

Н. С. Павлова

Республиканский институт высшей школы, Минск

А. В. Данильченко

Белорусский национальный технический университет, Минск

N. S. Paulava

National Institute for Higher Education, Minsk

A. V. Danilchanka

Belarusian National Technical University, Minsk

УДК 338.462

О ФОРМАХ И МОДЕЛЯХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

FORMS AND MODELS OF INTERNATIONALISATION OF HIGHER EDUCATION SERVICES

На основе анализа существующих моделей интернационализации услуг в сфере высшего образования (ВО) обоснована с учетом четырех способов торговли услугами в соответствии с Генеральным соглашением по торговле услугами (ГАТС) собственная классификация форм и видов интернационализации и разработана авторская модель активной интернационализации услуг высшего образования.

Ключевые слова: интернационализация высшего образования; интернационализация образовательных услуг; пассивная и активная интернационализация; модели интернационализации услуг высшего образования.

On the basis of analysis of existing models of internationalization of higher education services, a classification of forms and types of internationalization of higher education services was created in accordance with the four GATS trade modes; and the author's model of internationalization of higher education services was proposed.

Keywords: internationalisation of higher education; internationalisation of education services; passive and active internationalization; models of internationalization of higher education.

Интернационализация услуг высшего образования становится ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность как отдельных учреждений высшего образования (УВО), так и стран в глобальной экономике. Фрагментарность современных исследований процесса интернационализации ВО в экономическом контексте, отсутствие единой терминологии в определении ее форм и разновидностей, которые содержатся в отчетной документации международных организаций, администрации УВО и научных статьях зарубежных и отечественных авторов, затрудняют систематизацию знаний в данной области и прогнозирование экономических отношений в процессе интернационализации услуг ВО. Все это препятствует разработке обоснованных стратегий интернационализации как для отдельных УВО, так и для органов государственной власти (см.: [1]).

Цель данного исследования – формирование системного экономического подхода к определению форм и разновидностей интернационализации

услуг высшего образования на основе анализа содержания моделей интернационализации услуг в сфере ВО, в результате которого будут обоснованы, во-первых, типология и характеристика форм и видов интернационализации услуг ВО в соответствии с ГАТС, во-вторых, модель активной интернационализации услуг ВО, отражающая степень интернационализации и использования ресурсного потенциала УВО в рамках существующих форм и видов интернационализации.

Анализ моделей интернационализации высшего образования, представленных в работах русско- и англоязычных авторов с начала 1990-х гг., показал, что теоретическим основанием большинства из них выступает стратегический подход, а критериями – уровень акторов-инициаторов решений (академический или административный); степень активности и заинтересованности в организации процесса интернационализации; факторы, влияющие на выбор формы интернационализации; степень зависимости от ресурсного капитала УВО, и др. (таблица 1).

Следует отметить, что объектами большинства моделей выступают англоязычные УВО, которые функционируют в высоко конкурентной борьбе за потребителей – иностранных студентов, что объясняет выбор исследователей в пользу стратегического подхода к объяснению процесса интернационализации. Поскольку задачей данного исследования является систематизация и характеристика форм интернационализации услуг ВО, наиболее близкими к ее решению представляются четыре стадийные модели. Фокус модели Джиянга и Карпентера (12) концентрируется на объяснении процесса интернационализации УВО при помощи традиционных теорий интернационализации деловой активности и перечисления всех возможных видов предоставления образовательных программ в рамках местной, партнерской сетевых стадий и стадии создания зарубежного филиала, однако без указания степени интернационализации каждого из указанных видов [2]. Модель Ли и Робертс (13), показывая иерархическую смену видов интернационализации, не связывают их с формами интернационализации [3]. Поскольку их концепция построена на результатах исследования интернационализации британских вузов в Китае (спецификой которых является высокоразвитый франчайзинг внутри страны и на международном уровне), то они ставят франчайзинг на ступень раньше совместных образовательных программ, что противоречит иерархии форм интернационализации деловых услуг. В модели Яровой (9) также отсутствует разграничение форм и видов интернационализации услуг ВО и представлен не полный перечень последних [4].

