

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ¹

Воронцова А.С.,

*к.е.н., ст. викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет, м. Суми
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
a.vorontsova@uabs.sumdu.edu.ua*

Малишенко Ю.П.,

*студентка кафедри міжнародних економічних відносин,
Сумський державний університет, м. Суми
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
yuliamalyshenko16@gmail.com*

Дана робота присвячена проблематиці дослідження факторів, що формують конкурентоспроможність вищих навчальних закладів на міжнародному ринку освітніх послуг. З цією метою в роботі розглянуто напрями участі держави, що передбачають стимулювання експорту освітніх послуг, що мають не лише фінансові, а й репутаційні та інноваційні вигоди. Окрім цього, відмічено, що вагому роль відіграють спеціалізовані організації, які функціонують у багатьох країнах та займаються залученням іноземних громадян до своєї країни на навчання (наприклад, національні агенції, академічні служби, освітні фонди, центри міжнародних обмінів тощо), а також освітні ТНК (DAAD, British Council, CIMO, EduFrance 35, IDP Education Australia тощо). Міжнародні організації (як Рада Європи, ЮНЕСКО, Всесвітній Банк, ОЕСР тощо) також формують інформаційно-консультативне поле для міжнародного ринку освітніх послуг, державні органи влади – нормативно-правове. Посилення конкуренції на міжнародному ринку освітніх послуг спонукає до визначення факторів, що впливають на конкурентоспроможність навчальних закладів, та їх конкурентні переваги. До них можна віднести наступні: стабільність фінансово-економічного положення та гнучку цінову політику, розвиток міжнародних відносин закладу та його рекламна діяльність, формування позитивного іміджу, наявність інноваційних освітніх програм з використанням інформаційних технологій, вигідність географічної локації, специфіка державного та недержавного фінансування, якість викладання та навчання тощо. Проте необхідно не лише їх наявність, а й правильне використання залежно від специфіки кожного конкретного закладу освіти. Окрім того, рейтинги вважаються ефективним інструментом забезпечення якості вищої освіти. В ході даної роботи проаналізовано топові заклади вищої освіти за QS World University Ranking, Academic Ranking of World Universities, Times Higher Education World University Ranking. Це дозволило виявити, що американські заклади вищої освіти мають найбільші конкурентні переваги на міжнародному ринку освітніх послуг та акумулюють великий відсоток іноземних студентів.

***Ключові слова:** міжнародний ринок освітніх послуг, конкурентоспроможність, заклади вищої освіти, експорту освітніх послуг, рейтинг закладів вищої освіти, освітні ТНК.*

DOI:10.21272/1817-9215.2022.1-14

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасна економіка знаходиться на етапі трансформації в якісно новий тип відносин – в економіку постіндустріального суспільства або економіку знань, для яких ключовими факторами виробництва стають інформація та знання. Саме тому освіта стає ключовою галуззю національної економіки та основою сучасного соціально-економічного розвитку країн, оскільки вона формує рівень інтелектуального стану нації, забезпечує науково-технічний прогрес та інновації. В умовах глобалізації освіта також виходить за рамки національних кордонів та набуває геополітичний статус, що дозволило розглядати її як міжнародний ринок освітніх послуг.

У ринковій економіці виробники ринку освітніх послуг провадять свою діяльність в умовах постійної конкуренції. У широкому сенсі конкуренція – це боротьба,

¹ *Робота виконана у рамках держбюджетної науково-дослідної розробки «Реформування системи освіти впродовж життя в Україні для запобігання трудовій еміграції: коопетиційна модель інституційного партнерства» (номер державної реєстрації: 0120U102001), «Конвергенція економічних та освітніх трансформацій в цифровому суспільстві: моделювання впливу на регіональну та національну безпеку» (номер державної реєстрації: 0121U109553).*

