

Економіка та управління підприємствами

УДК 334.716:339.137.2.005

Яворська Надія Петрівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Яворская Надежда Петровна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры предпринимательства и экологической экспертизы товаров
Национальный университет «Львовская политехника»*

Yavorska Nadiya

*PhD, Associate Professor of the Department of
Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-8145-7752*

Данько Тетяна Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Данько Татьяна Ивановна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры предпринимательства и экологической экспертизы товаров
Национальный университет «Львовская политехника»*

Danko Tetyana

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Entrepreneurship and Environmental Examination of Goods
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0001-7342-4830*

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ
METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATING THE LEVEL OF
COMPETITIVENESS OF TRADING ENTERPRISES**

Анотація. У статті проведено аналіз існуючих методичних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств з метою виділення комплексу оптимальних методів оцінки, який би не тільки об'єктивно показав реальний рівень конкурентоспроможності в динаміці, але й дозволив виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Узагальнено наукові дослідження щодо оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств та встановлено, що всю сукупність методів оцінювання переважно об'єднують у деякі групи, які базуються на різних концептуальних засадах.

Встановлено, що розглянуті методи і підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств не містять єдиної узгодженої думки, у більшості методів і підходів оцінювання наявні лише деякі схожості в плані однорідності показників або досліджуваних сторін діяльності торговельного підприємства.

Доведено доцільність проведення оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств саме за структурно-функціональним підходом на основі багатовимірною порівняльного аналізу з визначенням інтегрального індексу, який би описував три рівні конкурентоспроможності торговельних підприємств: позицію, потенціал та інструменти конкуренції певних торговельних підприємств у залежності від сфери економічної діяльності. Оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств передбачає реалізацію

послідовних взаємопов'язаних етапів (від визначення факторів, вибору статистичних показників, які описують ці фактори, нормалізації (стандартизації) цих показників, величини вагових коефіцієнтів відібраних показників у межах кожного блоку та проведення агрегування даних в інтегральний індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств) в основу яких покладено використання різноманітних засобів аналітичної оцінки. Запропоновано методичний підхід до визначення інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Ключові слова: *методичні підходи, оцінка рівня конкурентоспроможності, конкурентоспроможність торговельних підприємств.*

Аннотація. *В статье проведен анализ существующих методических подходов к оценке уровня конкурентоспособности торговых предприятий с целью выделения комплекса оптимальных методов оценки, который бы не только объективно показал реальный уровень конкурентоспособности в динамике, но и позволил выявить пути повышения конкурентоспособности.*

Обобщены научные исследования по оценке конкурентоспособности торговых предприятий и установлено, что всю совокупность методов оценки преимущественно объединены в отдельные группы, которые базируются на разных концептуальных основах.

Установлено, что рассмотренные методы и подходы к оценке конкурентоспособности торговых предприятий не содержат единой согласованной мысли, в большинстве методов и подходов оценки имеются лишь некоторые сходства в плане однородности показателей или исследуемых сторон деятельности предприятия.

Доказана целесообразность проведения оценки уровня конкурентоспособности торговых предприятий именно по структурно-функциональным подходом на основе многомерного сравнительного анализа

с определением интегрального индекса, который бы описывал три уровня конкурентоспособности торговых предприятий: позицию, потенциал и инструменты конкуренции определенных торговых предприятий в зависимости от сферы экономической деятельности. Оценка уровня конкурентоспособности торговых предприятий предусматривает реализацию последовательных взаимосвязанных этапов (от определения факторов, выбора статистических показателей, описывающих эти факторы, нормализации (стандартизации) этих показателей, величины весовых коэффициентов отобранных показателей в пределах каждого блока и проведения агрегирования данных в интегральный индекс конкурентоспособности торговых предприятий) в основу которых положено использование различных средств аналитической оценки. Предложен методический подход к определению интегрального индекса конкурентоспособности торговых предприятий.

Ключевые слова: *методические подходы, оценка уровня конкурентоспособности, конкурентоспособность торговых предприятий.*

Summary. *The article analyzes the existing methodological approaches to assessing the level of competitiveness of trading enterprises in order to identify a complex of optimal methods of assessment, which would not only objectively show the real level of competitiveness in the dynamics, but also to identify ways to improve competitiveness.*

The scientific research on the assessment of the competitiveness of trading enterprises has been generalized and it has been found that the whole set of valuation methods is mainly combined into some groups based on different conceptual bases.