Анализ концептуальных оснований и понятийный аппарат моделей интернационализации показал, что они базируются на разнообразных критериях и подходах, затрудняя их научную систематизацию. С другой стороны, это требует дополнительного обоснования исходных посылок, критериев и признаков для разработки синтезированной модели интернационализации услуг ВО.

Модели интернационализации высшего образования

№	Наименование модели (автор, год возникновения)	Концептуальные основания
1	Модель инициации интернационализации Нив (Neave, 1992)	Два уровня акторов, запускающих процесс интернационализации УВО: управленческий и академический
2	Матричная модель степени интернационализации Дейвиз (Davies, 1992)	4 подхода к интернационализации в зависимости от комбинации двух факторов: рыночной позиции вуза (периферия/центр) и отношения к интернационализации (пассивное/активное)
3	Циклическая 6-фазная модель интернационализации вуза Найт и де Уит (Knight, De Wit, 1995)	Цикл интернационализации состоит из шести фаз (в основе цикла – создание поддерживающей культуры внутри организации): осознание необходимости интернационализации, привлечение стейкхолдеров, планирование, операционная деятельность, оценка результатов, вознаграждение и закрепление результатов
4	Модель интернационализации учебной программы Ван дер Венде (Van der Wende, 1996)	Трёхуровневая система интернационализации четырех составляющих учебной программы: объем учебной программы (от 1 модуля до полной учебной программы специальности), направленность программы (от моно до междисциплинарности), условия развития (от национального до международного уровня) и целевая аудитория (от местных студентов до смешения местных и международных студентов).
5	Фрактальная 6-стадийная модель интернационализации Рудзки (Rudzki, 1998)	6 стадий: 1) анализ внутренних и внешних условий, 2) выбор между активным или пассивным подходом к интернационализации, 3) выбор между экономико-политическими или культурно-образовательными мотивами, 4) непосредственные действия, охватывающие процессы организационных изменений, внедрения инноваций в учебные программы, развития персонала и мобильности студентов, 5) мониторинг и оценка результатов, 6) внесение коррективов.
6	Бизнес-модель конкурентного преимущества вуза и выбора зарубежного рынка для интернационализации Маззарол (Mazzarol, 1998)	Выбор зарубежного рынка предопределяется не столько наличием опыта в торговле услугами и психологическим расстоянием (идея успешальной модели), сколько ответом вуза на рыночный спрос. Шесть конкурентных преимуществ УВО включают 1) бренд, 2) формирование коалиций, 3) формы коммерческого присутствия за рубежом, 4) организационную экспертизу, 5) организационную культуру, 6) эффективное использование информационных технологий.

№	Наименование модели (автор, год возникновения)	Концептуальные основания
7	Модель стратегий интернационализации Аюби и Массуд (Ayoubi, Massoud, 2007)	Двухфакторная модель, отражающая взаимосвязь между высоким и низким Уровнем стратегического намерения интернационализироваться (измеряемым документально) и высоким и низким результатом интернационализации, измеряемым количественными статистическими показателями (процент международных студентов, процент дохода вуза, генерируемого международными студентами и рыночной долей международных студентов среди первокурсников).
8	Ресурсная модель выбора способа выхода на зарубежный рынок образовательных услуг Найду (Naidoo, 2010)	Выбор способа выхода на зарубежный рынок образовательных услуг определяется ресурсным потенциалом учебного заведения (организационные способности, включающие ноу-хау и опыт, организационную культуру, финансовый и репутационный капитал) и институциональной дистанцией с целевой страной.
9	Модель последовательной интернационализации деятельности вуза Яровой (2010)	Модель отражает следующие формы (расположены в порядке возрастания степени интернационализации деятельности вуза и его потребности в финансовом, научном, кадровом и инновационном капитале): экспорт образовательных услуг (академическая мобильность), совместные образовательные и научно-исследовательские проекты, образовательный франчайзинг, тайнинг-партнерство (разработка совместных образовательных программ), создание совместных университетских кампусов, создание зарубежной филиальной сети, создание образовательных центров за рубежом (аутсорсинг) и международных образовательных альянсов.
10	Модель экстернальной интернационализации деятельности вуза Елкиной (2010)	Выделила интернальную (внутринаправленную) и экстернальную (внешненаправленную) интернационализацию и на основе Упсальской модели выявила 5 стадий диверсификации способов выхода на рынок: рекрутинг иностранных студентов в страну базирования, дистанционное обучение иностранных студентов, совместные коммерческие программы, франчайзинговые соглашения и филиал за рубежом.
11	Модель всеохватывающей интернационализации Гулзик (Hudzik, 2011)	Интернационализация – институциональная необходимость активного внедрения международного аспекта в триединую миссию университета: преподавание, исследование, исследовательскую деятельность и предоставление услуг.
12	Динамическая модель выхода на образовательный рынок Джанг и Карпентер (Jiang, Carpenter, 2011)	Модель объединяет бизнес-теории интернационализации (транзакционных издержек, агентский, ресурсный и OLI подходы) и стадии развития интернационализации высшего образования (местная, партнерская и зарубежный филиал) и показывает варианты выхода на рынок и соответствующие им формы предоставления образовательных программ, а также зоны развития.