суперництво в будь-якій галузі, які мають на меті отримання будь-якої вигоди, закріплення конкурентних переваг [7]. Виходячи з цього, конкуренція на міжнародному ринку освітніх послуг передбачає суперництво між його основними суб'єктами – закладами освіти та надавачами освітніх послуг за потенційних здобувачів освіти. При цьому, умови такої конкуренції підпадають під вплив численних факторів, які необхідно враховувати закладам освіти задля утримання та підвищення власної конкурентоспроможності на ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Роль та значення міжнародного ринку освітніх послуг та його вплив на конкурентоспроможність національних економік відображені в численних роботах зарубіжних та вітчизняних дослідників, серед яких слід виділити Вербицьку А. В. [6], Келічавого А. В. [7], Левченко О.М., Плинокос Д.Д. [8], Присвітлу О.В. [9], Рябець Н. М., Тимків І.В. [10] та інших. Незважаючи на це, питання пошуку найбільш оптимальних шляхів підвищення конкурентоспроможності національної економіки через призму освіти залишається актуальним і постає кожного року під новим ракурсом.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження основних факторів, що формують конкурентоспроможність вищих навчальних закладів на міжнародному ринку освітніх послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розширення експорту освітніх послуг останні десятиліття увійшло до найважливіших пріоритетів державної політики багатьох розвинених країн, до яких відносяться лідери міжнародного ринку послуг з кількох причин:

– підготовка спеціалістів для зарубіжних країн є однією з вигідних позицій експорту;

– підготовка спеціалістів для інших країн – це сприяння реалізації геополітичних та економічних інтересів країни;

– бажання залучити іноземних студентів спонукає вищі навчальні заклади реформувати систему освіти з урахуванням потреб світового ринку праці, покращувати якість освіти, розробляти нові навчальні програми та курси «включаючи міжнародні компоненти», які підготують випускників до роботи в умовах глобальної економіки і в кінцевому підсумку перетворення національних університетів на міжнародні науково-освітні комплекси;

– бажання країн-експортерів освіти використовувати кращих іноземних випускників для науково-економічного розвитку своїх країн.

У зв'язку із цим, ефективною конкурентна боротьба за ресурси іноземних студентів може бути лише за цілеспрямованої політики держави. Тому ще з минулого століття невід'ємними гравцями світового ринку освітніх послуг є спеціалізовані організації, які функціонують у багатьох країнах та займаються залученням іноземних громадян до своєї країни на навчання. До спеціалізованих організацій належать національні агенції, академічні служби, освітні фонди, центри міжнародних обмінів, інформаційні центри, асоціації, центри наукового та культурного розвитку тощо. Установи зі стимулювання припливу іноземних студентів можуть бути як державними, так і приватними. До них також можна віднести спеціальні підрозділи окремих вузів, які займаються залученням іноземних громадян на навчання. Також до спеціалізованих освітніх організацій відносяться такі всесвітньо відомі організації як Рада Європи, ЮНЕСКО, Всесвітній Банк, ОЕСР тощо.

Крім того, країни, що є лідерами глобального ринку освітніх послуг давно вже створили свої освітні ТНК, котрі є основними його операторами. Дані основних та найбільш відомих ТНК наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Освітні ТНК країн-лідерів

