизненным циклом контента посредством его получения, обработки, публикации, доставки и прекращения действия таким образом, чтобы качественная информация доставлялась пользователю или становилась более доступной для него.

2.86 **управление, поддерживаемое сетевыми ресурсами** (network-enabled government): Подход к государственному управлению, использующий синтез отдельных возможностей — руководства, трудовых ресурсов, физических и виртуальных инфраструктур, сетей и активов, связанных с предоставлением услуг, с целью создания общественных стоимостей при снижении затрат.

2.87 **устойчивое развитие организации** (organizational sustainability): Управление бизнесом с целью обеспечения существующих ожиданий, без угроз развитию систем управления будущих поколений.

2.88 **формализованные (явные) знания** (explicit knowledge): То, что уже известно, т. е. те знания, которые уже сообщались и документировались, например в базе данных. Эти знания можно выражать словами или числами и распределять по документам, спецификациям, руководствам и т. п.

Примечания

1 Формализованные (явные) знания могут легко выражаться в виде слов и (или) чисел, распространяться путем дискуссий, документов, спецификаций, руководств и т. п., причем можно организовать их документирование для поиска и повторного использования.

2 Могут быть индивидуальными или коллективными. Данные знания обозначают объектами, словами, номерами, представляют в графической форме, в форме рисунков, спецификаций, учебников, процедур и т. п. Формализация данных облегчает их восприятие.

2.89 **хранилища данных** (data warehouse): Хранилище достоверных данных, обеспечивающее их сбор из различных систем и доставку конечным пользователям явным и понятным образом.

2.90 **центр знаний** (knowledge centre): Виртуальная территория или место работы сотрудников организации, где хранятся знания, к которым может быть обеспечен доступ посторонних лиц.

Примечание — Центрами знаний могут быть библиотеки, кафе, дискуссионные площадки или области неформальных собраний, которые стимулируют получение знаний и их распространение.

2.91 **экология знаний** (knowledge ecology): Подход к менеджменту знаний, рассматривающий организацию как сложную экологическую среду, которой нельзя управлять по принципу «цель — результат».

Примечание — Понимание экологии знаний в организации требует изучения навыков труда, ценностей и организационной культуры и их влияния на получение, распространение и использование знаний. Это может быть просто целью формирования правильных «экологических» условий для МЗ, т. е. зон сотрудничества, распространения знаний, обучения, контекста и сообщества заинтересованных лиц.

2.92 **экономика, основанная на знаниях** (knowledge-based economy): Экономика, в которой производство, обмен и использование знаний являются основными движущими факторами (драйверами) развития, производства материальных ценностей и повышения занятости во всех отраслях.

Примечания

1 Экономика, основанная на знаниях, относится не только к новым высокотехнологичным областям производства. Она включает в себя многократное использование знаний во всех отраслях промышленности, а также преобразование знаний в новые способы производства, связанные с использованием информационно-коммуникационных технологий, работой в сетях с другими организациями, внедрением инноваций, образованием и формированием навыков и открытого подхода к инвестициям и обмену информацией.

2 Недавно сложившийся термин, относящийся к той стадии современного экономического развития, когда знание рассматривается как ключевой фактор совершенствования производства и получения конкурентных преимуществ. Использование СМЗ приводит к существенным изменениям в стратегии, отдельных операциях и структуре организаций всех типов (больших и малых, государственных и частных, коммерческих, бесприбыльных и образовательных).

2.93 **электронная почта** (e-mail): Фундаментальное средство бизнес-коммуникаций, которое во все возрастающей степени встраивается в IT-инфраструктуру организации; включает в себя передачу электронных сообщений и интеграцию с сервисными программами организации (ежедневником, системой менеджмента заседаний/совещаний/форумов, координации ресурсов).

Примечания

1 Электронная почта является средством оперативного обмена знаниями, основанного на использовании общего формата документов и каталогов, позволяет устранять многие технические барьеры в распространении знаний, однако также создает барьеры самой себе из-за больших объемов почты, влияющих на ее пропускную способность.

