

---

# СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

---

**M.A. Vaskov, Yu.M. Iliyaeva**  
**Opportunities and Restrictions**  
**of Small Businesses in the Tourist**  
**and Recreational Complex in Russia**

An analysis of specifics of small businesses in the tourist complex is drawn. Based on the criteria established, the features of the functional and business processes that take place in organizations of small businesses in the tourist and recreational complex are identified.

*Key words and word-combinations:* small business entities, tourist complex, accommodation facilities.

Проводится анализ специфики субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе. На основе сформированных критериев идентифицируются особенности ключевых функциональных и бизнес-процессов, протекающих в субъектах малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе.

*Ключевые слова и словосочетания:* субъекты малого бизнеса, туристско-рекреационный комплекс, средства размещения.

УДК 338:338.48  
ББК 65.290+65.433

*М.А. Васьков, Ю.М. Ильяева*

## ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ

Социально-экономические вызовы, возникшие в России на современном этапе, обуславливают необходимость пересмотра направлений развития, переориентации российской экономики. Изменение структуры экспорта, повышение адаптивности российских организаций к усиливающимся внешним и внутренним ограничениям актуализируют проблему поиска новых модификаций ведения бизнеса. Решение проблем экономического роста должно быть связано с развитием малого бизнеса.

Классификация субъектов малого бизнеса может проводиться по видам деятельности, которую осуществляет субъект. Определяемые виды деятельности основаны на Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности — одном из

основных классификаторов, используемых для учета широкого круга экономических параметров развития народного хозяйства.

Анализ статистических данных, характеризующих деятельность субъектов малого бизнеса, показал, что наиболее характерными видами экономической деятельности субъектов малого бизнеса в России на современном этапе являются торговля; операции с недвижимым имуществом; строительство; обрабатывающие производства; транспортные, гостиничные и ресторанные услуги; коммунальные, социальные и персональные услуги; сельское хозяйство. Количество субъектов малого бизнеса, ведущих указанные виды деятельности, в совокупности составляет от 95 до 98% от общего числа субъектов малого бизнеса в России.

При анализе каждого из видов деятельности субъектов малого бизнеса была разработана матрица, позволяющая идентифицировать основные различия в особенностях управления функциональными процессами в зависимости от вида экономической деятельности. В управленческой науке традиционно выделяют следующие виды функциональных процессов: производство (оказание услуг), маркетинг, управление персоналом, управление финансами и общее управление. Рассмотрим особенности ключевых функциональных процессов в зависимости от сферы деятельности субъекта малого бизнеса.

Торговля является самым распространенным видом деятельности субъектов малого бизнеса: их доля в данной сфере составляет от 30 до 50%. Это предприятия, осуществляющие оптовую и розничную торговлю — магазины, склады, киоски и т.д. Специфика сферы торговли определяет ориентацию общего управления на краткосрочный период, горизонт планирования редко превышает 2—3 года. Данный вид деятельности зачастую осуществляется в формате семейного бизнеса. Низкий уровень квалификации, использование преимущественно материальных стимулов и отсутствие мероприятий по развитию персонала обуславливает высокую текучесть кадров. Этот вид бизнеса сильно зависит от конъюнктуры рынка, что сводит к минимуму активность в сфере маркетинга — маркетинговые мероприятия проводятся в первый год существования предприятия и редко носят системный характер. Также для данного вида деятельности характерны высокий уровень локализации и низкая ориентация на потребителя, а добавленная стоимость определяется разницей в закупочной и отпускной цене. Управление финансами в зависимости от размера предприятия производится с помощью собственных специалистов, стартовый капитал формируется из собственных сбережений и заемных средств.

Вторым по распространенности видом деятельности субъектов малого бизнеса являются операции с недвижимым имуществом — это агентства недвижимости, предлагающие посреднические услуги в сфере купли-продажи недвижимости. В связи с высоким уровнем зависимости от рыночной конъюнктуры общее управление ориентировано на краткосрочный период, стратегические планы не разрабатываются. Субъекты малого бизнеса в данной сфере отличаются развитым взаимодействием с другими организациями этой и смежных сфер, поэтому развитие персонала ориентировано преимущественно на повышение коммуникативной компетентности. Вместе с тем для организаций данной сферы также характерна высокая текучесть кадров. Данный вид бизнеса

имеет относительно высокий уровень локализации, а добавленная стоимость определяется конъюнктурой рынка, в связи с чем рекламная кампания в классическом виде не проводится, используются методы «сарафанного радио». Особенностью управления финансовыми потоками в данной сфере деятельности субъекта малого бизнеса является минимальный стартовый капитал. Также необходимо отметить наличие высокого уровня «административной» ренты [1].