Освітні ТНК	Країна	Коротка характеристика
DAAD	Німеччина	Виконує посередницьку функцію в рамках європейської освітньої політики: реалізує культурні та освітні завдання; сприяє розвитку та реалізації національної політики вищих навчальних закладів
British Council	Велика Британія	Розвиває співробітництво в області освіти, культури та мистецтва між Великою Британією та іншими країнами: розробляє стандарти освіти, створює програми співробітництва, надає програми вивчення англійської мови, тощо
CIMO	Фінляндія	Сприяє розвитку міжнародного співробітництва за різними сферами різних країн, розповсюджує інформацію про освітні та інші молодіжні програми, міжнародні програми стипендій та стажування
IDP Education Australia	Австралія	Надає послуги та інформацію для абітурієнтів із-за кордону, розробляє та керує різними проектами допомоги розвитку, перевіряє знання абітурієнтів з англійської мови, організовує виставки, семінари та конференції, а також надає інформаційні та консультативні послуги навчальним закладам
EduFrance 35	Франція	Пропонує системи очного та дистанційного навчання, розробляє та впроваджує навчальні курси французької мови по всьому світу, проводить навчальні семінари для викладачів
NAFSA	США	Обслуговує потреби міжнародних викладачів та учасників по всьому світу і є провідною організацією, що займається міжнародною освітою та обміном, що працює над просуванням політики та практики, які формують громадян світу зі знаннями та навичками, необхідними їм для досягнення успіху у сучасному взаємопов'язаному світі

Джерело: систематизовано авторами на основі [9].

Особлива роль у зміцненні позицій тієї чи іншої країни на світовому ринку освітніх послуг належить державним органам, таким як міністерства освіти та науки, міністерства закордонних справ, міністерства економічного розвитку, міністерства праці, міграційні служби та інші. Як правило, спеціалізовані організації, найважливішою метою діяльності яких є збільшення кількості іноземців, що навчаються, створювалися в різних країнах з ініціативи і на кошти різних державних відомств, міністерств і служб.

Посилення конкуренції на міжнародному ринку освітніх послуг спонукає до визначення факторів, що впливають на конкурентоспроможність навчальних закладів, зокрема у сфері вищої освіти. На рисунку 1 наведено основні фактори підвищення конкурентоспроможності освітніх закладів.

Для того, щоб навчальні заклади продовжували виживати та розвиватися, вони повинні використовувати декілька конкурентних переваг у галузі освіти. Це фактори, які, якщо їх реалізувати стратегічно, можуть змінити те, як розроблено викладання, навчання та відповідні структури підтримки.

1. Інформаційні технології. Ефективне використання інформаційних технологій у різних їх формах надає широкі можливості для того, щоб допомогти навчальним закладам отримати конкурентну перевагу в галузі освіти. Як зазначалося вище, технології використовуються для поширення навчальних матеріалів та курсів. Тепер викладачі можуть читати лекції, давати завдання та проводити тести через Інтернет. Технології також забезпечують засоби та інфраструктуру для адміністрування та надання освітніх послуг на міжнародному рівні.

2. Розташування. Розташування навчальних закладів забезпечує стійку конкурентну перевагу, яка може вплинути на доходи та майбутні перспективи зростання. Розташування визначає здатність закладу залучати більше студентів та видатних співробітників. Наприклад, близькість закладу до центру міста може вплинути на рішення студента щодо вибору університету. Передбачається, що центри міст обслуговуються добре налагодженими маршрутами громадського транспорту та пропонують більше можливостей для працевлаштування. Крім того, якщо заклад знаходиться поблизу житлового масиву, це буде для нього конкурентною перевагою.



Рисунок 1 – Чинники підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів

Джерело: систематизовано на основі [8].

3. Державне та недержавне фінансування. Студенти отримують значне державне та недержавне фінансування через позики, гранти та стипендії. Заклади освіти, з іншого боку, отримують фінансування проектів та розробки навчальних програм від уряду. Корпорації також надають кошти університетам в обмін на кваліфіковану робочу силу та дослідницькі проекти, що виконуються університетами. Зростає потреба в підвітності щодо використання цих коштів. Використання коштів на реалізацію освітніх проектів, які сприяють формуванню випускників з кваліфікованими навичками, може забезпечити конкурентну перевагу навчальних закладів. Такі країни як Англія, Нідерланди, Данія, Швеція та Ірландія вважаються найдорожчими країнами для навчання. Навчаючись в цих країнах студент витратить приблизно до 30 тисяч євро в рік (в цю вартість входить навчання та проживання) [9, 10].