2 Электронная почта разработана для индивидуального общения, и для повышения эффективности ее необходимо сочетать с техническими решениями многостороннего общения.

2.94 **электронное обучение** (e-learning): Образовательная модель, в которой инструкции и взаимодействие при обучении можно выполнять независимо от относительного фактического местонахождения отдельного обучающегося. Оно связано с цифровым контентом, опробованным посредством интерфейса и доступным через сеть.

2.95 **элементы знаний** (knowledge elements): Люди, процессы, технологии и контент — ключевые элементы, обеспечивающие концептуальное понимание существующей среды МЗ в организации и разработку стратегии знаний.

Примечание — В пределах одной организации эти элементы должны гармонично сочетаться и представлять собой единый компонент стратегии знаний, возможностей и культуры. Требуемый баланс будет также зависеть от концепции развития МЗ в организации.

2.96 **элементы реализации знаний** (knowledge enablers): Совокупность средств, методов и подходов, которые можно использовать для внедрения и поддержки МЗ в организации.

Примечание — Элементы реализации знаний распространяются на другие дисциплины или профессиональные области в организации, например на менеджмент человеческих ресурсов или документооборот, где специалисты — практики МЗ могут взаимодействовать, например в области аудита знаний.

Алфавитный указатель терминов на русском языке

анализ внешней среды 2.1
анализ деятельности конкурентов 2.2
анализ результатов выполненных работ 2.3
анализ социальных сетей 2.4
архитектура информации 2.5
аудит знаний 2.6
база знаний 2.7
бенчмаркинг, сопоставительный анализ 2.8
бизнес-аналитика 2.9
бизнес-процесс 2.10
возможности организации 2.11
возможность использования 2.12
группы по общности интересов, сообщества по интересам 2.13
данные 2.14
добросовестная практика, наилучшая практика 2.15
документ 2.16
е- 2.17
знаете как (ноу-хау) 2.18
знаете кто 2.19
знания 2.20
индекс инноватора 2.21
индекс инноваций 2.22
инновация 2.23
интеллектуальный капитал 2.24
интеллектуальная собственность 2.25
информационный аудит 2.26
информация 2.27
инфраструктура знаний 2.28
каталоги со специальной информацией 2.29
компетентность 2.30
консультирование, инструктирование 2.31
корпоративная память 2.32
культура 2.33
лидеры знаний; роли ответственных исполнителей в области знаний 2.34
м- 2.35
менеджер знаний 2.36
менеджмент знаний, МЗ 2.37
метаданные 2.38
метод руководства, руководство 2.39
модель SECI (социализация, экстернализация, комбинация, интернализация) 2.40
наставничество 2.41
нематериальные активы 2.42
неформализованные (неявные) знания 2.43
обмен знаниями 2.44
обучение в организации 2.45
онтология 2.46
оперативные знания 2.47
описание 2.48
организация, открытая к получению знаний 2.49
организация документооборота, управление документацией 2.50
обучающаяся организация 2.51
организация с сетевой структурой 2.52
отображение знаний, преобразование знаний, картирование знаний 2.53