В сфере строительства малое предпринимательство представлено небольшими строительными компаниями. Специфика деятельности определяется ее проектным характером, что отражено как в наличии среднесрочных планов, так и в реализации кадровой политики (создание рабочих групп под строительный проект). Данный вид деятельности характеризуется высокими отраслевыми барьерами, определяемыми большим количеством разрешительных процедур и, как следствие, высоким уровнем «административной» ренты. Квалификация персонала в данной сфере определяется не уровнем образования, а опытом работы, что на фоне низкого уровня технологичности обуславливает формирование добавленной стоимости ручным трудом. Как следствие, развитие персонала и маркетинговые мероприятия проводятся крайне редко. Данный вид бизнеса сильно зависит от социально-экономических условий в стране.

Малое предпринимательство в отрасли обрабатывающего производства представлено небольшими предприятиями по производству товаров народного потребления. Данный вид малого бизнеса в силу высоких отраслевых барьеров и низкой конкурентоспособности продукции слабо распространен в России. Общее управление характеризуется наличием среднесрочных планов, так как высокая нагрузка на руководителя, на которого ложится решение рутинных проблем, не позволяет заниматься вопросами стратегического развития. Текучесть кадров относительно низка, как и профессиональная мобильность персонала, а развитие персонала осуществляется фрагментарно для решения оперативных задач. Высокий уровень издержек производства из-за технологической отсталости не позволяет проводить полноценную маркетинговую политику, что приводит к слабому влиянию на конъюнктуру рынка. Стартовый капитал предприятия формируется из собственных средств предпринимателя, в редких случаях — с привлечением заемных средств.

Деятельность субъектов малого бизнеса в транспортной сфере представлена небольшими предприятиями, осуществляющими пассажирские и грузовые перевозки автомобильным транспортом. Для нее характерно отсутствие стратегических планов и высокие отраслевые барьеры, связанные с приобретением транспортных средств. Уровень квалификации определяется опытом, что приводит к отсутствию мер по развитию персонала и неформальной занятости. Маркетинговые мероприятия практически не проводятся, а отсутствие качественных маркетинговых исследований способствует деформации рынка. Добавленная стоимость в данной сфере формируется под влиянием конъюнктуры рынка на фоне неформальной тарификации услуг. Стартовый капитал определяется сферой услуг и может варьироваться от минимального (индивидуальные пассажирские перевозки) до значительного (перевозка многотоннажных грузов).

В общем числе субъектов малого бизнеса доля гостиниц и ресторанов составляет 2–5%. Подавляющее большинство — рестораны, доля небольших гостиниц и гостевых домов незначительна. Общее управление характеризуется наличием среднесрочных планов с учетом сезонности, высоким уровнем отраслевых барьеров, а также высоким уровнем регламентации и контроля со стороны государства. Особенностью данного вида бизнеса является высокая зависимость от требований локального рынка и уровня конкуренции, что определяет потребность в развитии персонала и качество маркетинговых мероприятий. Значительную роль в успехе данного вида бизнеса играет уровень развития инфраструктуры, которая в конечном счете определяет добавленную стоимость. Это формирует тенденцию к кластеризации с одной стороны и к диверсификации деятельности — с другой. Стартовый капитал формируется из собственных и заемных средств, его объем зависит от расположения предприятия.

Сфера коммунальных, социальных и персональных услуг в малом бизнесе развита слабо. Основными субъектами малого предпринимательства в ней являются индивидуальные предприниматели, оказывающие различные виды персональных услуг. Эта особенность определяет высокий уровень идентификации предпринимателя с его бизнесом. Развитие персонала ориентировано прежде всего на личный и профессиональный рост предпринимателя. Индивидуальный характер деятельности обуславливает доминирование технологий самопрезентации, а добавленная стоимость формируется уникальными конкурентными преимуществами предпринимателя. Вторичные бизнес-процессы в данной сфере имеют низкое качество, так как редко используются услуги сторонних организаций.