4. Розвиток міжнародних відносин. Міжнародні відносини відіграють важливу роль у сфері освіти та науки, оскільки вони сприяють участі університетів у міжнародних обмінах студентів, викладачів та науковців. Також учасники мають змогу перейняти досвід від інших держав, покращити свою міжкультурну обізнаність та в подальшому бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку праці.

5. Формування позитивного іміджу університетів. Імідж університетів в першу чергу впливає на вибір студента щодо отримання вищої освіти. Тому важливо, аби університети мали гарні показники в рейтингах, позитивні відгуки для того, щоб залучити більшу кількість іноземних студентів та іноземних викладачів.

6. Активізація рекламної діяльності. Для того, щоб студент попередньо міг ознайомитися з університетом, необхідно створити гарну рекламну сторінку, котра б змогла привабити та зацікавити студента. На даній сторінці лаконічно має бути викладена важлива інформація щодо університету (фото, місце розташування, правил вступу, переваги університету тощо).

Тож, важливим принципом керування сучасною освітою є розвиток конкурентного середовища на міжнародному ринку освітніх послуг. При цьому, слід відмітити, що на міжнародному ринку освітніх послуг спостерігається перехід від масового або кількісного набору студентів до якісного селективного відбору найбільш перспективних абітурієнтів [6].

Основна конкуренція за іноземних студентів на міжнародному ринку освітніх послуг відбувається між вищими навчальними закладами, кількість яких перевищує 24

тисячі на різних континентах (рис. 2). Найбільша кількість університетів розташована в Індії. Станом на червень 2021 року в Індії налічувалося близько 5 288 університетів. На другому місці знаходяться США з кількістю 3 216 університетів за ними слідує Індонезія з 2 595 університетів.

Хоча в Індії і розташована найбільша кількість університетів, проте дана країна не є конкурентоспроможною серед іноземних студентів. У 2019 році частка іноземних студентів в університетах Індії становила 0,1% від загальної кількості студентів [1]. З цього можна зробити висновок, що індійські університети в основному користуються попитом серед місцевого населення. І як вже згадувалося раніше, то Індія є другим за величиною вихідним ринком, де навчається близько пів мільйона іноземних студентів.