№	Наименование модели (автор, год возникновения)	Концептуальные основания
13	Стадийная модель интернационализации Ли и Робертс (Li, Roberts, 2012)	На основе Упсальской модели показана поэтапная смена способов выхода британских вузов на рынок КНР по мере нарастания их приверженности к китайскому рынку (экспорт, валидация, франчайзинг, совместные программы и совместный вуз).
14	Модели систем высшего образования по типу стимулирования экспорта услуг ВО (Айдрус, Горшкова, 2015)	3 модели: 1) традиционная (страны-лидеры: Великобритания, Германия, Франция, США, Австралия, Новая Зеландия, Россия), 2) догоняющая (Китай, Малайзия, Сингапур, ЮАР) и 3) новый тип (свободные экономические зоны – Бахрейн, Катар, ОАЭ).
15	Модель стратегии интернационализации германских вузов Бремера (Bremet, 2018)	3 стратегии в зависимости от репутации: 1) глобальное лидерство (рейтинг), 2) оптимизация статуса кво, предполагающая постепенный процесс внедрения инноваций и улучшения процессов и 3) нишевый подход, связанный с развитием уникального подхода в определенной научной области.
16	Кластерная модель как фактор увеличения экспорта услуг высшего образования Защитиной (2019)	Модель создания образовательного кластера для более эффективного экспорта высшего образования РФ в пассивной (внутренней интернационализации), активной (на основе программ совместных и двойных дипломов, открытия филиалов за рубежом и в рамках сетевых вузов) и дистанционной формах.
17	Стадийная бизнес-модель создания зарубежного кампуса как способа выхода на рынок Гирдияускайте (Girdziuskaite, 2020)	Три стадии выхода на зарубежный рынок посредством создания филиала с учетом внутренних и внешних факторов: выбор целевой страны, анализ (разработка нового или модификация) и выбор конкурентоспособного образовательного продукта и планирование стратегии выхода на рынок.
18	Модель создания зарубежного кампуса Дейвис и Хайки (Davies, Hickey, 2022)	Уровень успешности создания зарубежного кампуса зависит от ряда операционных, финансовых, академических, лидерских и стратегических факторов.

Источник: разработка автора на основе статей Web of Science и elibrary.