Субъекты малого бизнеса в отрасли сельского хозяйства отличает высокий уровень семейственности: семья предпринимателя (фермера) активно участвует в работе предприятия. Для данной сферы деятельности характерна сезонность и неформальная занятость, а развитие персонала полностью отсутствует, что крайне отрицательно сказывается на качестве человеческого капитала. Бизнес в данной сфере характеризуется высокой зависимостью от качества сбытовой инфраструктуры, на которую чаще всего перекладывается проведение маркетинговых мероприятий. Деятельность субъектов малого бизнеса зависит от факторов внешней среды, природных факторов и характеризуется высокой чувствительностью к инфляции издержек и высоким уровнем сезонности финансовых потоков.

Таким образом, субъекты малого бизнеса в различных видах экономической деятельности имеют различную специфику реализации ключевых функциональных процессов, что обусловлено как внешними факторами (качество инфраструктуры, уровень регулирования, уровень конкуренции и др.), так и внутренними (уровень технологичности, уровень локализации и др.).

Услуги размещения объективно занимают центральное место в туристско-рекреационном комплексе. Гостиницы являются его системообразующим элементом. Именно данная сфера экономической деятельности способна формировать мультипликативный эффект и оказывать влияние на качество жизни общества.

В современном туристско-рекреационном комплексе субъекты малого бизнеса, предоставляющие услуги размещения (малые гостиницы), играют все большую социально-экономическую роль. Они являются источником рабочих мест и, как правило, разновидностью семейного бизнеса. Малые гостиницы ориентированы прежде всего на потребителей с низким уровнем дохода, что особенно актуально в современных социально-экономических условиях.

Исследование особенностей субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе России позволило выделить общие черты реализации бизнес-процессов.

*Общее управление.* Факторы сезонности, оказывающие существенное влияние на работу малых предприятий в туристско-рекреационном комплексе, обуславливают необходимость планирования в горизонте 1–2 лет. Организация в соответствии с разработанным планом определяет потребность в финансовых, человеческих, материальных ресурсах.

Относительно высокие отраслевые барьеры в туристско-рекреационном комплексе связаны с высоким уровнем первоначальных затрат на создание организации, а также продвижение ее услуг на рынке. Ключевыми затратами выступают расходы на строительство, приобретение оборудования и инвентаря. В отличие от крупных предприятий субъекты малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе не могут на этапе создания предприятия использовать эффект масштаба, при котором объем первоначальных затрат напрямую зависит от мощности объекта размещения.

Высокий уровень регламентации и контроля со стороны государства связан с реализацией приказа Министерства культуры РФ «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями» [2]. В соответствии с Приказом, гостиницы и иные средства размещения проходят классификацию в добровольном порядке, однако предусмотрены исключения для гостиниц в г. Сочи и регионах, где будут проводиться чемпионат мира по футболу FIFA 2018 г. и Кубок конфедераций FIFA 2017 г. Гостиницам и иным средствам размещения присваиваются от одной до пяти звезд. Особенностью нового Порядка классификации является упразднение категории «мини-отель», которая ранее включала большинство малых предприятий в данной сфере.

Субъекты малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе в большинстве случаев возглавляются собственниками. Это социально активная часть общества, обладающая предпринимательскими способностями. Качество управления определяется чаще всего опытом и уровнем развития профессиональных и личных качеств. При этом базовое образование предпринимателя зачастую не соответствует сфере деятельности, а базовые знания приобретаются самостоятельно и носят фрагментарный характер. Данное обстоятельство значительно снижает качество оказываемых услуг и, как следствие, приводит к низкой экономической эффективности малого предприятия.

*Управление персоналом* и политика в сфере развития малого бизнеса туристско-рекреационного комплекса также имеет свои особенности. Работа

малого предприятия характеризуется сильным влиянием факторов сезонности, особенно если гостиница предоставляет услуги размещения вне городской среды. Так, на территориях с развитым пляжным туризмом срок активной работы составляет 3–4 месяца (летний период), а там, где развит горный (горнолыжный, экстремальный и др.) туризм, продолжительность сезона определяется устойчивостью снежного покрова на горнолыжных склонах и может составлять от 3 до 5 месяцев. Сезонность является ключевым фактором ограничения системной кадровой политики, так как персонал, занятый на предприятии, в большинстве случаев работает на краткосрочной основе.