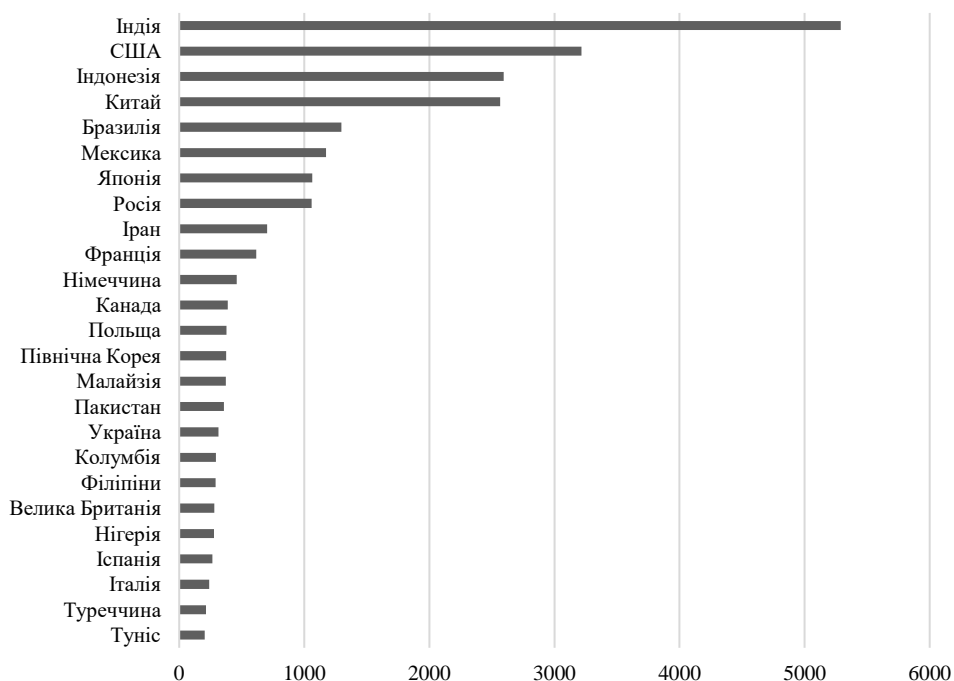


Рисунок 2 – Розрахункова кількість університетів по всьому світу станом на червень 2021 року: топ-25 напрямів, за країнами
Джерело: побудовано на основі даних Statista [2]

Конкурентна боротьба за студентів, зростання попиту на вищу освіту, просування до єдиного освітнього простору стимулює появу спеціальних рейтингів, основною метою яких є підвищення поінформованості про університети, якість освіти. Рейтинги є ефективним інструментом забезпечення якості вищої освіти. З кожним роком рейтинги закладів вищої освіти стають все більш актуальними і впливовими. З одного боку публікація рейтингів дає змогу університетам приваблювати абітурієнтів своїми позиціями в них, а з іншого, допомагають абітурієнтам з вибором кращого закладу для вступу. На сьогоднішній день існує велика кількість таких рейтингів, проте найбільш надійними вважаються QS World University Ranking, Academic Ranking of World Universities, Times Higher Education World University Ranking.

Найбільш відомим міжнародним рейтингом є Академічний рейтинг університетів світу (Academic Ranking of World Universities (ARWU) by Shanghai Ranking Consultancy). За даним рейтингом в першу десятку входять 8 університетів США та 2 університети Великої Британії (див. табл. 2). Гарвардський університет посів перше місце у світі у 2021 році, набравши 100 балів за даними Shanghai Ranking Consultancy group.

Таблиця 2 – Академічний рейтинг університетів світу 2021 року

Місце	Університет	Бали	Регіон	Країна
1	Harvard University	100	Америка	США
2	Stanford University	75.9	Америка	США
3	University of Cambridge	70.6	Європа	Велика Британія
4	Massachusetts Institute of Technology	69.5	Америка	США
5	University of California, Berkeley	66	Америка	США
6	Princeton University	59.7	Америка	США
7	University of Oxford	59.2	Європа	Велика Британія
8	Columbia University	58	Америка	США
9	California Institute of Technology	57.9	Америка	США
10	University of Chicago	54.7	Америка	США

Джерело: побудовано на основі даних Statista [3].

У 2021 році Оксфордський університет був визнаний найкращим університетом світу із загальним балом 95,7 за версією Times Higher Education (World university rankings). Каліфорнійський технологічний інститут, Гарвардський університет, Стенфордський університет та Массачусетський технологічний інститут увійшли до п'ятірки найкращих університетів світу цього ж року (див. табл. 3)

Таблиця 3 – Світовий рейтинг університетів у 2021 році за версією Times Higher Education

Місце	Університет	Бали	Регіон	Країна
1	University of Oxford	95.7	Європа	Велика Британія
2	California Institute of Technology	95	Америка	США
3	Harvard University	95	Америка	США
4	Stanford University	94.9	Америка	США
5	Massachusetts Institute of Technology	94.6	Америка	США
6	University of Cambridge	94.6	Європа	Велика Британія
7	Princeton University	93.6	Америка	США
8	University of California, Berkeley	92.9	Америка	США
9	Yale University	90.8	Америка	США
10	University of Chicago	89.8	Америка	США

Джерело: побудовано на основі даних Statista [5].

Статистика, що наведена в таблиці 4 показує світовий рейтинг університетів Times Higher Education за 2020 рік, відсортований за показником репутації. Гарвардський університет посів перше місце як університет з найвищим рейтингом репутації в усьому світі.