На основании моделей выхода на зарубежный рынок по Холленсену (экспортную, промежуточную и иерархическую) [5] и классификации видов заграничной деловой активности Х. Майснера и С. Гербера [6, с. 70] нами будут далее выделены и систематизированы формы и виды интернационализации услуг ВО по критерию их соответствия четырем способам торговли услугами по ГАТС. При этом будем учитывать две формы проявления интернационализации: активную и пассивную в зависимости от целенаправленного или непреднамеренного характера вовлечения УВО в конкурентный международный рынок образовательных услуг, включающий в себя внутренний (отечественный/национальный) и зарубежные рынки других стран. В первом случае активная деятельность УВО направлена на зарубежный рынок, поиск и предоставление образовательных услуг иностранным гражданам. При пассивной интернационализации УВО на внутреннем рынке сталкиваются с конкуренцией со стороны иностранных вузов за отечественных студентов. Они вынуждены предпринимать шаги для повышения собственной конкурентоспособности услуг на внутреннем рынке путем импорта ноу-хау, привлечения интеллектуального и финансового капитала у зарубежных вузов-экспортеров.

С точки зрения специфики организации процесса активной интернационализации услуг ВО, их содержания и ресурсного потенциала УВО, задействованного в их предоставлении, можно выделить его пять основных форм: прямой экспорт услуг ВО, экспортная кооперация, экспорт ноу-хау, экспорт интеллектуального капитала и экспорт финансового капитала (таблица 2).

Разработанная нами стадийная эволюционная модель интернационализации услуг ВО (рисунок 1), учитывающая идею ступенчатой интернационализации промышленных предприятий Майснера и классификацию заграничных систем бизнеса Дюльфера с учетом влияния окружающей среды и потенциального риска [6, с. 70, 73], отражает ступени интернационализации в порядке возрастания степени проникновения услуг УВО с внутреннего на зарубежные рынки с учетом спроса на его ресурсный потенциал (интеллектуальный, финансовый, репутационный, материально-технический). Модель демонстрирует ступени интернационализации от простейших к более сложным с точки зрения фактического переноса услуг ВО за рубеж: при прямом экспорте услуг ресурсный потенциал УВО используется исключительно на внутреннем рынке (поставляется зарубежным потребителям посредством онлайн-технологий либо путем их приезда в страну базирования УВО); экспортная кооперация как промежуточная форма активной интернационализации УВО включает последовательно косвенный и прямой экспорт совместных образовательных услуг между двумя вузами-партнерами и свидетельствует о частичном перемещении услуг на зарубежный рынок, что предшествует предоставлению за рубеж из совокупного ресурсного потенциала УВО ноу-хау и объектов интеллектуальной собственности, человеческого и финансового капитала.

Таблица 2

Характеристика форм активной интернационализации услуг высшего образования

Форма интернационализации	Вид услуги	Содержание процесса интернационализации и сферы ответственности УВО	Соответствие способам торговли услугами по ГАТС
Прямой экспорт услуг высшего образования через/без посредников (образовательных агентов)	Дистанционное (онлайн) предоставление услуг высшего образования зарубежным студентам	Отечественное УВО-поставщик программ дистанционного/онлайн-образования предоставляет образовательные услуги напрямую студентам, проживающим за рубежом. УВО-поставщик несет ответственность за содержание образовательной программы, процесс обучения, контроль и оценку учебной деятельности обучающихся и присуждение диплома.	Способ 1 – предоставление образовательной услуги студенту, находящемуся за границей государственной поставщика.
	Очное предоставление услуг высшего образования иностранным студентам-нерезидентам	Отечественное УВО-поставщик предоставляет образовательные программы на своей территории иностранным студентам, прибывшим из-за рубежа, несет ответственность за содержание образовательной программы, процесс обучения, контроль и оценку учебной деятельности обучающихся, присуждение диплома, а также за предоставление документации и контроль прибытия и зачисления иностранных студентов в соответствии с миграционными требованиями.	Способ 2 – перемещение студента за рубеж для потребления образовательной услуги.
Экспортная кооперация в рамках совместных образовательных программ	Очное предоставление услуг высшего образования иностранным студентам-нерезидентам в рамках артикуляционного соглашения об образовательных программах (о трансфере)	В рамках артикуляционного соглашения отечественное УВО-поставщик засчитывает часть образовательной программы, предоставляемой зарубежным УВО-партнером (1, 2 или 3 учебных года), как достаточную для перевода на 1, 2, 3 либо 4 учебный год программы УВО-поставщика с последующим присуждением диплома. Варианты соглашений: 1 + 3, 2 + 2, 3 + 1 (отражают количество лет обучения в зарубежном и отечественном УВО соответственно). Зарубежное УВО может привлекать на прохождение предоставляемой им части программы в рамках артикуляционного соглашения иностранных студентов из третьих стран, таким образом экспортируя собственные услуги высшего образования. УВО, выдающее диплом, несет ответственность за контроль соответствия части программы, пройденной в зарубежном УВО-	Способ 2