Следует отметить, что качество услуг размещения, предоставляемых субъектами малого бизнеса, определяется уровнем конкуренции и требованиями локального рынка. Данный фактор является причиной резкой дифференциации качества услуг даже в пределах одного региона. На территориях с относительно высоким уровнем конкуренции качество персонала становится одним из приоритетов системы менеджмента; там же, где состояние туристской инфраструктуры находится на начальном этапе развития, требования к персоналу являются достаточно низкими, а система развития персонала отсутствует.

*Маркетинг.* Деятельность субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе тесно связана с внешней средой, характеризующейся высокой сложностью и динамизмом. В сложившихся условиях необходимо разработать и последовательно реализовывать план сбыта и продвижения услуг размещения. Важнейшим аспектом планирования является разработка плана продвижения услуг на рынке с учетом сезонного колебания спроса. У большинства субъектов малого бизнеса, предоставляющих услуги размещения, активная фаза рекламной кампании совпадает с началом сезона, что свидетельствует об отсутствии системности в проведении маркетинговых мероприятий.

Большинство субъектов малого бизнеса в указанной сфере используют инструменты маркетинга только при возникновении таких проблем, как снижение объема продаж, снижение темпов роста рынка, рост конкуренции на локальном рынке. Некоторые компании обращаются к услугам сторонних предприятий для организации сбыта и продвижения услуг размещения. Чаще всего это туристические агентства, электронные системы бронирования. Эффективность таких мероприятий не всегда высока, поскольку услуги посредников дорого стоят, что приводит к дополнительным издержкам.

Еще одним важным аспектом реализации маркетинговых мероприятий субъектами малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе выступают маркетинговые исследования. Высокая динамичность рынка туристско-рекреационных услуг обуславливает необходимость непрерывного и детального мониторинга потребительских предпочтений, активности конкурентов, новых каналов сбыта, новых продуктов и услуг. Проведение маркетинговых исследований требует больших затрат времени и человеческих ресурсов, что делает их недоступными для отдельных субъектов малого бизнеса. Вместе с тем именно детальное знание состояния рынка открывает возможности для роста конкурентоспособности услуг размещения на конкретной территории.

*Производство продукции / оказание услуг.* Субъекты малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе оказывают услуги размещения. Сфера

услуг, в том числе услуги размещения, имеет специфические особенности, отличающие ее от сферы производства. Так, по мнению М.А. Жуковой, услуги размещения обладают общими и специфическими характеристиками. К общим характеристикам услуги относятся неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению [3, с. 32]. Специфическими особенностями услуг в туристско-рекреационном комплексе являются следующие:

- возможность повышения освязаемости услуг с помощью маркетинговых инструментов;
- возможность участия потребителя услуги в ее производстве, что при высоком качестве услуги повышает вероятность повторного обращения;
- качество любой услуги определяется профессионализмом ее исполнения, что привело к введению различных стандартов обслуживания в туристско-рекреационном комплексе;
- дисбаланс спроса и предложения услуг размещения обуславливает необходимость проведения гибкой ценовой политики, позволяющей снижать зависимость от фактора сезонности.

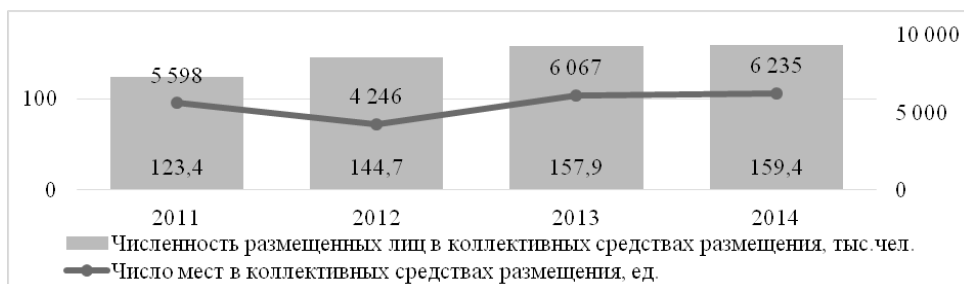
Таким образом, комплексная работа по повышению качества и доступности услуг размещения в туристско-рекреационном комплексе позволяет снизить влияние негативных свойств услуг.