It is established that the considered methods and approaches to assessing the competitiveness of trading enterprises do not contain a consensus, in most

assessment methods and approaches there are only some similarities in terms of the homogeneity of indicators or research aspects of trading enterprise activity.

The expediency of assessing the level of competitiveness of trading enterprises based on a structural and functional approach based on a multidimensional comparative analysis with the definition of an integral index, which would describe the three levels of competitiveness of trading enterprises: position, potential and instruments of competition of certain trading enterprises depending on the sphere of economic activity is proved. Assessing the level of competitiveness of trading enterprises involves the implementation of successive interrelated steps (from determining the factors, selecting statistical indicators describing these factors, normalizing (standardizing) these indicators, the magnitude of the weighted coefficients of the selected indicators within each block and integrating the aggregate data business enterprises) which are based on the use of various analytical tools. A methodological approach to determining the integral index of competitiveness of trading enterprises is proposed.

Key words: *methodological approaches, assessment of the level of competitiveness, competitiveness of trading enterprises.*

Постановка проблеми. Адаптація до умов ринкової економіки та процесів глобалізації спричиняє зростання ринкової конкуренції, що передбачає необхідність постійного підвищення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств. А тому, застосування методичних підходів оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств є невід'ємною складовою самої системи управління діяльністю торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведене дослідження літературних джерел щодо методики оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств засвідчує наявність низки методичних підходів, що висвітлювались у працях різноманітних зарубіжних і вітчизняних вчених

[1-7]. Узагальнюючи наукові дослідження щодо оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств, встановлено, що всю сукупність методів переважно об'єднують у деякі групи, що базуються на різних концептуальних засадах.

Конкурентоспроможність торговельних підприємств може визначатися також на підставі різних методичних підходів, таких як: матричний та індикативний (залежно від методів оцінки); критеріальний та експертний (залежно від вимог до формування інформаційної бази оцінки); графічний та математичний (залежно від форми представлення результатів оцінки); статичний та стратегічний (залежно від розробки управлінських рішень).

Постановка завдання. Розглянуті методи і підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств засвідчують, що серед вчених не існує єдиної узгодженої думки. У більшості методів і підходів оцінки є деякі схожості в плані однорідності показників або досліджуваних сторін діяльності торговельного підприємства. Саме тому, сьогодні, необхідним є вибір комплексу оптимальних методів оцінки, який би не тільки об'єктивно показав реальний рівень конкурентоспроможності в динаміці, але й дозволив виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств є складним багатофакторним завданням, яке зводиться до визначення комплексу показників, які характеризують вагомі сторони діяльності торговельних підприємств та формують її конкурентоспроможність.

Виходячи із проведеного дослідження наукових праць [1-7] можна виділити два підходи до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств: структурний та функціональний. За структурного підходу до оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств визначення її рівня ґрунтується на дослідженні його позицій на ринку, врахування

кількості та структури природних монополій в країні, легкість входження на ринок нових суб'єктів господарювання.

За функціонального підходу до оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств визначення її рівня ґрунтується на обчисленні показників ефективності виробництва чи реалізації, фінансового стану та конкурентоспроможності товару. Недоліком функціонального підходу є використання таких показників, які не дають змогу враховувати конкурентний потенціал торговельних підприємств.

Вважаємо за доцільне проводити оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств за структурно-функціональним підходом на основі багатовимірного порівняльного аналізу з визначенням інтегрального індексу, який би описував три рівні конкурентоспроможності торговельних підприємств: позицію, потенціал та інструменти конкуренції певних торговельних підприємств у залежності від сфери економічної діяльності. Проведення оцінки рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств передбачає реалізацію наступних послідовних взаємопов'язаних етапів:

1. На першому етапі дослідження визначаються фактори конкурентоспроможності торговельних підприємств та її складові. Найбільш значущими внутрішніми факторами є: технічний рівень підприємства, рівень кваліфікації та оплати працівників, технології виробництва продукції та застосування сировини, наявність оборотних коштів підприємства та складських, торгових приміщень, готовність до інноваційної діяльності та маркетингових досліджень (саме їх вплив сприяє змінам обсягу виробництва й асортиментної політики підприємства). Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства може бути прямий через дії споживачів, постачальників, конкурентів, інфраструктури і непрямий, найбільш вагомим і значущим є вплив цінової, митної та податкової політики, місткості ринку та коливання попиту і пропозиції, законодавства та діяльності органів влади.

Таким чином, для кількісного визначення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств необхідно перш за все здійснити вибір показників хоча б за 3 періоди часу (квартали, роки) із врахуванням факторів впливу на його конкурентоспроможність. Наше бачення щодо розробки підходу до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств базується на принципі збалансованості, тобто збалансована система показників повинна включати три блоки: конкурентна позиція, конкурентний потенціал та інструменти конкуренції торговельних підприємств, кожен з яких в свою чергу повинен враховувати важливі складові. Кожен показник представляє собою співвідношення абсолютних або відносних показників, які відображають різносторонні аспекти діяльності торговельних підприємств в цілому, або його окремих функціональних та часткових елементів. При цьому окремі показники, що входять до складу груп показників відповідних блоків можуть бути стимуляторами (їх зростання позитивно впливає на рівень конкурентоспроможності) або дестимуляторами (їх зростання, навпаки, негативно позначається на конкурентоспроможності торговельних підприємств, оскільки знижує її рівень).

2. На другому етапі необхідно визначити узгодженість статистичних показників, для чого необхідно провести аналіз кореляційних зв'язків між ними. Після визначення факторів, які впливають на конкурентоспроможність торговельних підприємств, вибору статистичних показників, які описують ці фактори, необхідно переконатись, що обрані показники дійсно відображають вплив названих факторів, для чого необхідно проаналізувати внутрішню узгодженість сукупності індикаторів за допомогою кореляційного аналізу і методів математичної статистики. Для оцінки внутрішньої узгодженості експертних характеристик, які описують конкурентоспроможність торговельних підприємств доцільно застосувати підхід з використанням коефіцієнта альфа Кронбаха [7].

Наявність високого ступеню кореляційних зв'язків дозволяє зробити висновок про те, чи показники, що включені в індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств, дійсно відображають об'єкт дослідження та узгоджуються між собою.

На другому етапі також необхідно виконати нормалізацію (стандартизацію) показників, визначити вагомість факторів та провести агрегування даних в інтегральний індекс конкурентоспроможності торговельних підприємств. Суть процесу нормалізації показників полягає у приведенні до стандартизованого вигляду різнойменних показників (показників з різними одиницями вимірювання) за заданими критеріями їх оптимізації (стимулятори \rightarrow max; дестимуляторами \rightarrow min), для чого найчастіше використовують такі формули [7]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{S_j}, \quad (1)$$

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j}{R_j}, \quad (2)$$

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{0j}}, \quad (3)$$

де z_{ij} ($i = 1, m; j = 1, n$) – нормоване значення j -го показника для i -го об'єкта;

$i = 1, 2, \dots, m$ – номер об'єкта спостереження (торговельного підприємства);

$j = 1, 2, \dots, n$ – номер показника (фактора);

n – кількість досліджуваних показників;

x_{ij} ($i = 1, m; j = 1, n$) – значення j -го показника для i -го об'єкта;

x_{0j} – основа стандартизації j -того показника, за яку приймається $S_j, R_j, \max(x_{ij}); \min(x_{ij})$;

\bar{x}_j – середня арифметична вхідних значень j -го показника, яку визначають за формулою:

$$\bar{x}_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ij} . \quad (4)$$

S_j – середньоквадратичне відхилення (стандартна похибка) початкових показників для j -ї ознаки визначають за формулою:

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{m-1} \sum_{i=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_j)^2} . \quad (5)$$

Таким чином за кожним блоком показників конкурентоспроможності торговельних підприємств отримуємо матрицю розміром $m \times n$ нормованих значень (z_{ij}):

$$z_{ij} = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} \cdots & z_{1n} \\ z_{21} & z_{22} \cdots & z_{2n} \\ \dots\dots\dots\dots\dots\dots \\ z_{m1} & z_{m2} \cdots & z_{mn} \end{pmatrix} . \quad (6)$$

Зазначені матриці застосовуємо для подальших розрахунків та визначаємо граничні межі знаходження стандартизованих показників, що відповідають теоретичному еталону (суб'єкту торговельного підприємства, який є більш конкурентоспроможним в даному секторі) – точку P_0 в багатовимірному просторі зі значеннями показників – $P_0 = (z_{01}, z_{02}, \dots, z_{0n})$, (найбільше значення за кожною з ознак, коли ця ознака є стимулятором, і найменше значення – коли ознака є дестимулятором). Тоді кожне торговельне підприємство можна інтерпретувати як деяку точку P_i в n -вимірному векторному просторі, координатами якої є величини $Z_{ij}, j = 1, 2, \dots, n$.

Далі знаходимо відстань від точки P_i (кожного досліджуваного торговельного підприємства) до точки P_0 (теоретичного еталону). Положення i -ї одиниці відносно бази порівняння z_0 визначають як Евклідову відстань:

$$d_{i0} = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{j=1}^n (z_{ij} - z_{0j})^2}. \quad (7)$$

Під час оцінювання окремого торговельного підприємства встановлюють гранично допустимі значення відстані об'єкта до об'єкта-еталона за правилом:

$$d_0 = \bar{d} + 3S_d. \quad (8)$$

Тут \bar{d} – середнє значення відстані для всіх об'єктів системи до об'єкта-еталона:

$$\bar{d} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m d_{i0}, \quad (9)$$

S_d – середнє квадратичне відхилення відстаней:

$$S_d = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (d_{i0} - \bar{d})^2}. \quad (10)$$

Формула (8) ґрунтується на правилі 3σ – за нормального розподілу випадкової величини 99,7 % її можливих значень потрапляють в інтервал $x_c - 3\sigma_x < x < x_c + 3\sigma_x$.

Таксономічний показник рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств (функція переваги) за трьома блоками індексу визначають із співвідношення:

$$f(x_i) = 1 - \frac{d_i}{d_0}. \quad (11)$$

Згідно із цією моделлю обчислення функції переваги кожного блоку індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств в ідеалі має дорівнювати 1. На скільки значення функції переваги i -ої торговельного підприємства ближче до 1, тим вищий рівень конкурентоспроможності за певним блоком. Безперечною перевагою таксонометричного методу, яка дозволяє його широке використання є процес так званої стандартизації показників, в результаті якої складові визначення різними якісними показниками трансформуються в єдину систему, що також дозволяє виявити

вплив факторів на рівень конкурентоспроможності торговельних підприємств та запропонувати сценарій для подальшого покращення рівня конкурентоспроможності.

3. На третьому етапі необхідно визначити величину вагових коефіцієнтів відібраних показників у межах кожного блоку. При побудові інтегрального індексу конкурентоспроможності необхідно враховувати, що торговельному підприємстві як системі притаманний ентропічний характер. Будь-яка система є стабільною лише в тому випадку, коли стабільний кожен елемент (показник) цієї системи. Вагомості кожної ознаки притаманна динамічність, саме тому необхідною є методика визначення числового значення вагомості відібраних показників на певний момент часу (t). Вагомість відібраних показників характеризується величиною його ентропії (міри хаосу, міри неупорядкованості елементів будь-якої системи) [4, с. 346].

Проведений огляд літературних джерел дозволив визначити, що для визначення вагових коефіцієнтів в процесі формування зведеного показника оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств з метою порівняння досліджуваних об'єктів, необхідно суттєво зменшити або практично нівелювати суб'єктивний чинник, притаманний для показників отриманих шляхом експертного оцінювання. Вважаємо за доцільне вагомість відібраних показників за допомогою схеми Фішберна [7], яка використовується за умови визначеності відношення пріоритетності між досліджуваними показниками. За допомогою схеми Фішберна величина вагових коефіцієнтів представляється раціональними дробами. Знаменниками раціональних дробів представлені сумою арифметичної прогресії m (кількість показників) перших членів натурального ряду з кроком 1, а чисельниками – спадаючі на 1 елементи натурального ряду від m до 1. Тобто перевага виражається в спаданні на одиницю чисельника раціонального дроби вагового коефіцієнту більш слабого пріоритету. Перевагою використання схем Фішберна при визначенні величини вагових

коефіцієнтів показників є максимум ентропії наявної інформаційної невизначеності щодо вагомості показників конкурентоспроможності торговельних підприємств.

4. Заключним етапом побудови інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств, тобто агрегування.

Інтегральне значення індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств не є простою арифметичною сумою його блоків, а інтегральна сума такого виду:

$$I_i = \sum_{j=1}^n E_j f(x_i), \quad i=1, m, \quad (12)$$

де I_i – інтегральне значення об'єкта спостереження (торговельного підприємства);

E_j – ентропія j -го показника;

$f(x_i)$ – оцінка значення j -го показника для i -го об'єкта спостереження;

n – кількість досліджуваних показників;

m – кількість об'єкта спостереження (торговельного підприємства).

Разом із збільшенням ентропії вагомість показника зростає. У зв'язку із цим об'єкти спостереження (торговельні підприємства), які досягли високих показників за показниками з великою ентропією, повинні мати й більше інтегральне значення. Таким чином, якщо ж ентропія показника мала, то і його вагомість у загальній сукупності ознак теж мала. Інтегральне ж значення завжди більше суми вхідних у неї частин .

З урахуванням цього розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств доцільно проводити за наступною формулою:

$$I_i = \sum_{j=1}^n \omega_{E_j} f(x_i), \quad (13)$$

де ω_{E_j} – коефіцієнт значущості показника оцінки j -го блоку інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств;

$f(x_i)$ – таксономічний показник j -го блоку інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств i -го об'єкта спостереження.

Для наочного відображення отриманих результатів значення індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств доцільно зобразити в динаміці графічно.

Висновок. Запропонований методичний підхід до визначення інтегрального індексу конкурентоспроможності торговельних підприємств може використовуватись для оцінювання конкурентоспроможності будь-яких підприємств та може бути застосований для проведення систематичних досліджень, що дозволить суб'єктам торговельного підприємництва контролювати рівень їх конкурентоспроможності та приймати виважені управлінські рішення, оскільки ключовим елементом управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств є якісна кількісна оцінка її рівня.

Література

1. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія/ Л. В. Балабанова, В.В.Холод; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006.-, Бібліогр.: С. 273-285.
2. Рибницький Д.О., Городня Т.А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.9, С. 227-233.
3. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики : монографія / І. В. Алексєєв, Л. Л. Антонюк, Ю. Б. Іванов та ін. ; Наук.-досл. центр індустр. пробл. розвитку НАН Укр. ; Хар. нац. екон. ун-т. Х. : ВД

"ИНЖЕК", 2011. 346 с.

4. Васильев В. И. Статистический анализ многомерных объектов произвольной природы / В. И. Васильев, В. В. Красильников, С. И. Плаксий, Т. Н. Тягунова. М. : Издательство ИКАР, 2004. 382 с.
5. Branham M. Beyond Customer Satisfaction: Measuring the Components of Competitiveness / M. Branham. URL: <http://www.competitiveanalyses.com>
6. Handbook on constructing composite indicators. Organisation for economic co-operation and development, 2008. P. 72.
7. Fishburn P. Stochastic dominance and the foundation of meanvariance analysis // Res. Finan. Greenwich. Vol. 2. 1980. P. 69-97.

References

1. Balabanova L. V. Marketynhove upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: stratehichni pidkhid: Monohrafiia/ L. V. Balabanova, V.V.Kholod; Donets. derzh. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho. Donetsk: DonDUET, 2006.-, Bibliohr.: S. 273-285.
2. Rybnytskyi D.O., Horodnia T.A. Suchasni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. 2010. Vyp. 20.9, S. 227-233.
3. Konkurentospromozhnist: problemy nauky ta praktyky : monohrafiia / I. V. Aleksieiev, L. L. Antoniuk, Yu. B. Ivanov ta in. ; Nauk.-dosl. tsentr industr. probl. rozvytku NAN Ukr. ; Khar. nats. ekon. un-t. Kh. : VD "INZhEK", 2011. 346 s.
4. Vasylev V. Y. Statystycheskyi analiz mnohomernykh ob'ektov proizvolnoi pryrody / V. Y. Vasylev, V. V. Krasyl'nikov, S. Y. Plaksyi, T. N. Tiahunova. M. : Yzda- telstvo YKAR, 2004. 382 s.
5. Branham M. Beyond Customer Satisfaction: Measuring the Components of Competitiveness / M. Branham. URL: <http://www.competitiveanalyses.com>
6. Handbook on constructing composite indicators. Organisation for economic

co-operation and development, 2008. P. 72.

7. Fishburn P. Stochastic dominance and the foundation of meanvariance analysis // Res. Finan. Greenwich. Vol. 2. 1980. P. 69-97.