Форма интернационализации	Вид услуги	Содержание процесса интернационализации и сферы ответственности УВО	Соответствие способам торговли услугами по ГАТС
		партнере, собственным требованиям для трансфера, за обеспечение трансфера и продолжение учебной программы на своей территории с последующим присуждением собственного диплома.	Способ 2
	Очное предоставление услуг высшего образования иностранным студентам-нерезидентам в рамках коллаборативного соглашения о программах двойного или совместного диплома	Отечественное УВО согласует содержание образовательной программы с зарубежным УВО-партнером. Как правило, обучение проходит частично в зарубежном УВО, а частично – в отечественном УВО. По окончании программы присуждается два независимых диплома партнерских УВО либо один совместный диплом. Таким образом, отечественное УВО экспортирует услуги высшего образования студентам, прибывающим на обучение из зарубежного УВО, а зарубежное может экспортировать собственные услуги, привлекая на обучение по программе двойного или совместного диплома граждан третьих стран. Каждый из партнерских УВО несет ответственность за содержание своей части учебной программы, организацию и контроль учебного процесса и присуждение диплома.	Способ 2
Экспорт ноу-хау	Валидация (сертификация) услуг высшего образования зарубежного УВО	Отечественное УВО-валидатор (в результате мероприятий по проверке соответствия образовательным стандартам содержания образовательной программы, преподавания, контроля и оценки учебной деятельности обучающихся) признает образовательную программу, разработанную и предлагаемую зарубежным УВО-партнером, как достаточную для присуждения собственного диплома, т. е. «экспортирует» права на свой диплом. После успешного завершения валидированной образовательной программы в зарубежном УВО-партнере выпускник получает диплом УВО-валидатора. УВО-валидатор несет ответственность за соответствие образовательной программы УВО-партнера за рубежом собственным стандартам качества.	Способ 3 – перемещение поставщика за рубеж для предоставления образовательной услуги. Способ 4 – перемещение трудовых ресурсов поставщика за рубеж для предоставления образовательных услуг.

Форма интернационализации	Вид услуги	Содержание процесса интернационализации и сферы ответственности УВО	Соответствие способам торговли услугами по ГАТС
	Франчайзинг услуг высшего образования (частичный или полный) зарубежному УВО	Отечественное УВО-поставщик продает права на содержание образовательной программы и диплом зарубежному партнеру и несет ответственность за организацию образовательного процесса, сертификацию профессорско-преподавательского состава, контроль и оценку учебной деятельности обучающихся и признание собственного диплома.	Способ 3 Способ 4
Экспорт интеллектуального капитала	Лизинг профессорско-преподавательского и научного состава для предоставления услуг высшего образования зарубежному УВО	Отечественное УВО-поставщик командировует сотрудника (-ов) в зарубежное партнерское УВО для оказания услуг высшего образования и выполнения научных проектов. УВО-поставщик несет ответственность за содержание и качество предоставляемых услуг.	Способ 4
Экспорт финансового капитала	ПИИ за рубеж посредством учреждения совместного УВО с зарубежным партнером	Отечественное УВО инвестирует в создание на территории последнего совместного УВО, которое реализует образовательные программы, выпускающим которых выдается совместный либо диплом одного из учреждений. Ответственность за соответствие программы образовательным стандартам может лежать на одном или обоих учреждениях.	Способ 3 Способ 4
	ПИИ за рубеж посредством учреждения офшорного кампуса (филиала УВО)	Отечественное УВО инвестирует в создание на территории зарубежной страны подразделения в организационно-правовой форме филиала, имеющего и (или) новых образовательных программ. Отечественное УВО-поставщик несет ответственность за содержание образовательных программ, образовательный процесс, контроль и оценку учебной деятельности обучающихся и признание диплома. Для соответствия образовательных программ стандартам зарубежной страны может потребоваться дополнительная аккредитация.	Способ 3 Способ 4

Источник: разработка автора.