Одним из ключевых аспектов успеха субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе является качество предоставляемых услуг. По мнению С.И. Берлина, «качество гостиничной услуги малых организаций гостиничного бизнеса представляет собой определенную совокупность свойств однородных услуг, установленных стандартами и ожидаемых потребителем, позволяющих удовлетворять установленные или предполагаемые индивидуальные потребности гостей в размещении, питании и прочем обслуживании в пределах малого средства размещения» [4, с. 46]. Как показывает практика, руководство субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе в силу отсутствия опыта и знаний редко отслеживает все параметры качества услуг, акцентируя внимание лишь на некоторых составляющих (спектр услуг, уровень комфорта и др.). Внедрение систем контроля качества в малых гостиницах связано с существенными издержками, что является ключевым препятствием в формировании системной политики повышения качества.

Одним из важных преимуществ субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе является относительно низкая локализация, то есть возможность реализации услуг размещения на достаточно большой территории. Современные системы бронирования гостиниц позволили преодолеть территориальные барьеры всем участникам туристско-рекреационного комплекса независимо от размера организации и дали возможность малым средствам размещения продавать свои услуги наравне с крупными гостиничными сетями. Однако не все представители малого гостиничного бизнеса используют современные информационно-коммуникационные технологии, что значительно снижает их конкурентоспособность.

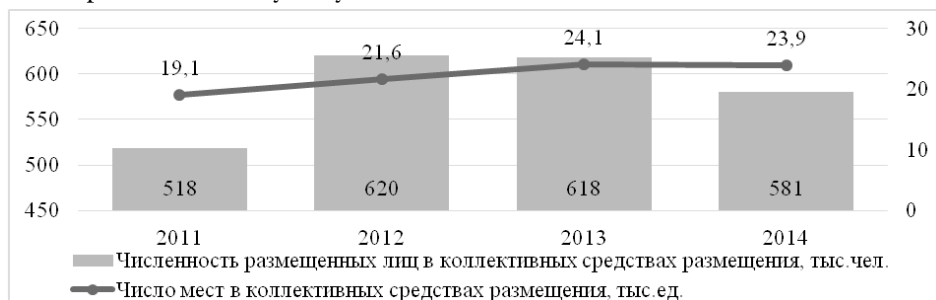
Важной особенностью субъектов малого бизнеса в туристско-рекреацион-

ном комплексе является прямая зависимость добавленной стоимости от уровня развития туристской инфраструктуры. Проводимая на уровне государства политика в сфере развития внутреннего туризма, ориентированная на создание туристско-рекреационных кластеров, показала, что реализация инфраструктурных проектов на отдельных территориях привела к существенному росту предпринимательской активности, развитию крупных гостиничных сетей, а также увеличению числа малых гостиниц. К примеру, реализация масштабного инвестиционного проекта «Архыз» в Карачаево-Черкесской Республике позволила за два года увеличить количество койко-мест в средствах коллективного размещения на 47% и увеличить поток туристов в регион на 10% (рис. 1).



**Рис. 1. Показатели деятельности коллективных средств размещения в Карачаево-Черкесской Республике**

Данные рис. 1. позволяют выявить важную особенность туристско-рекреационного комплекса в регионе — разрыв между спросом (численность размещенных лиц) и предложением (количество мест в коллективных средствах размещения), что связано прежде всего с отсутствием качественного прогнозирования спроса на рынке туристско-рекреационных услуг, а также централизованной и сбалансированной маркетинговой политики. Это характерно для данного комплекса именно в регионах Северо-Кавказского федерального округа. Как показано на рис. 2, в Алтайском крае — регионе с подобными природно-климатическими условиями — разрыв между спросом и предложением практически отсутствует.



**Рис. 2. Показатели деятельности коллективных средств размещения в Алтайском крае**

Таким образом, услуги размещения, выступающие компонентом туристской инфраструктуры, адаптируются к уровню и качеству других компонен-



тов: услуг питания, транспортных, культурно-досуговых и экскурсионных услуг. Их высокое качество значительно влияет на стоимость услуг размещения и определяет уровень эффективности субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе.

Перенимая зарубежный опыт диверсификации деятельности коллективных средств размещения, российские субъекты малого бизнеса в данной сфере предпринимают усилия по расширению спектра предоставляемых услуг. Помимо размещения, малые гостиницы организуют питание, прокат автотранспорта, экскурсионное обслуживание клиентов, что позволяет повысить уровень комфорта и обеспечить дополнительный объем выручки.

