

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>
Выпуск 6 (25) 2014 ноябрь – декабрь <http://naukovedenie.ru/index.php?p=issue-6-14>
URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/89EVN614.pdf>
DOI: 10.15862/89EVN614 (<http://dx.doi.org/10.15862/89EVN614>)

УДК 330:37

Денисова Ольга Викторовна

ГБОУ ВПО «Волгоградский государственный медицинский университет
Министерства здравоохранения Российской Федерации»
Россия, Волгоград¹
Старший преподаватель
Кандидат экономических наук
E-Mail: olkav@mail.ru
РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=637578

Ситникова Светлана Евгеньевна

ГБОУ ВПО «Волгоградский государственный медицинский университет
Министерства здравоохранения Российской Федерации»
Россия, Волгоград
Старший преподаватель
E-Mail: ses1113@yandex.ru
РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=628234

Основные факторы и направления роста спроса на знания в условиях инновационной экономики

¹ 400131, Россия, г. Волгоград, площадь Павших Борцов, д. 1

Аннотация. В современных условиях конкурентоспособность как отдельно взятого предприятия, так и экономики в целом основана на активном внедрении инноваций. Эффективность внедрения инноваций во многом зависит тех знаний, которыми «вооружены» люди, задействованные в этом процессе. Поэтому приобрела актуальность проблема определения спроса на знания в условиях инновационной экономики.

В статье анализируются свойства товара «знание», раскрываются характеристики спроса на знания в условиях инновационной экономики, обосновывается необходимость интеграции науки, образования и бизнеса при коммерциализации инноваций. Исследуются возможности роста спроса на знания как со стороны предприятий, так и со стороны населения. Фирмы заинтересованы в приобретении знаний в целях усиления инновационной активности для повышения конкурентоспособности. Население стремится к непрерывному образованию для удовлетворения потребностей в карьерном росте, оптимизации структуры потребления товаров и услуг, соображения безопасности, ради собственного удовольствия.

Статья имеет теоретическую значимость, и может быть использована для дальнейших исследований в области инновационной экономики и экономики знаний. Практическая значимость данной статьи проявляется в возможности ее использования государственными органами и предприятиями для создания системы распространения и аккумуляции знаний.

Ключевые слова: знание; спрос на знания; стоимость знания; потребительная стоимость знания; инновации; инновационная экономика; инновационная активность; коммерциализация инноваций; инновационный потенциал; субъекты спроса на знания.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Денисова О.В., Ситникова С.Е. Основные факторы и направления роста спроса на знания в условиях инновационной экономики // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» 2014. № 6
<http://naukovedenie.ru/PDF/89EVN614.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI:
10.15862/89EVN614

В современном обществе возрастает роль знания и как ресурса развития человека, и как фактора повышения конкурентоспособности предприятия. Существуют различные направления использования знаний. Это и внутреннее использование на предприятиях, и использование для образования и самообразования населения. В первом случае спрос на знания предъявляют предприятия. Во втором - знания приобретают характер товаров и услуг, на которые предъявляется спрос со стороны населения.

Согласно самым общим определениям, знания представляют собой концентрированную и общественно (либо лично или коллективно) апробированную информацию, формирующую своеобразную микромодель окружающего мира [6, с. 28]. Знания — это одушевленная, осознанная, внутренне скоординированная и концентрированная информация. Однако из этого определения не понятно, что представляют собой знания как товар, продукт чьего-то труда, на который может быть предъявлен спрос. Знание как совокупность субординированных фактов или суждений, представляющих собой аргументированное утверждение или экспериментальный результат, способный быть переданным другим людям с использованием средств связи в определенной систематической форме [5, с. 235]. Знания представляют собой слова, факторы, примеры, события, правила, гипотезы или модели, которые расширяют понимание процессов и явлений и возможности их практического использования в определенной области деятельности [7, с. 60]. Это осмысленные и классифицированные факты и данные, теоретические концепты, процедуры получения информации и данных, примеры и способы объяснения и т.д. Они могут передаваться в виде инструкций, принципов, структурированной информации, а также с помощью традиций и тренингов [1, с. 57].

Для того чтобы рассмотреть знание как товар, необходимо коснуться выявления его стоимости, т.е. овеществленного труда производителя. А также потребительной стоимости как способности удовлетворять какую-либо потребность человека.