отчеты 2.54
ведение делопроизводства 2.55
повествование 2.56
портал знаний предприятия 2.57
порталы 2.58
потенциал организации 2.59
практика, основанная на наглядности 2.60
предоставление комплексных услуг 2.61
представление (видение) менеджмента знаний 2.62
проект для получения знаний 2.63
информационный работник, работник интеллектуального труда 2.64
ресурсы знаний, активы знаний 2.65
главный специалист в области менеджмента знаний 2.66
сбор данных, извлечение данных 2.67
сбор знаний 2.68
сетецентрический подход 2.69
сбалансированная система показателей 2.70
системы менеджмента знаний, СМЗ 2.71
сложность работ в организации, организационная сложность 2.72
совместимость, интероперабельность 2.73
сообщества 2.74
сообщества специалистов по обмену опытом 2.75
сопряженные знания 2.76
сотрудничество 2.77
специалист в конкретной области 2.78
стратегия знаний / стратегия менеджмента знаний 2.79
таксономия 2.80
тезаурус 2.81
теория познания 2.82
управление отношениями с клиентами 2.83
управление информацией, информационный менеджмент 2.84
управление контентом 2.85
управление, поддерживаемое сетевыми ресурсами 2.86
устойчивое развитие организации 2.87
формализованные (явные) знания 2.88
хранилища данных 2.89
центр знаний 2.90
экология знаний 2.91
экономика, основанная на знаниях 2.92
электронная почта 2.93
электронное обучение 2.94
элементы знаний 2.95
элементы реализации знаний 2.96

Алфавитный указатель терминов на английском языке

after action review, AAR 2.3
articulated knowledge 2.76
balanced scorecard 2.70
benchmarking 2.8
best practice 2.15
business intelligence 2.9
business process 2.10
coaching 2.31
collaboration 2.77
communities 2.74
communities of interests, COI 2.13
communities of practice, CoP 2.75
competency 2.30
competitive intelligence 2.2
content management 2.85
corporate memory 2.32
culture 2.33
customer relationship management, CRM 2.83
data 2.14
data mining 2.67
data warehouse 2.89
document 2.16
document management 2.50
e- 2.17
e-learning 2.94
e-mail 2.93
enterprise knowledge portal 2.57
environment scanning 2.1
epistemology 2.82
evidence-based practice 2.60
expertise directories 2.29
explicit knowledge 2.88
governance 2.39
information 2.27
information architecture 2.5
information audit 2.26
information management 2.84
innovation 2.23
innovation index 2.22
innovator index 2.21
intangible assets 2.42
integrated service delivery 2.61
intellectual capital 2.24
intellectual property 2.25
interoperability 2.73
know-how 2.18
knowledge 2.20
knowledge assets 2.65
knowledge audit 2.6
knowledge base 2.7
knowledge centre 2.90
knowledge champions 2.34
knowledge ecology 2.91

knowledge elements 2.95
knowledge enabled organisation 2.49
knowledge enablers 2.96
knowledge harvesting 2.68
knowledge infrastructure 2.28
knowledge initiative 2.63
knowledge management 2.37
knowledge management systems 2.71
knowledge management vision 2.62
knowledge manager 2.36
knowledge mapping 2.53
knowledge officer, CKO 2.66
knowledge sharing 2.44
knowledge strategy / knowledge management strategy 2.79
knowledge worker 2.64
knowledge-based economy 2.92
know-who 2.19
learning organisation 2.51
m- 2.35
mentoring 2.41
metadata 2.38
narrative 2.48
network-centric 2.69
networked organization 2.52
network-enabled government 2.86
ontology 2.46
operational knowledge 2.47
organizational capability 2.11
organizational capacity 2.59
organizational complexity 2.72
organizational learning 2.45
organizational sustainability 2.87
portals 2.58
records 2.54
records management 2.55
SECI; Socialisation, Externalisation, Combination, Internalisation 2.40
social network analysis, SNA 2.4
storytelling 2.56
subject-matter expert 2.78
tacit knowledge 2.43
taxonomy 2.80
thesaurus 2.81
usability 2.12

УДК 001.4:65.011.56.002:001.9:006.354 ОКС 01.040.03, 03.100.99

Ключевые слова: менеджмент знаний, инновационный менеджмент, система менеджмента знаний

Редактор *А.Е. Петросян*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *М.И. Першина*
Компьютерная верстка *Е.О. Асташина*

Сдано в набор 17.10.2016. Подписано в печать 25.10.2016. Формат 60×84 1/8. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 2,79. Уч.-изд. л. 2,52. Тираж 43 экз. Зак. 2643.
Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

Издано и отпечатано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru