



## Социальные технологии адаптации: результаты исследования предприятий общественного питания в условиях пандемии COVID-19

© В.В. Кривошеев\*, Д.А. Варакута\*\*, А.А. Янголь\*\*\*

\*Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград, Россия

\*\*Компания «Калининград Ресторан Сервис», Калининград, Россия

\*\*\*Компания пиццерии «Папаша Беппе», Калининград, Россия

**Аннотация:** Статья посвящена важному аспекту управленческой практики последнего времени. Речь идет о приспособлении сферы обслуживания, в частности, предприятий общественного питания к условиям ограничений, которые связаны с продолжающейся пандемией COVID-19. Авторы подчеркивают важность социально технологического подхода при организации работы таких предприятий в достаточно сложных условиях, которые были продиктованы режимом самоизоляции. Отмечается, что одним из важнейших направлений деятельности данной сферы, наряду с постоянным удовлетворением потребностей населения в разнообразных услугах, в частности, общественного питания, было сохранение рабочих мест, квалифицированных специалистов. Эмпирическое исследование, проведенное среди жителей Калининграда, а также опрос экспертов, показали, что в целом сфера общественного питания областного центра успешно справилась с возникшими проблемами. В тоже время выявлено, что в период пандемии COVID-19 не удалось обеспечить гармоничный переход к новым условиям работы, в полной мере использовать адаптационные возможности и потенциал грамотного управления в экстремальных условиях. Зачастую руководители действовали по наитию, не могли внедрить современные технологии в управленческой практике.

**Ключевые слова:** социальные технологии, пандемия COVID-19, управленческие практики, сфера обслуживания

**Для цитирования:** Кривошеев В.В., Варакута Д.А., Янголь А.А. Социальные технологии адаптации: результаты исследования предприятий общественного питания в условиях пандемии COVID-19 // *Социальная компетентность*. 2021. Т. 6. № 2. С. 234–240.

## Social adaptation technologies: results of a study of catering enterprises in pandemic conditions COVID-19

© Vladimir V. Krivosheev\*, Diana A. Varakuta\*, Alisa A. Yangol\*

\*Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

\*\*"Kaliningrad Restaurant Service" company, Kaliningrad, Russia

\*\*\*"Papasha Beppe" pizzeria company, Kaliningrad, Russia

**Abstract:** The article focuses on an important aspect of recent management practice. We are talking about adapting the service sector, in particular, catering enterprises to the conditions of restrictions that are associated with the ongoing pandemic. COVID-19 The authors emphasize the importance of a socially technological approach in organizing the work of service enterprises in fairly difficult conditions that were dictated by the self-isolation regime. It is noted that one of the most important activities of the service sector, along with constantly meeting the needs of the population for a variety of services, in particular catering, was the preservation of jobs and qualified specialists. An empirical study conducted among residents of the regional center, as well as a survey of experts, showed that in general the catering sector of Kaliningrad successfully coped with the problems that arose. At the same time, it was revealed that the pandemic period COVID-19 failed to ensure a harmonious transition to new working conditions, to fully use the adaptation opportunities and the potential of competent management of social organizations in extreme conditions. Often, the heads of catering enterprises acted on the initiative, could not use modern technologies in management practice.

**Keywords:** social technologies; pandemic COVID-19; management practices; service area

**For citation:** Krivosheev V.V., Varakuta D.A., Yangol A.A. (2021) Social adaptation technologies: results of a study of catering enterprises in pandemic conditions COVID-19. *Sotsial'naya kompetentnost' = Social Competence*. Vol. 6. No. 2. P. 234–240. (In Russ.)

## Введение

В управленческих практиках одним из определяющих моментов является точное соблюдение последовательной и рационально принятой процедуры, то есть применение социально технологического подхода. Это было важно всегда, но в настоящее время, когда общество, все процессы в нем становятся сложными, многогранными, такой метод является жизненно необходимым. Тем более, если речь идет о неких экстремальных ситуациях, как это произошло в ходе продолжающейся пандемия COVID-19. В этих непростых условиях действуют все социальные организации, включая и такие, которые связаны с оказанием услуг, например, предприятия общественного питания. По сравнению с недавним прошлым, их становится все больше, а для значительной части населения городов стало вполне привычным не только питаться в них, но и проводить содержательный досуг. Ситуация кардинально изменилась с началом пандемии. Введение режима самоизоляции поначалу для всех категорий населения поставило весь коммерческий сектор, а значит и кафе, рестораны, столовые в весьма нелегкое положение, заставило оперативно принимать меры для сохранения штата работников, получения средств для аренды помещений, уплаты коммунальных платежей и т. п. Добиться успеха руководителям этой сферы, да возможно и иных организаций, стало возможным только благодаря применению социальных технологий в управлении. К настоящему времени, как известно, есть много исследований, посвященных изучению их влияния на успешность работы предприятий и организаций. Прежде всего можно назвать работы М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури (2020), В.В. Щербины (2014), Н.С. Данакина (2019), Л.Я. Дятченко (1993; 2017), А.К. Зайцева (1993; 2009), В.Н. Иванова (1996). Детально изучают применение социальных технологий в коммерческих организациях Е.Л. Руднева, Е.С. Глухова (2017), И.Б. Мардарь (2018). Отдельные аспекты информационно-аналитической работы предприятий изучает Т.А. Бочарова (2018). Особое внимание исследователи обращают на их работу, на ситуацию в экономике в целом в условиях пан-

демии COVID-19. В этой связи заслуживают внимания работы Е.В. Максимовой, А.Г. Рябцева, О.А. Сазоновой (2020), Е.С. Вылковой (2020), А.Я. Яфасова, Н.А. Костриковой (2020), Н.П. Киргизовой, В.В. Дурынина (2020). Есть исследования, посвященные анализу деятельности предприятий общественного питания. Это работы В.В. Стаценко (2017), В.В. Тымчука (2017), О.В. Александрова, Е.И. Добролюбовой (2020). Проведенное нами исследование в известной степени дополняет этот анализ на примере работы предприятий общественного питания в Калининграде.

## Методы

В исследовании использовался метод экспертного опроса в виде формализованного интервью. Для изучения мнения экспертов и их осведомленности относительно функционирования и перспектив работы заведений общественного питания в период пандемии COVID-19 и по ее окончании был разработан гайд, состоящий из 17 вопросов. Опрос был проведен с 1 по 15 марта 2021 года. Выборка экспертов (всего интервьюировано 11 из числа владельцев и управляющих кафе, ресторанов, пекарен, баров Калининграда) была произведена по методу «снежного кома».

## Основные результаты и выводы

Анализируя ответы экспертов, нельзя не обратить внимание на несколько обстоятельств. Во-первых, практически все отмечают серьезный урон бизнесу, который нанесла пандемия. (В ответах сохранен стиль отвечающих). Вот наиболее типичные суждения: «Очень многие заведения закрылись, даже работая на заказы «с собой» и доставку, все равно они были в глубочайшем минусе, появились долги поставщикам. До сих пор некоторые предприятия не вышли из кризиса, до сих пор у них еще долги». «Увеличились расходы, начались проблемы с персоналом, его набором. Прошлый год очень ударил по финансовой части, содержание персонала и оплату текущих затрат никто не отменял».

Но есть и немало высказываний, которые свидетельствуют о том, что даже в этих непростых условиях многое, оказывается, можно реализовать и в значительной мере это

зависит не только от разворотливости, но и от грамотно построенной системы управления предприятием, умения прогнозировать возможные риски. Судя по всему, именно это и позволило преодолевать трудности, а кто не счел необходимым изменять принципы и практику воздействия на функционирование предприятия, тот оказался в проигрыше: «За год мы все очень сильно отстали. Отрасль ресторанного бизнеса дольше всех держали в ограничениях. По большей части пандемия помогла отсечь тот бизнес, который не был готов к подобным испытаниям». Еще один эксперт обратил внимание на то, что неконкурентные предприятия просто ускорили свое падение. В спокойное, скажем так время, они бы еще какой-то период функционировали, а вот экстремальная ситуация сразу вызвала обвальное их падение.

Во-вторых, с точки зрения экспертов, многие проблемы удалось решить в большем объеме, реализуя продукцию на вынос и на условиях доставки в офисы и на дом. Более того, те, кто занимался этим и раньше, оказались в более выгодном положении, у них многие процедуры уже были отработаны. Вот наиболее характерное суждение: «Динамика [реализации продукции] положительная, люди распробовали. Раньше с нашей точки зрения не было доставки, буквально перед мартом [2020 года в начале пандемии] мы её подключили, люди активно заказывают». Даже в условиях снятия ограничений предприятия не отказываются от такой реализации своей продукции: «На зал приходится процентов сорок, на доставку и на вынос около шестидесяти».

По наблюдениям экспертов новые условия работы кафе, ресторанов, пекарен изменили поведение потребителей, что потребовало некоторых перемен в работе с ними. Прежде всего, сказались падение доходов населения, что не могло не повлиять на величину чека, как говорят специалисты ресторанного бизнеса. «Гость стал более требовательным, поскольку денег у него стало меньше и тратит он их теперь вдумчиво. Всегда актуальна атмосфера, но соотношение цена-качество перевешивает. Честно сказать, гости стали экономить, как и все люди, в результате сложившейся ситуации». Одно-

временно отмечалось едва ли не массовое недовольство людей новыми санитарными требованиями, что, как представляется, может свидетельствовать о низкой массовой культуре в нашем обществе. «Многие гости плохо отнеслись к новым санитарным порядкам, например, объявляя бойкоты нахождение в масках». «Гости возмущены отсутствием нормального отдыха, запретам. Были моменты, когда, к примеру, приходит семья из шести человек, но мы можем посадить максимум 4, данное обстоятельство вызывало недовольство. Кроме как принести извинения, мы просто не могли ничего сделать. Бывали, конечно, конфликты, но мы старались это все разрешить».

К сожалению, эксперты констатировали, что в их управленческих практиках в столь необычных условиях явно не доставало новых подходов, технологических приемов. «Скажу честно – кроме того, что в карантин мы работали на доставке и еду «с собой», ничего больше не предпринималось и предприниматься, соответственно, не будет. Нашей задачей было – держаться на плаву, а какими способами – это уже другой вопрос. Что касается кухни – мы внесли изменения в расстановку оборудования, чтобы повар в процессе приготовления блюда совершал минимум лишних движений». Другой эксперт отметил: «Нам повезло, что незадолго до пандемии удалось обновить часть оборудования. Это также сыграло немаловажную роль в оптимизации бизнеса. Все, что мы сделали – мы перешли в онлайн, когда это было необходимо. Когда сняли ограничения, люди начали приходить и все более менее стало на круги своя». Эксперт признается: «Период пандемии особо не повлиял на нашу активность, мы как внедряли те или иные новшества, так и продолжаем это делать».

В тоже время часть экспертов, правда, совсем незначительная, зафиксировала и некоторые новации, которые помогли выживать, а в дальнейшем и успешно развивать столь сложный бизнес, ведь он напрямую связан на потребителя, его спрос. Один специалист фиксирует: «Мы увеличили ассортимент уже готовой продукции. В нашем кафе можно приобрести замороженную про-

дукцию». А вот и попытка использовать социальные сети: «За два с половиной месяца, пока сидели дома, завязали такой прикольный проект, канал на Ютубе, где у нас уже 7 выпусков на данный момент. Мы опрашивали известных персон города. Находили калининградцев, которые в общепите были в восьмидесятых – девяностых, и помнят открывавшиеся тогда заведения. Это было здорово, во-первых, с исторической точки зрения, а во-вторых, в плане лояльности к нам, это не была реклама, мы не брали за это деньги, не давали их никому, ничего не продвигали. Мы это делали, потому что у нас было время и был интерес». Известно, что современные бары, чтобы преодолеть запрет на работу, так называемых рюмочных, в которых, как известно, продавались только спиртные напитки, стали готовить пусть и в небольшом ассортименте вторые блюда, закуски. Эксперт в этой связи отмечает: «Плюс, наверное, на это тоже повлияла пандемия, у нас выстроилась четкая концепция бара, то есть до этого, это был просто бар, то тут у нас было огромное количество времени, для того, чтобы подумать, выстроить план действий. Пандемия в этом плане сыграла очень хорошую роль в развитии и формировании нашего заведения. Пересмотр финансовой модели, сокращение постоянных расходов, но инвестиции в персонал».

Особого внимания заслуживал вопрос об использовании различных цифровых платформ, включая их применение для контактов с поставщиками, потенциальными клиентами, образовании новых сообществ. Все эксперты отметили, что стали активно работать с сервисами Delivery и Яндекс. Один из них отметил, что «транслировали услуги в Instagram, у нас также есть приложение ЮДС, система лояльности, где есть возможность общаться с гостями посредством ответов на отзывы. Также мы два раза в неделю отправляем уведомления гостям». Лишь один эксперт развернул по-настоящему целостную картину внедрения цифровых технологий в обслуживание клиентов: «Есть несколько путей размещения [рекламы]. Есть карты, есть TripAdvisor, есть Гугл-отзывы, есть местные платформы. Лично у нас 2GIS неплохо работает и Яндекс карты. В мень-

шей степени сейчас действует Instagram, и я задумываюсь, как бы сделать страницу в Tik Tok – это актуально. Instagram занимается отдельный человек». Как видим, кроме того, что называется обычным приемом продвижения услуг, большинством руководителей и менеджеров мало что делалось в использовании современных информационных технологий.

Возникал и вопрос о поддержке данного бизнеса государством. Как и можно было предположить, ожидания оказались намного выше реальности. По нашему мнению, это может свидетельствовать о все еще не в полной мере изжитом патернализме даже в среде предпринимателей. Вот наиболее характерные высказывания. «Поддержка от государства... Ну, в принципе, никакой, потому что, допустим, также вопрос про арендную плату и так далее, все заведения, которые сейчас остались, все точки, они находятся в собственности, поэтому ничего особо нам как бы тут нечем помогать». «Государство оказало мизерную поддержку. Весь штат был сохранен, несмотря на урезанные втрое зарплаты». Примечательно, что значительная часть экспертов вообще воздержалась от ответов на этот вопрос.

Высказались они и о некоторых итогах и своего рода уроках пандемии. «То есть мы более менее уже выбираемся из этого карантина. К нам начинают ходить люди, в основном, уже все нормально». «Карантин нас научил быть более пластичными, быстро принимать решения. Познакомились с новыми поставщиками. В целом, этот период заставил нас пошевелиться и держаться в тоне». Многие были однако не столь оптимистично настроенные, видят немало трудностей на пути оживления своего бизнеса. Вот лишь некоторые суждения. «Чтобы восстановить экономические потери понадобится пару лет. Доставка забрала на себя огромный сегмент рынка, чтобы его вернуть – нужно время». «Появились долги от поставщиков, потому что цены на продукты в период пандемии не снижались, а выручки, естественно, упали. Какие-то потери в плане людей, то есть их стало меньше». «Потеря 40 % гостей, финансовые потери».

В качестве своеобразного общего вывода

можно привести слова одного из экспертов: «Тяжело рассуждать о потерях только с точки зрения общепита, потому что мы все равно работаем в экономическом поле, в котором не только мы функционируем. Сейчас идет общая тенденция индексации, падения доходов и всего остального. Сейчас рано, мне кажется, об итогах. Результаты будут года через три понятны до конца».

## Выводы

Но дело, как представляется, состоит не только в том, чтобы вернуться к прежнему состоянию, если это возможно. Имеется в

виду возврат основной массы клиентов, увеличение прибыли. Речь идет о том, что руководители предприятий, управляющий их состав пока плохо представляют реальные механизмы, социальные технологии обеспечения устойчивого развития своего бизнеса. Поэтому, на наш взгляд, необходимо всемерно инициировать повышение квалификации в этом сегменте бизнес-сообщества, обмен положительным опытом работы в экстремальных условиях. Без этого никакая поддержка среднего и малого бизнеса не будет достаточно эффективна.