Проанализировав данное выше определение знания, можно заключить, что его стоимость возникает в результате затрачивания труда автора (или коллектива авторов) на осуществление следующих процедур:

1. Концентрация информации (сбор);
2. Апробация информации (проведение аналитических процедур по ее переработке);
3. Формирование микромодели мира или определенной его части (заклучение выводов и выражение их в формате правил, инструкций, концепций и т.д.).

Автор (или коллектив авторов) в данном случае выступает производителем знания. Он затрачивает свой труд на его создание. Далее знание овеществляется в материальных носителях (книгах, статьях, инструкциях, компьютерных программах и т.д.) или транслируется в форме услуги как консультирование. В условиях таких отраслей экономики как наука, образование и консалтинг формируются общественно необходимые затраты труда на производство различных видов знаний. Хотя об общественно необходимых затратах можно говорить только на этапе анализа результатов ранее проведенных исследований и выработки знания, как продукта, пригодного для восприятия окружающими. Это может быть, например, этап написания книги или статьи по материалам проведенных исследований, написание образовательного курса или тренинга, получение знаний, достаточных для предоставления консультаций и т.п. Фундаментальные и прикладные исследования, а также практический опыт, выступающие базисом для создания новых знаний, являются слишком неоднозначными процессами для установления в них общественно необходимых затрат.

Потребительная стоимость знания определяется его применимостью для обучения выполнению какой-либо деятельности или процедуры, а также для расширения и углубления

представлений о мире, происходящих в нем процессах и явлениях. Например, потребительная стоимость образовательного курса или тренинга состоит в удовлетворении образовательных потребностей человека, сводимых к развитию соответствующего навыка или предоставлению новой информации с обязательным ее разъяснением. Потребительная стоимость учебника или энциклопедии сводится к предоставлению структурированной информации по заявленной отрасли науки. Научная статья призвана отобразить результаты исследований и выразить их достаточно полно и обосновано, чтобы читатель получил необходимые сведения об этих исследованиях и мог использовать их в своей исследовательской работе или для развития собственных представлений об окружающем мире.

Тогда спрос на знания – это спрос на переработанную и проанализированную автором информацию, представленную в виде текстового, аудио либо видеисточника, или устной либо письменной консультации. Спрос на такого рода товар предъявляют как предприятия, так и население.

Предприятия предъявляют спрос на знания в ходе внедрения инноваций и для повышения эффективности собственного персонала, путем его обучения.

Внедрение инноваций – это процесс, предполагающий возникновение существенных изменений в функционировании предприятия и в содержании деятельности его работников. Поэтому приходится привлекать внешних консультантов для обучения сотрудников работе с новым оборудованием и новой продукцией. Кроме того, выбор наиболее эффективного варианта для внедрения сопряжен с необходимостью поиска профессиональных и научных знаний.

Поэтому в условиях становления и развития инновационной экономики приобретает новый смысл термин «знание». Теперь под знанием понимается тот самый индивидуальный набор качеств (профессиональных и личностных), формируемый самим человеком в результате поиска, оценки и осмысления информации из различных источников и потому неотделимый от него, и делающий конкретного индивида уникально ценным специалистом [3, с. 40].

Ключевым условием успешного разрешения данной проблемы является интеграция науки, образования и бизнеса.

Осуществляя финансирование научно-исследовательской деятельности вуза или приобретая готовую разработку, предприятия становятся мощным рычагом для продвижения инноваций вуза. Научно-исследовательские работы, которые проводятся по заказу предприятий, как правило, направлены на получение новых знаний, открытие новых сфер их применения, экспериментальное использование продуктов инновационной деятельности в производстве. Успешное проведение таких работ может оказать помощь в создании совместных лабораторий (предприятия и вуза), специализированных научно-образовательных и технологических центров в университетах.

Однако в настоящее время большая часть предприятий не в состоянии позволить себе приобрести услуги вузовской науки. В сложившихся условиях именно государство должно выступать спонсором и координатором размещения заказов на научно-исследовательские работы.

