nauka.me. 2013-2023

ISSN 2413-2888

URL - <http://nauka.me>

Все права защищены

Номер 1 Том . 2019

Теоретические основы коопетиции: стратегический альянс, консорциум, патентный пул

Доронина Анна Викторовна

Санкт-Петербургский Государственный университет (экономический факультет)

Российская Федерация, Санкт-Петербург

Аннотация

Конкурентное сотрудничество может быть осуществлено в различных формах: стратегический альянс, консорциум и патентный пул. Каждая из этих форм имеет свои характерные черты, определяющие деятельность объединившихся компаний-конкурентов.

Ключевые слова: Коопетиция, кооперация, конкуренция, фирмы-конкуренты, стратегический альянс, консорциум, патентный пул

Дата публикации: 02.07.2019

Ссылка для цитирования:

Доронина А. В. Теоретические основы коопетиции: стратегический альянс, консорциум, патентный пул // nauka.me. – 2019. – Номер 1.

URL: <https://nauka.me/s241328880004389-1-1/>. DOI: 10.18254/S241328880004389-1

¹ В условиях высокой конкуренции фирмы-участники рынка отдельно взятой отрасли стараются любыми доступными способами укрепить свои позиции. Зачастую сделать это бывает сложно, поэтому чтобы усилить свои позиции на рынке, фирмы-конкуренты принимают решение выступать в роли сотрудников.

2 Данный вариант поведения фирм-конкурентов называют «коопетиция», т.е. конкурентное сотрудничество, объединяющее в себе *кооперацию* и *конкуренцию*. Кооперация – это способ организации общественного производства на основе обмена деятельностью и продуктами этой деятельности; организация труда, при которой отдельные лица или группы лиц выполняют специализированные производственные операции, которые в своей взаимосвязи и последовательности составляют цельный производственный процесс.¹ Конкуренция - это соперничество в какой-либо отрасли с целью получения прибыли. Таким образом, *коопетицию* следует определять, как ситуацию, при которой фирмы из одной отрасли взаимодействуют при создании рынка, но при этом конкурируют при его разделе. Адам Бранденбургер и Барри Нейлбафф в своей книге «Co-opetition» сравнивают коопетицию с «Войной и Миром», при этом война и мир не периодически сменяют друг друга, а существуют параллельно. Также взаимосвязь конкуренции и сотрудничества можно проиллюстрировать, используя теорию игр. Она помогает фирмам разработать правильную стратегию, принять верное решение. Особенно эффективным данный инструмент является, если решения не могут приниматься независимо друг от друга в связи с существованием большого числа взаимосвязанных факторов, влияющих на их принятие.

3 Основными желаемыми результатами такого рода объединений является доступ к ресурсам, недоступным иным образом или требующий значительных и невозможных для фирмы затрат. В первую очередь, доступ к материальным ресурсам компании-конкурента, но возможен также и обмен информационными и интеллектуальными ресурсами, так как зачастую именно интеллектуальный капитал является недостающим элементом для крупномасштабных исследований и разработок.

4 Конкурентное сотрудничество может быть осуществлено в различных формах. Основными из них считаются стратегический альянс, консорциум и патентный пул. Каждая из этих форм имеет свои особенности и характерные черты, определяющие деятельность объединившихся компаний-конкурентов.

5 К факторам, оказывающим существенное влияние на выбор формы коопетиции можно отнести следующие: временной период, на который фирма хочет стать участником объединения, фактический «размер» фирмы, непосредственно «вклад» компании в объединение, уровень доверия компании другим фирмам, возможно, меньшего размера и статуса. Рассмотрим каждый из этих факторов отдельно.

6 Временной период, как правило, отражается следующим образом: для стратегических альянсов и патентных пулов характерно длительное сотрудничество, а для консорциумов – напротив, характерны крупные, но не продолжительные по времени проекты с ограниченным периодом сотрудничества.