## Библиографический список / References

- Александров О.В., Добролюбова Е.И. Влияние пандемий на деятельность предприятий общественного питания и пути его минимизации // Торговая политика. 2020. № 1 (21). С. 41–48.
- Aleksandrov O.V., Dobrolyubova E.I. (2020) The impact of pandemics on the activities of public catering enterprises and ways to minimize it. *Torgovaya politika = Trade policy*. No.1 (21). P. 41–48. (In Russ.)
- Бочарова Т.А. Социальные технологии организации информационно-аналитической деятельности компаний // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2018. № 14 (54). С. 42–46.
- Bocharova T.A. (2018) Social technologies for organizing information and analytical activities of companies. *Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo = Belgorod State University Scientific Bulletin. Philosophy Sociology Law*. No. 14 (54). P. 42–46. (In Russ.)
- Вылкова Е.С. Поддержка экономических субъектов налоговыми способами и методами в зарубежных странах и РФ в условиях коронавируса // Вестник ЗабГУ. 2020. № 5. С. 36–39.
- Vylkova E.S. (2020) Support of economic entities with tax methods and methods in foreign countries and the Russian Federation in the context of coronavirus. *Vestnik ZabGU = Transbaikalian State University Journal*. No. 5. P. 36–39. (In Russ.)
- Данакин Н.С., В.М. Захаров В.М. Теоретические и технологические основы компетентного подхода к государственному и муниципальному управлению: монография. Белгород: НИУ «БелГУ», 2019. 269 с.
- Danakin N.S., V.M. Zakharov V.M. (2019) Theoretical and Technological Foundations of the Competence-Based Approach to State and Municipal Management: monograph. Belgorod: NIU "BelGU". 269 p. (In Russ.)
- Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении современным предприятием // Высшее образование в России. 2017. № 9. С. 34–38.
- Dyatchenko L.Ya. (2017) Social technologies in modern enterprise management. *Higher education in Russia = Higher Education in Russia*. No. 9. P. 34–38. (In Russ.)
- Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении. Белгород: Центр социальных технологий, 1993. 343 с.
- Dyatchenko L.Ya. (1993) Social technologies in management. Belgorod: Tsentr sotsial'nykh tekhnologii. 343 p. (In Russ.)
- Зайцев А.К. Внедрение социальных технологий в практику управления // Социальное развитие предприятия и работа с кадрами. Москва, 2009. 214 с.
- Zaitsev A.K. (2009) Implementation of social technologies in management practice. *Sotsial'noe razvitie predpriyatiya i rabota s kadrami = Social development of the enterprise and work with personnel*. Moscow. 214 p. (In Russ.)
- Зайцев А.К. Социолог на предприятии: пособие практику. Калуга: Калужский институт социологии, 1993. 206 с.
- Zaitsev A.K. (1993) Sociologist at the Enterprise: A Guide to Practice. Kaluga: Kaluzhskii institut sotsiologii. 206 p. (In Russ.)
- Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире. М.: Славянский диалог, 1996. 334 с.
- Ivanov V.N. (1996) Social technologies in the modern world. Moscow: Slavyanskii dialog. 334 p. (In Russ.)
- Киргизова Н.П., Дурнин В.В. Выбор стратегии выживания компаний после пандемии // Столыпинский вестник. 2020. № 2. С. 16–19.
- Kirgizova N.P., Durnin V.V. (2020) Choosing a survival strategy for companies after a pandemic. *Stolypinskiy vestnik = Stolypin Annals*. No. 2. P. 16–19. (In Russ.)
- Максимова Е.В., Рябцев А.Г., Сазонова О.А. Влияние коронавируса на экономику России // Инновации и инвестиции. 2020. № 4. С. 81–88.

Maksimova E.V., Ryabtsev A.G., Sazonova O.A. (2020) Impact of coronavirus on the Russian economy. *Innovatsii i investitsii = Innovation & Investment*. No. 4. P. 81–88. (In Russ.)

Мардарь И.Б. Социальные технологии в деятельности коммерческих организаций // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2018. № 8. С. 33–38. Mardar' I.B. (2018) Social technologies in the activities of commercial organizations. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Regionovedenie: filozofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya = Bulletin of the Adyge state university. Series "Region studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political sciences and culture science"*. No. 8. P. 33–38. (In Russ.)