Выходом из сложившейся ситуации является создание в отдельных отраслях специализированных фондов, которые смогут использовать бюджетные средства для целевого финансирования исследований и разработок. Это помогло бы преобразовать механизмы финансирования науки и децентрализовать принятие решений по вопросам финансирования разработок.

В перспективе в целях развития предпринимательской структуры возможно использовать заинтересованность инвесторов в приобретении прав на инновационную продукцию или участия в формировании капитала такого предприятия [8, с. 30].

Предприятия можно дополнительно заинтересовать, например, путем создания для них стимулов в виде освобождения от налога на прибыль тех средств, которые будут затрачены на проведение научных исследований. Участвуя в продвижении научных разработок вуза, предприятия получают для себя следующие выгоды:

- сохраняют и наращивают инновационный потенциал;
- расширяют инновационную активность;
- увеличивают инвестиционную привлекательность благодаря развитию перспективных технологий [9, с. 48].

Также предприятие предъявляет внутренний спрос на знания своих сотрудников. Концентрация этих знаний способствует внутреннему инициированию инноваций и оптимизации функционирования предприятия. Действующие работники организации близки к производственному процессу и поэтому в наибольшей степени осведомлены о проблемах и потребностях своего работодателя. Поэтому они имеют максимальные возможности для создания востребованного на данном предприятии знания. Для получения и использования знаний собственных сотрудников на предприятии необходимо выстроить эффективную систему коммуникаций, а также систему стимулирования инициативы работников к выражению своих идей и принятию ответственности за их внедрение в практику. Такие меры сами по себе являются организационными и управленческими инновациями. Следует отметить, что инновационная деятельность всегда провоцирует возрастание спроса на знания, поэтому экономика знаний – это составляющая инновационной экономики.

Применение знаний для обучения персонала способствует улучшению его функционирования, а, следовательно, повышению эффективности деятельности предприятия в целом. При этом обучение проводится с целью внедрения как внешнего позитивного опыта, так и опыта наиболее эффективных собственных сотрудников [10, с. 71]. Однако поскольку обучение персонала предприятием всегда сопряжено с определенными как явными (в денежном выражении) так и неявными (виде затрат рабочего времени сотрудников на обучение и часов простоя оборудования) затратами, то предприятия часто на нем экономят. При этом работодатели стремятся использовать меры стимулирования персонала к самостоятельному обучению и развитию за собственный счет в свободное от работы время. В этом случае спрос на знания, востребованные в профессиональной деятельности, предъявляют сами работники для удовлетворения следующих собственных потребностей:

1. Потребности карьерного роста, связанные с расширением профессиональных обязанностей. Если работодатель ставит своих сотрудников в условия конкуренции за получение повышения и доступ к более высокой должности, то работники, желая карьерного роста, вынуждены будут самостоятельно повышать свою квалификацию.

2. Потребности соответствия, связанные с необходимостью адаптации к изменениям, происходящим в профессиональной деятельности.

Население, как еще один субъект, предъявляет спрос на знания для собственного профессионального образования, повышения квалификации, а также для оптимизации собственного потребления, из соображений безопасности или просто ради удовольствия.

Любая современная профессиональная деятельности предполагает первоначальное получение будущим работником образования. При этом минимально необходимая сумма знаний и время, затраченное на ее получение, различается в зависимости от профессиональной сферы. Спрос со стороны населения на знания для собственного профессионального образования удовлетворяется учебными заведениями различных уровней (вузы, ссузы). На этом этапе именно учебное заведение в большей степени несет ответственность за результаты образования, т.е. качество знаний выпускников [2, с. 69].

Повышение квалификации может быть как формальным, так и неформальным. Формальное повышение квалификации удостоверяется документально дипломами, сертификатами, справками и т.д. Неформальное повышение квалификации не подтверждается ни чем, кроме знаний, умений и навыков человека. Неформальное повышение квалификации происходит посредством изучения специальной литературы, аудио и видеоисточников, получения консультаций и т.д. Эти знания в текстовом либо ином формате предоставляются как единичными авторами или коллективами авторов, являющимися специалистами в соответствующих областях, так и обучающими организациями (тренинговые центры, профессиональные школы и т.п.). В современных условиях человеку требуется постоянное повышение квалификации, поэтому образование принимает непрерывный характер.

В России непрерывное образование тоже набирает популярность, что говорит об усложнении трудовой и социальной жизни населения и возрастании спроса на знания (табл. 1).

Таблица 1

**Участие населения в непрерывном образовании
 (в процентах от числа опрошенных в возрасте 15-64 лет)**

Виды непрерывного образования	2006	2008	2010	2012
Всего участвовали за последние 12 месяцев	22,4	24,8	30,4	27,3
В том числе по видам непрерывного образования:				
Формальное образование	4,5	2,7	2,4	2,7
Послевузовское	0,2	0,2	0,1	0,2
Высшее профессиональное	2,3	1,4	1,8	1,8
Среднее профессиональное	1,3	0,4	0,3	0,1
Начальное профессиональное	0,3	0,4	0,1	0,8
Дополнительное образование	8	12,1	14,8	13,5
Курсы повышения квалификации	4,6	5,4	8,2	6,3
Профессиональные конференции, семинары, тренинги на регулярной основе	1,5	1,4	3,2	3,7
Единовременные (разовые) профессиональные лекции, конференции, семинары, тренинги	1,1	3,2	2,8	4,7
Профессиональные курсы (для получения новой профессии)	1,6	1,6	2	1,3
Любительские курсы (домоводства, кройки и шитья, водительские и т.п.)	0,9	2,3	1,8	2,1
МВА (Мастер делового администрирования)	0	0	0,2	0,5
Частные уроки с преподавателем, инструктором	-	-	0,3	1,4
Самообразование	17,4	20,9	24,4	24,4
Занимались самообразованием с использованием печатных материалов (профессиональных книг, журналов и т.п.)	12,7	12,8	13,6	15,4
Посещали заведения, ориентированные на передачу знаний, включая библиотеки	6,3	4,4	-	-
Посещали центры обучения	-	-	2,8	2,6
Посещали музеи, культурно-исторические, природные и промышленные объекты	-	-	2,8	5,2
Слушали/смотрели учебные передачи по радио, ТВ	2	3,1	3,8	4,3
Обучались с использованием аудио- или видеозаписей	-	-	2,1	3,6
Обучались с использованием компьютеров и других технических средств	2,9	3,1	-	-
Проходили онлайн Интернет-обучение	-	-	7,9	4,6
Обучались под руководством наставников, коллег на своем рабочем месте	3,7	5,6	5,1	4,2
Приобретали полезные навыки (например, работы с компьютерными программами, вождения автомобиля, шитья, вязания и т.п.) под руководством друзей или членов семьи	-	-	5,6	5,1

Источник: [4, с. 33]

Как видно из таблицы 1, доля населения, занимающаяся своим текущим непрерывным образованием, имеет тенденцию к росту и с 2006 по 2012 года она выросла с 22,4 до 27,3%. При этом доля формального образования очень мала 2,7%. В качестве дополнительного образования

наибольшей популярностью пользуются курсы повышения квалификации и профессиональные конференции, семинары и тренинги. Максимальной популярностью в России пользуется самообразование населения с помощью книг, телепередач и посредством Интернета.

Вторая цель для поиска знаний – это оптимизация потребления населения. Оптимизация собственного потребления человека заключается в приобретении товаров и услуг с наилучшим сочетанием цены и качества. Достижение оптимизации потребления происходит путем: 1) получения чужих знаний о предлагаемом ассортименте товаров и услуг на рынке; а также 2) расширения границ доступного рынка и получения доступа к новым его сегментам (покупки в Интернете, заказы по почте и т.д.).

Знания пользователей о предлагаемом ассортименте товаров и услуг выражаются либо в отзывах покупателей о продукте или услуге, либо в обзорных статьях журналистов, проанализировавших всю доступную информацию об отдельном продукте или о товарной группе. И отзывы, и обзорные статьи представляют собой концентрированную и лично апробированную информацию, т.е. знания. На эти знания предъявляют спрос потребители в процессе выбора оптимальных для себя товаров и услуг.

Расширение границ доступного рынка и получение доступа к новым его сегментам возможно в основном при помощи Интернета. Для выполнения эффективного выбора товаров, размещения заказов, осуществления платежей и получения покупок потенциальный потребитель должен располагать необходимыми знаниями о принципах работы интернет-магазинов, платежных сервисов и служб доставки. Кроме того, ему необходимы определенные навыки для того, чтобы ориентироваться в информации о предлагаемых продуктах и анализировать ее. Поэтому население предоставляет спрос и на эти знания.