7 Следующий фактор, влияющий на выбор формы коопетиции, - «размер» компании. Теоретически любая компания может стать участником любой формы объединения, но на практике среди рассматриваемых форм объединения обычно происходят следующим образом: в стратегические альянсы и патентные пулы

объединяются крупные, приблизительно равные по размерам и значимости на рынке компании. Так каждая из них имеет возможность вносить существенный вклад в деятельность и потенциал альянса или пула соответственно, а также каждая из сторон объединения не будет считать, что другие компании-участники «существуют» за ее счет. Консорциумы, напротив, допускают объединение компаний разных уровней, связано это с тем, что деятельность большинства консорциумов направлена на выполнение какого-либо конкретного проекта.

8 Также важный фактор – «вклад» компаний в объединение. Стратегические альянсы и патентные пулы чаще всего ориентированы на объединение интеллектуального капитала, определенных патентных прав. А консорциум чаще предполагает непосредственное производственное участие в деятельности – каждая фирма продолжает действовать в той области, на которой специализировалась.

9 С этим фактором связан еще один важный аспект: степень доверия или недоверия компаниям меньшего размера и статуса. Касается это, в первую очередь, консорциумов, так как именно в консорциумах часто принимают участие мелкие компании. В деятельности консорциумов наиболее важный фактор – непосредственное производственное участие фирмы. Рассмотрим каждую из основных форм коопетиции (стратегический альянс, консорциум, патентный пул) подробнее, отмечая их характерные черты.

10 *Стратегический альянс* – это соглашение о кооперации двух или более независимых фирм для достижения определенных коммерческих целей, для достижения синергии объединенных и взаимодополняющих стратегических ресурсов компаний.² Стратегический альянс позволяет повысить конкурентоспособность за счет освоения новых технологий, выхода на новые рынки сбыта.

11 Характерные черты стратегических альянсов следующие:³

- Объединение компаний не приводит к их слиянию;
- Сотрудничество основывается на среднесрочных или долгосрочных двусторонних (многосторонних) договорах;
- Совместное стратегическое планирование;
- Компании-участники одновременно могут состоять в нескольких альянсах;
- Альянс действует в течение длительного срока, определяемого достижением поставленной цели.

12 Далее следует рассмотреть классификацию стратегических альянсов по основным критериям: состав стратегического альянса, сфера деятельности стратегического альянса.⁴ Данные классификации помогут понять, чем могут различаться стратегические альянсы между собой, в чем специфика деятельности стратегического альянса того или иного вида.

13 Первый критерий определяет то, какие фирмы вступают в альянс, а именно: конкурирующие это фирмы или неконкурирующие. Неконкурирующие фирмы – это вертикальные партнеры из разных производственных отраслей,

которые, как правило, создают альянс для освоения новых сфер деятельности. Структура таких альянсов достаточно проста и понятна, взаимодействие между фирмами имеет взаимовыгодный характер, определяется однозначно.

¹⁴ Второй тип: стратегические альянсы между конкурирующими фирмами. Такие альянсы нельзя оценить так однозначно, как предыдущие, так как отношения внутри них гораздо сложнее, что является вполне закономерным, потому что, даже, несмотря на то, что произошло объединение, фирмы все равно остались конкурентами между собой. То, на сколько сильно продолжают конкурировать между собой участники альянса, зависит от того, в какой степени каждую из фирм будут удовлетворять те выгоды и преимущества, которые она получила при вступлении в альянс и в течение его деятельности.

¹⁵ Второй критерий классификации – это сфера деятельности стратегического альянса. Различают альянсы, деятельность которых направлена на научно-исследовательские работы, нацеленные на совместное освоение рынка или создание нового рынка, а также альянсы, деятельность которых направлена на совместное осуществление производства. В настоящее время большая часть стратегических альянсов направлена на осуществление совместных научно-исследовательских разработок, потому что именно для проведения крупных научно-исследовательских работ необходим широкий как финансовый, так и интеллектуальный капитал.

¹⁶ Рассмотрим положительные и отрицательные стороны стратегических альянсов как формы коопетиции. К положительным аспектам стратегических альянсов можно отнести: Возможность быстрого поиска новых идей при взаимодействии с фирмами-конкурентами; освоение знаний конкурента, с которым произошло объединение, его основных компетенций; возможность коллективного использования ресурсов, при условии сохранения фирмами самостоятельности.

¹⁷ Однако стратегические альянсы как форма коопетиции имеют и отрицательные стороны. Наиболее значимые из них: различия мотиваций независимых компаний-участников; противоречащие друг другу цели как крайняя форма различия мотиваций; высокая вероятность недостаточно высокого уровня удовлетворений некоторых компаний-участников; длительность в принятии совместных решений.

¹⁸ Все вышеперечисленные отрицательные аспекты, безусловно, являются крупными препятствиями для успешной деятельности стратегического альянса, так как достичь хорошего результата можно только при условии схожих целей всех фирм-участников альянса и одинаковых представлениях о необходимом уровне сотрудничества. Поэтому важно понимать, что необходимо изначально согласовывать все условия совместной деятельности участников альянса, чтобы избежать в дальнейшей неэффективного для какой-либо фирмы взаимодействия или невозможности достижения поставленной цели.

¹⁹ Яркий пример - стратегический альянс Intel и Google.⁵ Цель создания данного альянса: развитие инновационных технологий в сфере искусственного интеллекта и «облачных систем». Обе компании стремятся активно внедрять в

жизнь технологические инновации, поэтому их взаимное сотрудничество и обмен «знаниями» является выгодным для каждой из компаний.

²⁰ Относительно классификации стратегических альянсов, рассмотренной ранее, данный альянс можно классифицировать следующим образом: альянс между конкурирующими фирмами, направленный на осуществление совместных интеллектуальных разработок. Конкурентная основа фирм определяет желание каждой из них получить индивидуальные преимущества от создания стратегического альянса, которые будут рассмотрены далее.

²¹ Задачами данного альянса являются продвижение новейших разработок на базе высокопроизводительных «облачных» систем, расширение спектра действий, которые можно осуществлять через интернет. Важным аспектом данного альянса можно считать то, что он направлен одновременно как на развитие инновационных технологий, так и оказывать поддержку для развития бизнеса.

²² *Консорциум* – это временный союз хозяйственно независимых фирм, целью которого могут быть разные виды их скоординированной предпринимательской деятельности, направленные на совместную борьбу за получение крупных заказов и их совместное выполнение.⁶ Компании, входящие в консорциум, полностью сохраняют свою юридическую и экономическую самостоятельность.

²³ Также существует определенная классификация консорциумов. Все они делятся на открытые и закрытые.⁷ Закрытыми называются консорциумы, в которых компания-заказчик заключается отдельный договор с каждой из фирм-участников. В открытом же консорциуме все участники подчиняются одному лидеру и несут солидарную ответственность перед заказчиком. В обязанности лидера в открытом консорциуме входит координация деятельности участников, направленной на осуществление проекта. За это лидер получает отчисления от других участников консорциума.

²⁴ Также существует и другая классификация консорциумов, характеризующая характер ответственности перед заказчиком. Различают два вида консорциумов: ассоциативный консорциум (в форме простого товарищества) и простой консорциум.⁸ В консорциуме в форме простого товарищества (ассоциативного) участники объединяют свои вклады, несут солидарную ответственность, связанную с рисками от деятельности, а также совместно распределяют прибыль полученную от соответствующей деятельности.

²⁵ Простой консорциум обладает следующими характерными чертами: каждый из участников несет ответственность непосредственно перед заказчиком, получает вознаграждение лично от заказчика в соответствии с заключенным изначально договором между ними.

²⁶ Кроме того, существуют такие типы консорциумов как экспортный, подписной (гарантирует реализацию займа или размещение ценных бумаг), но они встречаются реже. Данные классификации помогают более точно охарактеризовать деятельность консорциума, основываясь на том, какова его структура, как в нем распределяется ответственность.

27 Характерными чертами консорциума являются следующие:

- Роли внутри консорциума распределены так, чтобы каждый участник работал именно в той сфере деятельности, где он достиг наивысшего уровня, где он осуществляет свою деятельность с наименьшими издержками (это позволяет добиться наибольшей эффективности в деятельности, направленной на выполнение проекта);
- Консорциум несет солидарную ответственность перед заказчиком: совокупное предложение консорциума формируется из отдельных предложений каждого из его участников, поэтому оно значительно превышает предложение фирм, не являющихся участниками консорциума;

28 *Положительными* чертами консорциума можно считать следующие:

- 29
- Могут объединяться как крупные, так и мелкие предприятия, которые желают принять участие в каком-либо проекте, но не обладают достаточными для этого самостоятельными возможностями. Это дает возможность таким мелким фирмам выдержать конкуренцию на рынке, развиваться и совершенствоваться в течение сотрудничества с наиболее крупными и значимыми «игроками» данного рынка;
 - Возможность быстрого и простого входа и выхода из консорциума (необходимо заключить договор);
 - Отсутствие необходимости создания юридического лица (возможность избежать некоторых финансовых и организационных затрат);
 - Возможность вариативности системы управления консорциумом.

Также следует отметить *отрицательные* черты консорциумов:

- 30
- Консорциум прекращает свою деятельность после выполнения конкретного проекта, то есть непродолжительный характер объединения;
 - Большие различия в уровне компаний-участников консорциума, риск, что недостаточно развитые мелкие компании не смогут внести необходимый вклад в деятельность объединения;
 - Зависимость результата проекта в целом от непосредственного производственного участия каждой из компаний- участников.

31 Примером консорциума можно считать присоединение компании Apple к консорциуму Wireless Power Consortium. Специфика деятельности данного консорциума – беспроводные зарядные устройства для мобильных устройств, это его ключевая компетенция. Именно эта компетенция позволяет выявить конкурентные преимущества консорциума на рынке, обеспечивает уникальность деятельности и приносит существенную прибыль.

32 Создан он был в 2008 году, его членами являются такие компании как: Duracell, Samsung, Dell, Leggett & Platt, ASUS, Nokia, Olympus, Philips, MediaTek, Panasonic и другие. Вступление Apple в данный консорциум обосновывают тем, что, как ожидается, iPhone 8 будет обладать беспроводным зарядным устройством.⁹

³³ На данном примере наглядно показываются, что компания, вступая в консорциум, преследует достижение какой-либо конкретной для себя цели. В данном случае – потребность в беспроводном зарядном устройстве для нового устройства. Данный проект – ограничен по времени, что также является характерной чертой консорциумов. Именно поэтому (так как данный проект носит непродолжительный ограниченный по времени характер, направлен исключительно на производственный аспект деятельности) в данном случае стратегический альянс не является рациональной формой объединения фирм-конкурентов.

³⁴ *Патентный пул* можно охарактеризовать как соглашение между компаниями о перекрестном лицензировании принадлежащих им патентов в отношении определенной технологии, предусматривающий механизм продажи лицензий третьим сторонам.¹⁰ Первоначальная цель патента заключается в защите исключительных прав патентообладателя. Однако, объединившись в пулы, патентообладатели получают дополнительные доходы за счет взаимодействия их патентов.

³⁵ Относительно российских компаний: в российском законодательстве не предусмотрено специальное регулирование патентных пулов. Но, в силу действия принципа свободы договора (ст. 421 ГК РФ), следует отметить, что на территории Российской Федерации возможно создание объединений в форме патентных пулов. Однако, несмотря на это, в современной России практика создания патентных пулов не развита. Современное российское право касательно вопросов о патентных пулах отстает от права США, в нём не дается четких характеристик патентных пулов, отсутствует понимание их влияния на рынок. Именно это неосведомленность тормозит развитие практики патентных пулов в современной России.

³⁶ Поэтому организацию патентных пулов рассмотрим на примере Соединенных Штатов Америки, где практика патентных пулов известна с конца 19 века. В настоящее время в США существуют две основные схемы создания патентных пулов. Рассмотрим каждую из них отдельно.^{11\}

³⁷ Первая схема – создание специальной корпорации (холдинга), которой предоставляются патенты. Такая схема обычно используется для создания мегапатентного пула, т.е. пула, имеющего сложную административную структуру. Целью создания мегапулов, как правило, не является получение роялти (платежи, которые покупатель франшизы регулярно выплачивает компании за то, что пользуется ее патентом) – они создаются для помощи в получении лицензии в отрасли, где уже есть достаточно большое число патентов.

³⁸ Вторая схема создания патентного пула основывается на заключении договора между патентообладателями. Такая схема свойственная для менее крупных пулов, с меньшим числом участников. Заключенный договор устанавливает единую лицензию, а также условия распределения роялти. В таких пулах нет сложной административной структуры, в отличие от мегапулов.

³⁹ В формировании патентного пула могут принимать участие компании *трех типов*:¹²

- Компании, занимающиеся одновременно исследованиями, разработками и производством инновационного продукта;
- Компании, которые осуществляют только инновационную деятельность и не производят никаких инновационных продуктов;
- Компании, которые осуществляют только производственную деятельность и не проводят никаких собственных исследований и разработок.

Каждые из этих компаний преследуют свои цели, вступая в пул. Однако, так или иначе, именно взаимодействие компаний различных типов является наиболее результативным и выгодным для всех участников.

⁴⁰ Как и другие формы коопетиции, патентные пулы также имеют свои положительные и отрицательные стороны. К *положительным аспектам* относят:

- ⁴¹ • Патентный пул помогает объединившимся компаниям добиться доминирующего положения на рынке;
- Существенное снижение затрат каждой из фирм-участников, связанное с доступом ко всем патентам объединения;
 - Сохранение каждой из фирм своей интеллектуальной собственности;
 - Возможность объединения взаимодополняющих патентов;
 - Позволяет добиться стандарта в отрасли.

⁴² Под стандартизацией отрасли понимается создание так называемых коллективных технических стандартов.¹³ Такие стандарты устанавливают единые ограничения, например, в совместимости технических устройств. Стандартизация – явление неоднозначное, она по-разному может влиять на рынок. Положительным влиянием стандартизации можно считать то, что она решает проблему совместимости продуктов и технологий, что зачастую значительно упрощает производство и потребление соответственно.

⁴³ Далее, отмечая отрицательные черты патентных пулов, будут рассмотрены «минусы» стандартизации.

⁴⁴ Также следует отметить *недостатки* патентного пула как формы объединения фирм конкурентов:

- Рациональность объединения только фирм, обладающих значимыми патентами;
- Создание стандартов в отрасли.

⁴⁵ Отрицательным аспектом стандартизации, как правило, считают тот факт, что она может ограничивать инновационную деятельность на данном конкретном рынке, а также может свидетельствовать о монополизации рынка компанией, обладающими ключевыми патентами в данной отрасли. Именно поэтому процессы создания патентных пулов внимательно отслеживаются антимонопольными органами.

⁴⁶ Патентный пул является выгодной формой при объединении нескольких крупных патентов, доступ к которым вне пула влечет за собой большие материальные затраты. Образование патентных пулов рационально, если

объединяются взаимодополняющие патенты, когда каждая из компаний получает доступ к большему количеству ресурсов в отрасли своей деятельности, что дает потенциал развития, укрепления позиций на рынке, получения значительного финансового результата.

⁴⁷ Патентные пулы часто используются для создания стандартов в отрасли. Рассмотрим пример создания патентного пула в MPEG-технологии. Ключевая компетенция пула - MPEG – технология сжатия и воспроизведения движущихся изображений. Патентный пул в MPEG-технологии (патентный пул MPEG-2) был одобрен в 1997 году. В его состав вошли 9 компаний, а объединено было 27 патентов. Компании-участники пула MPEG-2: Fujitsu, General Instrument, Lucent, Matsushita, Mitsubishi, Philips, Scientific-Atlanta, Sony и Columbia University. Характерной чертой данного патентного пула является то, что для управления патентами пула была создана специальная лицензионная компания MPEG LA.¹⁴

⁴⁸ LA, является определение степени значимости каждого из патентов для данного конкретного пула. Такая оценка значимости помогает добиться необходимого для успешной и взаимовыгодной деятельности состава участников патентного пула. Деятельность данного патентного пула MPEG-2 основана на нескольких принципах: первый, режим «наиболее благоприятной защиты лицензионных ставок». Этот принцип означает следующее: все члены пула имеют одинаково выгодные лицензионные ставки.

⁴⁹ Второй принцип деятельности пула: условие о возврате, известное как «grant-back». Суть данного принципа в следующем: все патенты, которые члены пула получают в течение времени участия в пуле, автоматически передаются в пул.

⁵⁰ Таким образом, следует сделать вывод: различные формы коопетиции имеют свои характерные особенности, понимать которые для компаний важно с целью выбора рациональной формы объединения, при которой все компании-участники смогут достигнуть желаемого результат.

Примечания:

1. *Новая философская энциклопедия. В четырех томах. / Ин-т философии РАН. Научно-ред. совет: В.С. Степин, А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин. – М.: Мысль, 2010. – т. 2. – с.309*

2. Знаменский, А.О. Стратегические альянсы как международные объединения корпораций / А.О. Знаменский // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – №4 – с.11

3. Знаменский, А.О. Стратегические альянсы как международные объединения корпораций / А.О. Знаменский // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – №4 – с.12

4. А.О. Знаменский «Стратегические альянсы как международные объединения корпораций», - Российский внешнеэкономический вестник, выпуск №4, 2008 г, с.14-19.

5. >>>> - официальный сайт компании Intel.

6. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул: учебник / – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336 с., с.112.

7. А.М.Мухаметшина, Н.В. Шевцова «Консорциумы в современной экономике», Актуальные проблемы авиации и космонавтики, выпуск №10, том 2, 2014 г., с.319-320.

8. А.М.Мухаметшина, Н.В. Шевцова «Консорциумы в современной экономике», Актуальные проблемы авиации и космонавтики, выпуск №10, том 2, 2014 г., с.319-320.

9. Г.Орлов «Apple вошла в состав консорциума Wireless Power Consortium», Life News Inbox.ru 14 февраля 2017 г.

10. Коньшева, А.В. Патентный пул как форма взаимодействия компаний на рынке интеллектуальной собственности / А.В. Коньшева // Российское предпринимательство. – 2012. – №17 – С. 38-43, с. 41

11. В. Бородин, Е. Черкасова, «Патентные пулы: правовая природа и тенденции применения в России», Legal Insight, №8, 2012 г.

12. А.В. Коньшева «Патентный пул как форма взаимодействия компаний на рынке интеллектуальной собственности», Российское предпринимательство, №17, 2012 г.

13. А.В. Коньшева «Патентный пул как форма взаимодействия компаний на рынке интеллектуальной собственности», Российское предпринимательство, №17, 2012 г.

14. А.В. Коньшева «Патентный пул на рынке интеллектуальной собственности», Российское предпринимательство, выпуск №17, сентябрь 2012 г., с.41-42.

Библиография:

1. Brandenburger, Adam M. Co-opetition / Adam M. Brandenburger, Barry J. Nalebuff – Currency Doubleday, 1998. – 287 p.

2. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул: учебник / – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336 с.

3. Знаменский, А.О. Стратегические альянсы как международные объединения корпораций / А.О. Знаменский // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – №4 – С.11-19

4. Коньшева, А.В. Патентный пул как форма взаимодействия компаний на рынке интеллектуальной собственности / А.В. Коньшева // Российское предпринимательство. – 2012. – №17 – С. 38-43

5. Новая философская энциклопедия. В четырех томах. Т.2 / Ин-т философии РАН. Научно-ред. совет: В.С. Степин, А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин – М.: Мысль, 2010. – Т.1-4. – 2816 с.

6. Д.В.Арутюнова «Стратегический менеджмент», Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010, 122 с.

7. В. Бородин, Е. Черкасова, «Патентные пулы: правовая природа и тенденции применения в России», Legal Insight, №8, 2012 г.

THEORETICAL BASES OF COOPETITION: STRATEGIC ALLIANCE, CONSORTIUM, PATENT POOL

Anna Doronina

St. Petersburg State University (Faculty of Economics)

Russian Federation,

Abstract

Coopetition is a competitive cooperation that combines cooperation and competition, while firms from the same industry cooperate in creating a market, but compete in its division. The main desired result of such associations is access to the material, information and intellectual resources of a competitor company. Competitive cooperation can be implemented in various forms: a strategic alliance, a consortium, and a patent pool. Each of these forms has its own characteristics that determine the activity of the united competing companies.

Keywords: Coopetition, cooperation, competition, competing firms, strategic alliance, consortium, patent pool

Date of publication: 02.07.2019

Citation link:

Doronina A. THEORETICAL BASES OF COOPETITION: STRATEGIC ALLIANCE, CONSORTIUM, PATENT POOL // nauka.me. – 2019. – Issue 1.

URL: <https://nauka.me/s241328880004389-1-1/>. DOI: 10.18254/S241328880004389-1