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Классическое издание. М.: Вильямс, 2020. 672 с. Meskon M., Al'bert M., Khedouri F. (2020) Fundamentals of management. Classic Edition. Moscow: Vil'yams. 672 p. (In Russ.)

Руднева Е.Л., Глухова Е.С. Применение современных социальных технологий в деятельности организаций // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 378. С. 303–306. Rudneva E.L., Glukhova E.S. (2017) Application of modern social technologies in the activities of organizations. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*. No. 378. P. 303–306. (In Russ.)

#### Сведения об авторах

**Кривошеев Владимир Вениаминович**, профессор, доктор социологических наук, доцент, Институт гуманитарных наук, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, 236016, Калининград, ул. Александра Невского, 14, Россия, ✉ e-mail: VKrivosheev@kantiana.ru

**Варакута Диана Александровна**, менеджер, Компания «Калининград Ресторан Сервис», 236016, Калининград, ул. Аллея смелых, 31, Россия, e-mail: v-strekoza@mail.ru

**Янголь Алиса Александровна**, менеджер, Компании пиццерии «Папаша Беппе», 236006, Калининград, Ленинский проспект, 20-26, Россия, e-mail: alisa.ianghol@mail.ru

Стаценко В.В. Главная технология успеха ресторанного бизнеса. Херсон: Олди-плюс, 2017. 550 с. Statsenko V.V. (2017) The main technology for the success of the restaurant business. Xerson: Oldi-plyus, 550 p. (In Russ.)

Стефанов Н. Общественные науки и социальная технология. М.: Изд-во «Прогресс», 2006. 182 с. Stefanov N. (2006) Social sciences and social technology. Moscow: Progress. 182 p. (In Russ.)

Тымчук В.В. Предпринимательские решения в развитии ресторанного бизнеса. Санкт-Петербург, 2017. 121 с. Tymchuk V.V. (2017) Entrepreneurial solutions in the development of the restaurant business. Saint Petersburg. 121 p. (In Russ.)

Щербина В.В. Социальные технологии: история появления термина, трансформация содержания, современное состояние // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 113–124. Shcherbina V.V. (2014) Social'ny'e texnologii: istoriya poyavleniya termina, transformaciya sodержaniya, sovremennoe sostoyanie . *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*. No. 7. P. 113–124. (In Russ.)

Яфасов А.Я., Кострикова Н.А. Проблемы трансформации социально-экономических систем в постсovid-19-й экономике // Известия КГТУ. 2020. № 58. С. 27–33. Yafasov A.Ya., Kostrikova N.A. (2020) Problems of transformation of socio-economic systems in the post-Covid-19th economy. *Izvestiya KGTU = KSTU News*. No. 58. P. 27–33. (In Russ.)

#### Information about the authors

**Vladimir V. Krivosheev**, Dr. Sci. (Sociological Sciences), Professor, Associate Professor of Institute of Humanities of Immanuel, Kant Baltic Federal University, 14 Alexander Nevsky Street, Kaliningrad, 236016, Russia, ✉ e-mail: VKrivosheev@kantiana.ru

**Diana A. Varakuta**, manager, of "Kaliningrad Restaurant Service" company, 31, street Alley of the Bold, Kaliningrad, 236016, Russia, e-mail: v-strekoza@mail.ru

**Alisa A. Yangol**, manager, of the "Papasha Beppe" pizzeria company, 20-26, Lenin Avenue Kaliningrad, 236006, Russia, e-mail: alisa.ianghol@mail.ru

**Заявленный вклад авторов**

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

**Конфликт интересов**

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

*Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.*

**Информация о статье**

Статья поступила в редакцию 07.05.2021; одобрена после рецензирования 21.05.2021; принята к публикации 01.06.2021.

**Contribution of the authors**

The authors contributed equally to this article.

**Conflict of interest**

The authors declares no conflict of interest.

*The authors have read and approved the final version of this manuscript.*

**Information about the article**

The article was submitted 07.05.2021; approved after reviewing 21.05.2021; accepted for publication 01.06.2021.