

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-84-11>
УДК 658.6

Цурканов М.А.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Хмельницький національний університет

Tsurkanov Maksym

Khmelnytskyi National University

ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

THE GENESIS OF THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE POTENTIAL AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES

У статті досліджено підходи науковців до визначення конкурентного потенціалу підприємства, який цілеспрямований на забезпечення і підвищення рівня його конкурентоспроможності. Визначено властивості та характеристики конкурентоспроможності підприємства. Проаналізовано аспекти формування конкурентних переваг підприємств за умов посилення інтеграційно-глобалізаційних процесів і визначення базових чинників успіхів, зокрема стратегічного характеру. Обґрунтовано чинники конкурентних переваг в поточній та стратегічній перспективі розвитку підприємства. Розкрито специфіку інформаційно-аналітичного інструментарію для проведення діагностики конкурентних переваг підприємства та дослідження переваг підприємств-конкурентів. Наведено умови забезпечення та підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства на основі сучасних напрямів розвитку конкурентного потенціалу. Доведено, що пріоритетним для кожного підприємства є виокремлення власних концептуальних засад щодо посилення конкурентних переваг в стратегічній перспективі та формування критеріїв їх оцінки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, система управління, конкурентний потенціал, конкурентні переваги, підвищення конкурентоспроможності.

The article examines the approaches of scientists to determining the competitive potential of an enterprise, which is aimed at ensuring and increasing the level of its competitiveness. Competitive potential characterizes the available opportunities of the enterprise regarding its development, including the use of reserves and already existing financial and resource support of the enterprise. The properties and characteristics of the enterprise's competitiveness are determined. The aspects of the formation of competitive advantages of enterprises under the conditions of strengthening integration and globalization processes and the determination of the basic factors of success, in particular of a strategic nature, are analyzed. The factors of competitive advantages in the current and strategic perspective of the enterprise's development are substantiated. According to the nature of the formation, the competitive advantages of the enterprise can be divided into internal and external. The specifics of the information and analytical tools for diagnosing the company's competitive advantages and researching the advantages of competing companies are revealed. The conditions for ensuring and increasing the competitiveness of products and enterprises based on modern trends in the development of competitive potential are given. Competitive potential is a component of an enterprise's potential, with the help of which a business entity can increase its competitive advantages, ensuring at the same time the relationship and mutual influence of all elements of the enterprise's management under the condition of improving the adaptive-innovative and information-analytical tools of the organization of business processes. It has been proven that the priority for each enterprise is to highlight its own conceptual principles for strengthening competitive advantages in a strategic perspective and forming criteria for their evaluation. This will significantly affect the provision of effective management of the competitive potential of the business entity. In the aspect of increasing the competitive potential, it is important to consider and define approaches to the growth of all components of the economic potential of the enterprise, taking into account the specifics of the activity.

Key words: competitiveness, management system, competitive potential, competitive advantages, increasing competitiveness.

Постановка проблеми. В умовах активізації глобалізаційних та євроінтеграційних процесів для вітчизняних підприємств нагальним постає питання щодо забезпечення конкурентоспроможності та її зростання для виходу на зовнішню арену ведення бізнесу. Підходи управлінців до розвитку економічного потенціалу підприємства є запорукою реаліза-

ції поточних та стратегічних орієнтирів, фінансово-ресурсних можливостей, умовою забезпечення прибуткового бізнесу тощо. В умовах посиленого конкурентного бізнес-середовища функціонування можна стверджувати, що конкурентний потенціал займає вагомe місце в розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства. Важливим стає

формування управлінським персоналом кожного підприємства власних концептуальних засад та підходів щодо виокремлення конкурентних переваг та визначення напрямів розвитку конкурентного потенціалу як основи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики управління конкурентоспроможністю підприємство в тому числі, теоретико-методичних аспектів управління конкурентним потенціалом, виокремлення напрямів підвищення конкурентних переваг займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці як: Бондаренко С.М., Власенко В.В., Гобела В.В., Гребельник М.М., Зінов'єв Ф.В., Кадирус І.Г., Косянчук Т.Ф., Коюда В.О., Кузьмін О.Є., Левків Г.Я., Леськів Г.З., Малик О.В., Мельник О.Г., Міль Дж.С., Порфіренко В.І., Романко О.П., Сміт А., Фісуненко П.А., Франчук В.І., Черкасова Т.І., Харчук Т.В. та ін.

Багатоаспектність трактування категорій «конкурентний потенціал» та «конкурентні переваги», різноманітність підходів до напрямів їх зростання свідчать, що питання дослідження теоретико-практичних та методичних основ підвищення конкурентоспроможності підприємств вимагають подальшого вивчення та більш поглибленого обґрунтування.

Метою статті є дослідження розвитку теоретико-методичних підходів щодо визначення й забезпечення конкурентного потенціалу та конкурентних переваг підприємств з ціллю розширення внутрішніх та зовнішніх ринків збуту продукції за умов активізації інтеграційно-глобалізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Не існує єдності підходів до визначення конкурентного потенціалу підприємства, що пояснюється певними закономірностями його формування, специфікою ведення бізнесу кожним суб'єктом тощо. Конкурентний потенціал надає характеристику наявним можливостям підприємства щодо його розвитку, в тому числі використання резервів та вже існуючого фінансово-ресурсного забезпечення підприємства.

Конкурентний потенціал можна представити як конкурентні можливості підприємства внутрішнього і зовнішнього характерів, які дозволяють суб'єкту господарювання підтримувати ефективну конкурентну боротьбу на ринку завдяки створенню конкурентних переваг, що передбачають використання матеріальних і нематеріальних ресурсів [1, с. 469].

Коюда В.О. зазначає, що конкурентний потенціал як визначальна частина загального потенціалу підприємства – це внутрішні й зовнішні конкурентні потенційні можливості, сукупність наявних і невикористаних можливостей та здатність (реальна і потенційна) підприємства та його окремих структурних ланок виробництва розробляти, виготовля-

ти, реалізовувати та обслуговувати у конкретних сегментах ринку конкурентоспроможну продукцію за наявності внутрішньої і зовнішньої компетенції (і динамічної здібності) [2, с. 196].

Досліджуючи роль конкурентного потенціалу в системі менеджменту господарюючого суб'єкта прослідковується тенденція його співставлення (як функціонального потенціалу) із трудовим, фінансовим, інноваційно-інвестиційним, виробничим, управлінським потенціалом. Беззаперечно, конкурентний потенціал цілеспрямований на забезпечення і підвищення конкурентоспроможності підприємства, але як зазначають автори Черкасова Т.І., Сокір А.О., він не може розглядатися як окремий елемент ресурсного потенціалу. На їх думку, варто розглядати конкурентний потенціал саме як ступінь розвитку економічного потенціалу, який формувався з урахуванням специфічних принципів й вимог до окремих його складових та є достатнім для ефективної реалізації стратегії та забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємства [3].

Конкурентним можна визначити лише те підприємство, яке здатне ефективно використовувати власний потенціал. Фісуненко П.А. акцентує увагу на тому, що поняття конкурентні переваги необхідно розглядати із визначенням конкурентного потенціалу, що забезпечує створення широких можливостей підприємства для заохочення та збереження споживачів. Можливість та здатність перевершити конкурентів завдяки використанню конкурентних переваг та недопущенню конкурентних прорахунків в процесі конкурентної боротьби на ринку, в підсумку формують конкурентоспроможність підприємства, від якої залежить конкурентний статус та конкурентний імунітет [4, с. 156].

Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. виокремлюють чималу кількість властивостей категорії конкурентоспроможність підприємства, зокрема:

– порівнянність – конкурентоспроможність підприємства, в тому числі його конкурентний потенціал, досліджується лише в порівнянні із аналогічними за сферою діяльності підприємствами конкурентами, що провадять діяльність на тому чи іншому ринковому сегменті;

– властивість динамічності, яка пояснюється тим, що дана категорія не є сталою величиною;

– властивість ринкової просторовості, яка ґрунтується на можливості підприємства бути конкурентоспроможним на визначеному ринковому сегменті та неконкурентоспроможним на іншому ринковому сегменті ведення бізнесу;

– властивість предметності, яка визначається шляхом диференціації ряду параметрів формування конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства: фінансово-ресурсного потенціалу, розвитку

маркетингової діяльності, рівня компетентності фахівців, використання новітніх технологій, наявних підходів до управління підприємством тощо;

- властивість атрибутивності – окреслення низки характеристик, які формуються базові конкурентні переваги господарюючого суб'єкта;

- системність – визначення усіх економічних параметрів та умов формування конкурентного потенціалу, конкурентних переваг та, в цілому, конкурентоспроможності підприємства із визначенням взаємозв'язків між ними;

- властивість інтегральності – використання різних критеріїв оцінювання конкурентоспроможності підприємства із формуванням інтегрального економічного параметру, в якому акумулюються найбільш важливі економічні показники [5, с. 8–10].

Аналізуючи сфери формування конкурентних переваг підприємства, за умов посилення інтеграційно-глобалізаційних процесів, визначають базові чинники успіху, серед них виокремлюють загальні та спеціальні; ті які функціонально реалізуються за допомогою набору інструментів та ті чинники успіху, які не потребують використання визначеного інструментарію. Також, базові чинники досягнення успіху підприємства можуть бути зорієнтовані на його ресурсне забезпечення або ж управлінським персоналом може бути зосереджена увага на формуванні напрямів підвищення конкурентних переваг в аспекті ринкової спрямованості. Із вище зазначеного, чинники успіху підприємства здебільшого класифікують за трьома функціями: за напрямом використання (спеціальні чи загальні); за напрямом впровадження; відповідно до джерел походження – ресурсне забезпечення, ринкове середовище.

Менеджери будь-якого підприємства чітко виокремлюють чинники конкурентних переваг поточної перспективи та чинники стратегічного характеру. Поточна умова конкурентної переваги визначає реалізацію дієвих напрямів підвищення конкурентоздатності в короткостроковій перспективі зазвичай терміном до року. Отже, за характером формування конкурентні переваги підприємства можна чітко розподілити на внутрішні та зовнішні. Дану класифікаційну ознаку вважаємо доволі значущою.

Внутрішні конкурентні переваги характеризують багато аспектів діяльності підприємства, наприклад систему менеджменту, підсистему управління витратами, забезпечення фінансової стійкості, підсистему підвищення прибутковості, розвитку маркетингової діяльності тощо. Але, здебільшого внутрішні конкурентні переваги базуються на «цінності для виробника». Тобто, більші конкурентні переваги має підприємство, яке здатне під час виробництва продукції понести менші витрати ніж аналогічне підприємство-конкурент. При цьому, має зберігати-

ся умова забезпечення (дотримання) якісних характеристик продукції. Натомість, зовнішні конкурентні переваги підприємства базуються на кращих якісних характеристиках пропонованої споживачу продукції.

Інформаційно-аналітичним інструментарієм для проведення діагностики конкурентних переваг підприємства та дослідження переваг підприємств конкурентів є концепція «ланцюжка цінностей» чи «ланцюгів формування цінностей» Портера М. Концептуальні підходи «стратегічних зон господарювання» ґрунтуються на тому, що стратегічна зона господарювання – визначений ринковий сегмент на якому функціонує господарюючий суб'єкт або має мету в перспективі вийти на нього.

Стратегічна зона господарювання характеризується кількісними та якісними особливостями, а саме: існують певні обмеження в аспекті обсягу споживчого попиту; рівень динамічності ринку (стабільний чи зростаючий); загальний стан підприємства на визначеному ринковому сегменті; наявні обсяги реалізації продукції та обсяги, які визначені на перспективу; фактичні та прогнозні значення показників прибутковості та рентабельності діяльності [6, с. 136–137].

Внутрішні переваги забезпечують підприємству більшу стійкість до зниження ціни продажу, яка нав'язана ринком або конкурентами, та вищу рентабельність. Ці переваги можна виявити під час визначення «ринкової сили» (співвідношення максимальної ціни продажу товару конкретної фірми й ціни пріоритетного конкурента) та «продуктивності» (співвідношення витрат на одиницю продукції окремого підприємства та пріоритетного конкурента) [7, с. 52]. В управлінні конкурентоспроможністю підприємства, одним із непростих процесів є визначення характеру конкурентних переваг господарюючого суб'єкта в порівнянні із підприємствами-конкурентами.

Умовами забезпечення та підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому є:

- використання ефективних науково-методичних підходів до поточного та стратегічного менеджменту;

- забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, підсистем управління;

- використання новітніх, обґрунтованих методів дослідження і розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень і т.д.);

- розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;

- формування системи заходів, прийняття управлінських рішень із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів [8].

Варто виокремити основоположні характеристики (ознаки конкурентного потенціалу підприємства, а саме:

- функціональна (можливості, здатності, здібності, сили);
- ресурсна (ресурси, джерела, засоби, запаси, резерви);
- методична (наявність способів для перетворення потенціалу у конкурентні переваги);
- структурна (взаємодія всіх структуро-утворюючих елементів, з яких він формується);
- результативна (кількість конкурентних переваг, кількість досягнутих цілей, забезпечення певного конкурентного статусу);
- адаптивна (врахування впливу зовнішніх та внутрішніх факторів і спроможність підприємства адаптуватись до змінних умов ринку);
- порівняльна (порівняльний аналіз потенціалів конкуруючих суб'єктів господарювання);
- динамічна (відображає попередній, поточний та перспективний стан використання можливостей підприємства у конкурентному середовищі);
- комплексна (відображає комплекс взаємозв'язків між конкурентними перевагами, конкурентоспроможністю та конкурентним статусом підприємства) [9, с. 310].

На основі проведених досліджень підходів науковців щодо визначення та особливостей формування конкурентного потенціалу, вважаємо за необхідне надати власне визначення даної категорії. Конкурентний потенціал є складовою потенціалу підприємства, за допомогою якої господарюючий суб'єкт має змогу збільшувати конкурентні переваги, забезпечуючи при цьому взаємозв'язок та взаємовплив усіх елементів управління підприємства за умови удосконалення адаптивно-інноваційного та інформаційно-аналітичного інструментарію організації бізнес-процесів. Діяльність кожного підприємства піддається впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності. Управлінський персонал господарюючого суб'єкта з метою збільшення конкурентного потенціалу повинен розробити адаптаційний інструментарій, який впливатиме на вчасне виявлення ризиків та загроз із зменшенням їх впливу. Враховуючи те, що конкурентний потенціал залежить від розвитку маркетингової діяльності, виробничих можливостей, ресурсно-фінансового забезпечення, розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності, компетентнісних здібностей фахівців, важливим аспектом є розвиток інформаційно-аналітичного інструментарію в системі управління. Це, у свою чергу, надасть змогу забезпечити прийняття ефективних управлінських рішень щодо реалізації поточних цілей та стратегій розвитку, напрямів збільшення

конкурентоспроможності продукції та ін. Пошук інноваційних підходів до організації управління фінансовими, матеріальними, трудовими ресурсами, також є запорукою розвитку конкурентного потенціалу та зростання конкурентних переваг.

Вирішальну роль відіграє також постійна модернізація всіх сфер діяльності підприємства, починаючи від поповнення та вдосконалення інструментів маркетингового дослідження попиту до рівня якості та складності післяпродажного обслуговування споживачів. Тобто для збереження переваг необхідні зміни, вдосконалення та інновації. Найбільш типовими причинами нововведень, що дають конкурентну перевагу, є: нові технології; нові або мінливі потреби споживачів; зміни вартості або доступності виробничих компонентів; поява нового сегмента галузі; зміни в державному регулюванні [10, с. 101].

На сьогодні, розвиток ринкової економіки та бізнес-процесів характеризується значним посиленням конкуренції. Пріоритетним для кожного підприємства буде виокремлення власних концептуальних засад щодо посилення конкурентних переваг в стратегічній перспективі. Це суттєво вплине на забезпечення результативного управління конкурентним потенціалом господарюючого суб'єкта. Такі концептуальні засади та напрями розвитку конкурентних переваг та конкурентного потенціалу можуть бути сформовані у вигляді науково-обґрунтованого проекту менеджерів підприємства, який стане основою прийняття ефективних управлінських рішень із використанням адаптаційного інструментарію та посиленням інформаційно-аналітичного базису в системі управління.

З метою визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності, кожне підприємство має виокремити критерії оцінки конкурентних переваг. Ними можуть бути такі критерії як: якість матеріалів, сировини; новизна основних засобів; рівень впровадження інноваційної продукції; відповідність визначеній конкурентній стратегії; фінансово-ресурсне забезпечення; ділова репутація підприємства; стан маркетингової складової управління та ін. [11, с. 72; 12].

Висновки. В умовах невизначеності бізнес функціонування, опрацювання відповідальними фахівцями інформаційних даних щодо рівня конкурентоспроможності підприємства, наявних конкурентних позицій надасть можливість виокремити та розвивати власні конкурентні переваги. В аспекті підвищення конкурентного потенціалу, важливим є розгляд та визначення підходів до зростання усіх складових економічного потенціалу підприємства із врахуванням приналежності до певної галузі та специфіки діяльності. Вагоме значення має виокремлення кожним підприємством власних концептуальних основ щодо посилення конкурентних переваг як

в поточній, так і в стратегічній перспективі. Напрямами розвитку конкурентного потенціалу в контексті покращення елементів управління підприємством

можуть базуватися на удосконаленні інформаційно-аналітичного та адаптивно-інноваційного інструментарію організації бізнес-процесів.

Список літератури:

1. Стахова М.В., Малик О.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 468–473.
2. Коюда В.О. Формування та використання конкурентного потенціалу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 29. С. 195–204.
3. Черкасова Т.І., Сокір А.О. Роль конкурентного потенціалу у забезпеченні розвитку виробничого підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-65> (дата звернення: 22.09.2023).
4. Фісуненко П.А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2020. Вип. 2 (58). С. 152–161.
5. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
6. Леськів Г.З., Франчук В.І., Левків Г.Я., Гобела В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
7. Косянчук Т.Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 23. С. 51–54.
8. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=339> (дата звернення: 20.10.2023).
9. Харчук Т.В. Ключові характеристики конкурентного потенціалу підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 18. С. 306–312.
10. Власенко В.В., Порфіренко В.І., Гребельник М.М. Суть та види конкурентних переваг підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. С. 97–103.
11. Зінов'єв Ф.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентних переваг підприємств. *Таврійський державний агротехнологічний університет*. 2012. № 1. С. 67–73.
12. Бондаренко С.М., Лісовський М.Ю. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 15 (1). С. 42–45.

References:

1. Stakhova M.V., Malyk O.V. (2017) Konkurentnyi potensial yak osnova formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Competitive potential as a basis for the formation of the enterprise's competitiveness]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 16, pp. 468–473.
2. Koiuda V.O. (2019) Formuvannia ta vykorystannia konkurentnoho potentsialu pidpriemstva [Formation and use of the competitive potential of the enterprise]. *Infrastruktura rynku*, vol. 29, pp. 195–204.
3. Cherkasova T.I., Sokir A.O. (2021) Rol konkurentnoho potentsialu u zabezpechenni rozvytku vyrobnychoho pidpriemstva [The role of competitive potential in ensuring the development of a manufacturing enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-65> (accessed September 22, 2023).
4. Fisunenko P.A. (2020) Pidkhody do vyznachennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: sutnist ta evoliutsiia poniattia [Approaches to determining the competitiveness of an enterprise: the essence and evolution of the concept]. *Naukovo-vyrobnychyi zhurnal «Biznes-navihator»*, vol. 2, no. 58, pp. 152–161.
5. Kuzmin O.Ye., Melnyk O.H., Romanko O.P. (2011) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: planuvannia ta diahnostyka* [Enterprise competitiveness: planning and diagnosis]. Ivano-Frankivsk: IFNTUNH. (in Ukrainian)
6. Leskiv H.Z., Franchuk V.I., Levkiv H.Ya., Hobela V.V. (2022) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Management of the competitiveness of the enterprise]. Lviv: Lvivskiy derzhavnyi universytet vntrishnikh sprav. (in Ukrainian)
7. Kosianchuk T.F. (2013) *Diahnostyka konkurentnoho potentsialu pidpriemstva* [Diagnostics of the competitive potential of the enterprise]. *Naukovi zapysky. Serii «Ekonomika»*, no. 23, pp. 51–54.
8. Kadyrus I.H. (2014) Konkurentospromozhnist pidpriemstva ta faktory, shcho na nei vplyvaiut [Enterprise competitiveness and factors affecting it]. *Efektivna ekonomika*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390> (accessed October 20, 2023).
9. Kharchuk T.V. (2017) Kliuchovi kharakterystyky konkurentnoho potentsialu pidpriemstva [Key characteristics of the enterprise's competitive potential]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 18, pp. 306–312.
10. Vlasenko V.V., Porfirenko V.I., Hrebelyk M.M. (2020) Sut ta vydy konkurentnykh perevah pidpriemstva [The essence and types of competitive advantages of the enterprise]. *Infrastruktura rynku*, vol. 49, pp. 97–103.
11. Zinoviev F.V. (2012) Konkurentnyi potensial yak osnova formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstv [Competitive potential as a basis for the formation of competitive advantages of enterprises]. *Tavriiskiy derzhavnyi ahrotekhnolohichniy universytet*, no. 1, pp. 67–73.
12. Bondarenko S.M., Lisovskyi M.Yu. (2017) Konkurentni perevahy – unikalni osoblyvosti suchasnykh pidpriemstv [Competitive advantages are unique features of modern enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 15, no. 1, pp. 42–45.