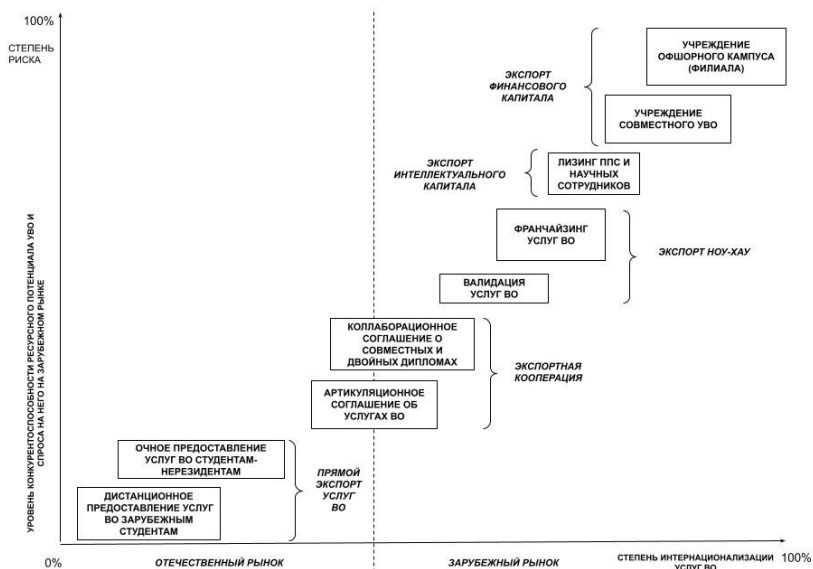


Рис. 1. Стадийная эволюционная модель активной интернационализации услуг высшего образования

Источник: оригинальная разработка.

Стадия прямого экспорта предполагает низкую степень интернационализации: ресурсный потенциал УВО остается на отечественном рынке и рекрутмент иностранных студентов в страну базирования в основном осуществляется посредством образовательных агентств, т. е. фактически интернационализация происходит на отечественном внутреннем рынке. А на самой ранней стадии дистанционного предоставления услуг степень вовлечения в международную деятельность минимальна, поскольку не требует ни использования посредников, ни перемещения иностранных потребителей услуг ВО из-за рубежа. Требуемый уровень конкурентоспособности ресурсного потенциала и спроса на услуги на международном рынке может быть самым низким из рассматриваемых пяти стадий, и объем спроса можно регулировать посредством улучшения взаимовыгодных отношений с агентами через расширение их сети и финансовое стимулирование активности.

Экспортная кооперация как следующая стадия интернационализации требует более высокого уровня конкурентоспособности ресурсного потенциала УВО и спроса на него из-за рубежа, поскольку заключается во

взаимодействии с потенциальными потребителями-студентами не через коммерческих агентов, а путем сотрудничества с зарубежными УВО, которые заинтересованы в первую очередь в специфических ресурсах партнерского УВО. В данной модели стадия кооперации расположена на границе отечественного и зарубежного рынка, что указывает на промежуточное положение между предоставлением услуг иностранным студентам в стране базирования и непосредственным взаимодействием на зарубежном рынке с иностранными партнерами и студентами.

Стадия экспорта ноу-хау предполагает еще более высокую конкурентоспособность ресурсного потенциала УВО, обуславливающую заинтересованность зарубежного вуза в валидировании образовательных услуг отечественным УВО либо приобретении прав на услуги посредством франчайзинга. На данной стадии услуги еще глубже проникают на зарубежный рынок, поскольку предоставляются непосредственно в целевой зарубежной стране.

Стадия экспорта интеллектуального капитала означает физическое перемещение трудовых ресурсов (ППС и ученых) УВО за рубеж, а значит, более глубокое проникновение услуг отечественного УВО на зарубежный рынок. Как правило, данная форма интернационализации присутствует в рамках других форм, экспортной кооперации и экспорта финансового капитала, и сигнализирует о еще большей конкурентоспособности ресурсов отечественного УВО и, соответственно, спроса на них.

Высшая форма интернационализации услуг УВО, свидетельствующая о максимальном проникновении отечественного УВО на зарубежный рынок, – *экспорт финансового капитала* посредством прямых зарубежных инвестиций (ПЗИ) в создание совместного УВО с иностранным партнером (или путем приобретения доли в уставном капитале действующего вуза в целевой стране) либо собственного кампуса за рубежом.

Ввиду высокой степени влияния политико-правовой и предпринимательской среды целевой страны и связанных с этим разнообразных рисков и зависимости успешного функционирования созданного УВО от спроса на образовательные услуги на зарубежном рынке со стороны иностранных потребителей данная высшая стадия интернационализации возможна только при максимально высокой конкурентоспособности ресурсного потенциала отечественного УВО.

С макроэкономической позиции степень интернационализации УВО может характеризовать уровень открытости экономики зарубежных стран, наличие/отсутствие барьеров для международного сотрудничества в сфере высшего образования, а также уровень политико-предпринимательского риска и степень доверия к целевой стране. Высокая степень интернационализации УВО свидетельствует о благоприятном предпринимательском климате за рубежом и способствует росту образовательного сектора, интеграции международных стандартов и практик в образовательный процесс,

развитию научного и культурного обмена на международном уровне, что положительно сказывается на качестве предоставляемых услуг и усиливает конкурентоспособность учебного заведения в мировой экономике.

Следует отметить, что ступенчатость процесса интернационализации в модели активной интернационализации не регламентирует строгую последовательность этапов проникновения УВО на зарубежный рынок, характерную для уппсальской модели, а, скорее, показывает степень интернационализации УВО на каждой ступени и ее взаимосвязь с уровнем конкурентоспособности услуг ВО и спроса на них со стороны зарубежного рынка.

В результате исследования были выделены пять форм активного и четыре пассивного проникновения услуг ВО на зарубежный рынок и соответствующие им разновидности интернационализации услуг ВО. При помощи стадийной модели интернационализации они были классифицированы в порядке возрастания степени интернационализации услуг ВО и показана зависимость выбора стратегии интернационализации от конкурентоспособности ресурсного потенциала УВО в стране базирования и зарубежного спроса на образовательные услуги.

Список использованных источников

1. Павлова, Н. С. Сущность интернационализации услуг в области высшего образования / Н. С. Павлова, А. В. Данильченко // Научные труды Республиканского института высшей школы. – Минск, 2020. – С. 401–411.
2. Jiang, N. Market entry dynamic framework for higher education internationalization / N. Jiang, V. Carpenter // Journal of International Education in Business. – 2011. – Vol. 4, № 2. – P. 141–158.
3. Li, X. A stages approach to the internationalization of higher education? The entry of UK universities into China / X. Li, J. Roberts // Service Industries Journal. – 2012. – Vol. 32, № 7. – P. 1011–1038.
4. Яровая, Н. С. Направления интегрирования российских вузов в международный обмен образовательными услугами в условиях глобализации: адаптивный подход: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Яровая Наталья Сергеевна; Рост. гос. экон. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2010. – 26 с.
5. The Choice of Foreign Entry Modes in a Control Perspective / S. Hollensen, B. Boyd, A. Marie, D. Ulrich // The IUP Journal of Business Strategy. – 2011. – Vol. 8, №4. – P. 7–32.
6. Данильченко, А. В. Международный менеджмент: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. междунар. отношений, обучающихся по спец. 1-25 01 03 «Мировая экономика» / А. В. Данильченко, О. Ф. Малашенкова, К. В. Якушенко. – Минск: БГУ, 2012. – 155 с.

(Дата подачи: 28.02.2025 г.)