Таблиця 4 – Світовий рейтинг університетів у 2020 році за репутацією

Місце	Університет	Бали	Регіон	Країна
1	Harvard University	100	Америка	США
2	Massachusetts Institute of Technologies	87.5	Америка	США
3	Stanford University	78.1	Америка	США
4	University of Cambridge	75.2	Європа	Велика Британія
5	University of Oxford	74	Європа	Велика Британія
6	University of California, Berkeley	59.1	Америка	США
7	Princeton University	38.2	Америка	США
8	Yale University	34.8	Америка	США
9	University of California, Los Angeles	29.7	Америка	США
10	University of Tokyo	28.3	Азія	Японія

Джерело: побудовано на основі даних Statista [4].

Таким чином, багато в чому вибір вищого закладу освіти залежить від позицій університетів у міжнародних рейтингах. Основними конкурентами на міжнародному ринку послуг є в основному університети США та Європи. Саме ці країни надають кращі та вигідні умови для іноземних студентів.

ВИСНОВКИ

Міжнародний ринок освітніх послуг сформувався внаслідок посилення ролі освіти у світі та є невід'ємним елементом сучасного світу. Його суб'єкти змушені діяти в ринкових конкурентних умовах, що вимагає додаткове дослідження формування конкурентоспроможності освітніх закладів. В роботі доведено, що держава відіграє вагомую роль при формуванні конкурентоспроможності ринку освітніх послуг на міжнародній арені, що можливо у тому числі за допомогою створення спеціалізованих організацій (агенцій, фондів, служб), що займаються залученням іноземних громадян до своєї країни на навчання. Важливу просвітницьку роль відіграють міжнародні організації (Рада Європи, ЮНЕСКО, Всесвітній Банк, ОЕСР тощо) та освітні ТНК (DAAD, British Council, CIMO, EduFrance 35 тощо).

Дослідження факторів, що сприяють підвищенню конкуренції навчальних закладів зумовило концентрацію на наступних: використання інформаційних технологій, вигідність географічної локації, специфіка державного та недержавного фінансування, розвиток міжнародних відносин закладу та його рекламна діяльність, формування позитивного іміджу тощо. В останні роки зростає роль рейтингів при виборі навчальних закладів на міжнародному ринку освітніх послуг, серед яких слід відмітити: QS World University Ranking, Academic Ranking of World Universities, Times Higher Education World University Ranking. За позиціями останніх років найбільш престижними вважаються такі навчальні заклади як Harvard University, Stanford University, University of Cambridge, University of Oxford, California Institute of Technology тощо. Аналіз їх конкурентних переваг може стати перспективним напрямом для подальших досліджень та розвитку даної наукової проблематики.

SUMMARY

Vorontsova A., Malysenko Y. Peculiarities of formation of factors of increasing competitiveness in the international market of educational services.

This work is devoted to the study of factors that shape the competitiveness of higher education institutions in the international market of educational services. To this end, the work considers the areas of state participation, which provide incentives for the export of educational services that have not only financial but also reputational and innovative benefits. In addition, it is noted that specialized organizations that operate in many countries and are involved in attracting foreign students to their country (for example, national agencies, academic services, educational foundations, international exchange centers, etc.) and educational TNCs (as DAAD, British Council, CIMO, EduFrance 35, IDP Education Australia, etc.) play an important role. International organizations (such as the Council of Europe, UNESCO, the World Bank, the OECD, etc.) also form an information and advisory field for the international market of educational services, public authorities - regulatory. Increasing competition in the international market of educational services encourages the identification of factors that affect the competitiveness of educational institutions and their competitive advantages. These include the following: stability of financial and economic situation and flexible pricing policy, development of international relations and its advertising activities, the formation of a positive image, the availability of innovative educational programs using information technology, geographical location, specifics of public and private funding, teaching quality and training, etc. However, it is necessary not only to have them, but also to use them correctly, depending on the specifics of each educational institution. In addition, rankings are considered an effective tool for ensuring the quality of higher education. In the course of this work the top institutions of higher education according to QS World University Ranking, Academic Ranking of World Universities, Times Higher Education World University Ranking are analyzed. This revealed that American higher education institutions have the greatest competitive advantages in the international market of educational services and accumulate a large percentage of foreign students.