*Финансы.* Субъекты малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе, как и в других сферах, сталкиваются с проблемой дефицита финансовых ресурсов. Специфика отрасли обуславливает длительные сроки окупаемости вложений в строительство и оборудование гостиницы. Использование привлеченного капитала (преимущественно возвратного) является относительно редким, так как привлечение кредитных ресурсов требует имущественного обеспечения. Субъекты малого бизнеса, получившие доступ к кредитным ресурсам, используют все денежные средства для возврата кредита и не вкладывают в обновление номерного фонда и повышение качества услуг размещения.

Как справедливо отмечает Н.А. Авилова, «препятствием для развития гостиничного бизнеса в регионах является фактор высоких цен на недвижимость и землю: малый отель начинает окупаться через 5–6 лет при благоприятных экономических условиях. Официальное оформление гостиничного бизнеса, перевод жилой недвижимости в нежилой фонд — самая сложная процедура. Она требует много времени, материальных затрат, приходится оплачивать неподъемные налоги на имущество» [5, с. 82].

Руководство малых средств размещения в силу ограниченности финансовых ресурсов не может вводить в штат функциональных специалистов — маркетолога, специалиста по качеству, специалиста по управлению человеческими ресурсами. Их привлекают на принципах аутсорсинга, при этом качество предоставляемых услуг редко соответствует цене.

Таким образом, проведенный анализ видов субъектов малого бизнеса в зависимости от сферы экономической деятельности позволил идентифицировать особенности реализации функциональных и бизнес-процессов, протекающих в организации. На основе сформированных критериев проанализирована специфика субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе и выделены основные особенности: высокий уровень нормативного регулирования, высокие отраслевые барьеры, зависимость от фактора сезонности, отсутствие системной маркетинговой политики, низкий уровень локализации, тенденция к диверсификации, высокая зависимость от инфраструктуры, продолжительный срок окупаемости, высокая стоимость вторичных бизнес-процессов. Указанные особенности субъектов малого бизнеса в туристско-рекреационном комплексе обуславливают необходимость применения современных управленческих технологий, позволяющих преодолеть ограничения и усилить потенциал субъектов малого бизнеса.

**Библиографический список**

1. *Васьков М.А.* Трансформация управленческой культуры крупных коммерческих организаций Юга России: дис. ... д-ра социол. наук. Ростов н/Д, 2011.
2. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями: приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215. URL: <http://base.garant.ru/70843354/>
3. *Жукова М.А.* Менеджмент в туристском бизнесе. М., 2006.
4. *Берлин С.И.* Современная концепция управления качеством гостиничных услуг малых средств размещения // Научный вестник Южного института менеджмента. 2013. № 2. С. 45–51.
5. *Авилова Н.Л.* Малые отели России: проблемы и перспективы развития // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 7 (54). С. 79–86.

**L.Ya. Sakseltseva, Yu.I. Tarsky  
Youth Employment Issues in Terms  
of Sociology**

Youth employment issues are considered. Trends in the youth segment of the labor market are revealed. Results of sociological researches on graduates' employment are analyzed.

*Key words and word-combinations:* youth employment, labor market, regional employment differentiation, youth unemployment.

Рассматриваются проблемы занятости и трудоустройства молодежи. Выявляются тенденции молодежного сегмента рынка труда. Анализируются результаты социологических исследований по трудоустройству выпускников вузов.

*Ключевые слова и словосочетания:* трудоустройство молодежи, рынок труда, региональная дифференциация занятости, молодежная безработица.

УДК 331:316.014  
ББК 65.24+60.504/506

**Л.Я. Саксельцева,  
Ю.И. Тарский**

**ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ  
И ТРУДОУСТРОЙСТВА  
МОЛОДЕЖИ  
В ФОКУСЕ СОЦИОЛОГИИ**

**К**ризисная ситуация в экономике и финансовой сфере, спад деловой и экономической активности привели к резкому ухудшению положения на российском рынке труда. Как показывают данные Росстата (учет по методике МОТ), официальный уровень безработицы в России на сентябрь 2015 г. составил 5,2% экономически активного населения или 4,0 млн человек [1].

По результатам опроса ВЦИОМ (2015 г.), в последние несколько месяцев работу потеряли близкие каждого третьего участника опроса (30%), в том числе у 21% респондентов — двое-трое, у 9% — четверо и более. Чаще подобные случаи отмечаются в кругу людей с высшим образованием (32%),