Соображения безопасности предполагают заботу человека о своей жизни, здоровье, избегании проблем и неприятностей, поскольку мир социально и технологически усложняется. Появляются новые товары и услуги, которые неизбежно имеют отрицательное влияние на организм, люди начинают больше путешествовать по миру, где также таится немало угроз, кроме того выявляются новые заболевания и методы их лечения. Поэтому соображения безопасности заставляют человека углублять свои знания физики, химии, биологии, приобретать минимум медицинских знаний. Подготовка к путешествиям предполагает изучение социально-экономической, политической и криминогенной ситуации в стране назначения, а также безопасность для здоровья местной кухни. В данном случае спрос на знания со стороны населения будет включать спрос на текстовые, аудио или видео материалы по соответствующим профессиональным областям или отраслям знания, адаптированные на неподготовленную аудиторию, не имеющую специальных знаний, в том числе знания иностранных языков, и не владеющую специальной терминологией.

Спрос на знания ради собственного удовольствия предполагает спрос на широкий ассортимент текстовых, аудио или видео материалов, соответствующих интересам субъекта, и направленных на удовлетворение потребности в повышении собственной образованности и эрудиции в областях, соответствующих интересам субъекта.

Таким образом, на современном этапе существенно возрастает спрос на знания как со стороны предприятий, так и со стороны населения. Анализ направлений повышения спроса на знания позволил заключить, что основным фактором повышения спроса на знания со стороны предприятий выступает их инновационная активность. Возрастание спроса на знания со стороны населения продиктовано в первую очередь социальным и техническим усложнением окружающего мира, а также высокой конкуренцией на рынке труда за престижные рабочие места и высокие должности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гапоненко, А. Контуры наукоемкой экономики [Текст] / А. Гапоненко // Экономист. – 2005. - №10. - С.56-66.
2. Денисова, О.В. Противоречия целей системы высшего образования в России и пути их гармонизации [Текст] / О.В. Денисова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. - № 41(134) – С. 66-72.
3. Денисова, О.В. Тенденции развития системы высшего образования России в условиях формирования экономики, основанной на знаниях [Текст] // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. - 2012. - № 1 (20). - С. 39-44.
4. Индикаторы образования: 2013 [Текст] : статистический сборник. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. – 280 с. - ISBN 978-5-9904002-3-8.
5. Иноземцев, В.Л. За пределами экономического общества: Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире [Текст] / В. Л. Иноземцев. — М.: Academia : Наука, 1998. – 639 с. - ISBN 5-87444-066-6.
6. Макаров, В.Л. Микроэкономика знаний [Текст] / Макаров В.Л., Клейнер Г.Б. - М. : Экономика, 2007. – 204 с. - ISBN 978-5-282-02710-5.
7. Мильнер, Б.З. Управление знаниями в корпорациях [Текст] : Учебное пособие / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З. Мильнера. – М. : Дело, 2006. – 304 с. - ISBN 5-16-001668-6.
8. Мосейко, В.О. Определение инновационного потенциала предприятия на основе факторного подхода [Текст] / Мосейко В.О., Князев С.А. // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3, Экономика. Экология. – 2008. – № 2 (13). – С. 27-33.
9. Ситникова, С.Е. Особенности коммерциализации продуктов инновационной деятельности высших учебных заведений [Текст] // European Social Science Journal. - 2013. - № 11-2 (38). – С. 46-50.
10. Соболева, С.Ю. Применение процессного подхода в управлении образовательными программами медицинского университета [Текст] / С.Ю. Соболева, Мандриков В.Б. // Оптимизация высшего медицинского и фармацевтического образования: менеджмент качества и инновации: материалы II Всероссийской (V внутривузовской) научно-практической конференции, посвященной Дню российской науки. – Челябинск: Издательство Южно-Уральского государственного медицинского университета, 2014. – С. 66–74. - ISBN 978-5-94507-207-7.