Keywords: international market of educational services, competitiveness, institutions of higher education, export of educational services, rating of institutions of higher education, educational TNCs.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. OECD. International student mobility (indicator). 2022. URL: <https://data.oecd.org/students/international-student-mobility.htm>.
2. Statista. Estimated number of universities worldwide as of July 2021, by country. 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/918403/number-of-universities-worldwide-by-country/>.
3. Statista. The 2021 Academic Ranking of World Universities (ARWU) by Shanghai Ranking Consultancy. URL: <https://www.statista.com/statistics/226665/academic-ranking-of-world-universities/>.
4. Statista. World university rankings by reputation score, by Times Higher Education 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/226686/world-university-rankings-by-reputation/>.
5. Statista. World university rankings for 2021/22, according to Times Higher Education. URL: <https://www.statista.com/statistics/226681/world-university-rankings-by-times-higher-education/>.
6. Вербицька А. В. Міжнародний ринок освітніх послуг: сучасні тенденції та їх вплив на конкурентоспроможність національної економіки. *Управління розвитком*. 2018. № 1. С. 11–18.
7. Келічавий, А. В. (2015). Еволюція конкуренції: від зародження поняття до сучасних особливостей. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2015. Вип. 5. С. 58–63.
8. Левченко О.М., Плинокос Д.Д. Експорт освітніх послуг вищими навчальними закладами України у вимірі глобалізаційних процесів. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 4 (20). С. 210–216.
9. Присвітла О.В. Домінанти розвитку вищої освіти в умовах глобального ринку освітніх послуг : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.02 Присвітла Оксана Вікторівна ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2016. 21 с.
10. Рябець Н. М., Тимків І.В. Глобалізація ринку освітніх послуг: регіональні особливості та інтеграційні перспективи України. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 141–154.

REFERENCES

1. OECD (2022). *International student mobility (indicator)*. Retrieved from: <https://data.oecd.org/students/international-student-mobility.htm>.
2. Statista (2022). *Estimated number of universities worldwide as of July 2021, by country*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/918403/number-of-universities-worldwide-by-country/>.
3. Statista (2021). *The 2021 Academic Ranking of World Universities (ARWU) by Shanghai Ranking Consultancy*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/226665/academic-ranking-of-world-universities/>.
4. Statista (2020). *World university rankings by reputation score, by Times Higher Education 2020*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/226686/world-university-rankings-by-reputation/>.
5. Statista (2022). *World university rankings for 2021/22, according to Times Higher Education*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/226681/world-university-rankings-by-times-higher-education/>.
6. Verbytska, A. V. (2018) International market of educational services: current trends and their impact on the competitiveness of the national economy. *Development management*. 1, 11–18 [in Ukrainian]
7. Kelichavy, A. V. (2015). The evolution of competition: from the origin of the concept to modern features. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, 5, 58–63 [in Ukrainian]
8. Levchenko, O. M. (2015) Plinokos DD Export of educational services by higher educational institutions of Ukraine in the dimension of globalization processes. *Economics: the realities of time*, 4 (20), 210–216 [in Ukrainian]
9. Light, O. V. (2016) Dominants of higher education development in the global market of educational services: author's ref. dis. Cand. econ. Sciences: 08.00.02 Oksana Viktorivna Prisivtla; Lviv. nat. Univ. Ivan Franko. Lviv, 2016. 21 p. [in Ukrainian]
10. Ryabets, N. M., Timkov, I. V. (2019) Globalization of the market of educational services: regional features and integration prospects of Ukraine. *Galician Economic Bulletin*, 6, 141–154 [in Ukrainian]