Denisova Olga Viktorovna
The Volgograd State Medical University
Russia, Volgograd
E-Mail: olkav@mail.ru

Sitnikova Svetlana Evgen'evna
The Volgograd State Medical University
Russia, Volgograd
E-Mail: ses1113@yandex.ru

Major factors and the directions of increase in demand |for knowledge in the conditions of innovative economy

Abstract. In modern conditions competitiveness of firms and economy in general is based on active implementation of innovations. Efficiency of implementation of innovations depends on knowledge.

Properties of goods "knowledge", characteristics of demand for knowledge in the conditions of innovative economy are analyzed in article. The article is devoted to the importance of integration of science, education and business at commercialization of innovations. Possibilities of increase in demand for knowledge are investigated both from the enterprises, and from the population. Firms are interested in acquisition of knowledge for strengthening of innovative activity for competitiveness. The population seeks for continuous education for satisfaction of needs for career development, optimization of structure of consumption of goods and services, a safety reason, for the sake of own pleasure.

Article has the theoretical importance, and can be used for further researches in the field of innovative economy and economy of knowledge. The practical importance of this article is shown in possibility of its use by government bodies and enterprises for creation of system of distribution and accumulation of knowledge.

Keywords: knowledge; demand for knowledge; knowledge cost; use value of knowledge; innovations; innovative economy; innovative activity; commercialization of innovations; innovative potential; subjects of demand for knowledge.

REFERENCES

1. Gaponenko, A. Kontury naukoemkoy ekonomiki [Tekst] / A. Gaponenko // Ekonomist. – 2005. - №10. - S.56-66.
2. Denisova, O.V. Protivorechiya tseley sistemy vysshego obrazovaniya v Rossii i puti ikh garmonizatsii [Tekst] / O.V. Denisova // Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'. – 2011. - № 41(134) – S. 66-72.
3. Denisova, O.V. Tendentsii razvitiya sistemy vysshego obrazovaniya Rossii v usloviyakh formirovaniya ekonomiki, osnovannoy na znaniyakh [Tekst] // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 3, Ekon. Ekol. - 2012. - № 1 (20). - S. 39-44.
4. Indikatory obrazovaniya: 2013 [Tekst] : statisticheskiy sbornik. – M.: Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki», 2013. – 280 s. - ISBN 978-5-9904002-3-8.
5. Inozemtsev, V.L. Za predelami ekonomicheskogo obshchestva: Postindustrial'nye teorii i postekonomicheskie tendentsii v sovremennom mire [Tekst] / V. L. Inozemtsev. — M.: Academia : Nauka, 1998. – 639 s. - ISBN 5-87444-066-6.
6. Makarov, V.L. Mikroekonomika znaniy [Tekst] / Makarov V.L., Kleyner G.B. - M. : Ekonomika, 2007. – 204 s. - ISBN 978-5-282-02710-5.
7. Mil'ner, B.Z. Upravlenie znaniyami v korporatsiyakh [Tekst] : Uchebnoe posobie / Pod red. d-ra ekonom. nauk, prof. B.Z. Mil'nera. – M. : Delo, 2006. – 304 s. - ISBN 5-16-001668-6.
8. Moseyko, V.O. Opredelenie innovatsionnogo potentsiala predpriyatiya na osnove faktornogo podkhoda [Tekst] / Moseyko V.O., Knyazev S.A. // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 3, Ekonomika. Ekologiya. – 2008. – № 2 (13). – S. 27-33.
9. Sitnikova, S.E. Osobennosti kommertsializatsii produktov innovatsionnoy deyatel'nosti vysshikh uchebnykh zavedeniy [Tekst] // European Social Science Journal. - 2013. - № 11-2 (38). – S. 46-50.
10. Soboleva, S.Yu. Primenenie protsessnogo podkhoda v upravlenii obrazovatel'nymi programmami meditsinskogo universiteta [Tekst] / S.Yu. Soboleva, Mandrikov V.B. // Optimizatsiya vysshego meditsinskogo i farmatsevticheskogo obrazovaniya: menedzhment kachestva i innovatsii: materialy II Vserossiyskoy (V vnutrivuzovskoy) nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy Dnyu rossiyskoy nauki. – Chelyabinsk: Izdatel'stvo Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo meditsinskogo universiteta, 2014. – S. 66–74. - ISBN 978-5-94507-207-7.