



СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ

И.Б. Богер,

профессор кафедры отраслевых экономик Сибирского университета потребительской кооперации (г. Новосибирск), доктор экономических наук
bigorb@cn.ru

Т.Н. Богер,

доцент кафедры социального управления Сибирского университета потребительской кооперации (г. Новосибирск), кандидат экономических наук
socman@sibupk.nsk.su

В статье рассмотрен авторский методический подход в прогнозировании, предполагающий применение в процессе сравнительного технико-экономического анализа передового зарубежного опыта. Впервые в качестве первичного источника данных об обеспеченности мощностями торговой инфраструктуры предлагается использовать электронные картографические ресурсы.

Ключевые слова: прогнозирование, региональная торговля, обеспеченность торговыми площадями, передовой зарубежный опыт, картографический сервис.

УДК 339.371.2

По имеющимся экспертным оценкам доля муниципальных образований Российской Федерации, имеющих актуализированные документы градостроительного зонирования и территориального планирования, не превышает 3%. Следствием этого является хаотичная застройка, для которой характерна либо излишняя концентрация объектов торговли, либо их явный недостаток.

Важнейшим условием равномерного развития торговой отрасли является разработка градостроительных планов административно-территориальных образований, которые должны быть увязаны с программами их социально-экономического развития [3]. Основным подготовительным этапом данного процесса является оценка обеспеченности населения торговыми площадями в разрезе различных форматов и типов. Для этого целесообразно проводить самостоятельные исследования применительно к каждому отдельно взятому муниципальному образованию. В настоящее время существуют хорошо зарекомендовавший себя комплекс стандартных методик по формированию основных видов и типов торговых пространств муниципальных образований с различной численностью населения, их классификации, методик оценки их экономической привлекательности, факторов, критериев и принципов оптимального размещения розничных торговых предприятий.

Однако имеющиеся стандартные методики не учитывают географические и климатические факторы развития потребительского рынка [4, 5]. При этом максимальную региональную специфику имеют административно-территориальные образования Сибири и Дальнего Востока [6, 7]. Среди региональных факторов развития инфраструктуры потребительского рынка макрорегиона можно выделить низкую плотность сельского населения, малочисленность населенных пунктов, низкую плотность всепогодных дорог с твердым покрытием (коэффициент Ангеля значительно ниже среднероссийского), крайнюю разбросанность населенных пунктов (особенно на севере), суровый зимний климат последних лет.

Перед авторами стояла достаточно трудная задача разработки целевых нормативов количественной и качественной обеспеченности объектами инфраструктуры потребительского рынка Томской области. Нормативы ориентированы на долгосрочную перспективу, причем с учетом не только численности проживающего населения, но и с учетом доходов, возраста, занятости и семейного положения. Данные расчеты предполагалось выполнить по пяти группам административно-территориальных образований: с численностью населения до 10 тыс. человек, от 10 до 50 тыс. человек, от 50 до 100 тыс. человек, от 100 до 500 тыс. человек, от 500 тыс. человек до 1 млн человек.

Следует отметить, что Томская область по уровню среднедушевых денежных доходов населения занимает относительно высокое 38 место в стране, значительно превышая аналогичные

показатели большинства субъектов Сибирского федерального округа. Выше показатели только у Красноярского края, Новосибирской и Кемеровской областей. Между тем, оборот розничной торговли на душу населения в Томской области в 2012 году составил 79010 руб. при среднероссийском значении 115215 руб. [11]. По данному показателю Томская область находится всего лишь на 62 месте по стране, значительно уступая большинству других субъектов Сибирского федерального округа, несмотря на то, что сам округ по среднедушевому обороту уступает среднероссийскому уровню.

Выполнение поставленной задачи предполагалось осуществить путем построения имитационной модели зависимости количества и качества объектов потребительского рынка от численности проживающего населения и целевых групп. В настоящее время в научной литературе описываются подобные имитационные модели, однако отсутствуют данные об их практическом использовании.

В качестве альтернативы возможно использование экономико-статистической модели. Но здесь существуют три методологические проблемы: 1. Трудность формализации такого результирующего фактора, как качество объектов потребительского рынка; 2. Значительная трудоемкость и времяемкость формирования репрезентативной экономико-статистической модели, при отсутствии первичной информации; 3. Сомнительная целесообразность использования подобной модели для целевого планирования, поскольку в модель изначально будут заложены негативные тенденции и неудовлетворительная динамика развития современной инфраструктуры регионального потребительского рынка [1].

Для решения поставленной задачи нами взята за основу методология сравнительного технико-экономического анализа и планирования. И действительно, зачем разрабатывать имитационную (до крайности формализованную) модель, если есть передовой опыт развитых стран, находящихся на стадии «зрелости» развития торговли. Это — Япония, страны Западной Европы и США.

Следует отметить, что Япония и страны Западной Европы характеризуются высокой степенью урбанизации и высокой плотностью населения. Причем в пространственном отношении данные признаки распределены по этим странам достаточно равномерно. В этом отношении нами сделана попытка применить к Томской области опыт развития инфраструктуры потребительского рынка США. Кстати, средняя обеспеченность торговой площадью в США оценивается аналитиками несколько ниже среднеевропейской (на уровне от 1200 кв. метров на 10 тыс. человек) [8]. Понятно, что наименьшая обеспеченность характерна для административно-территориальных образований с наименьшей плотностью населения.

Сравнительная характеристика Томской области со штатами Севера Центральной части США по плотности населения и по составу целевых групп населения*

Показатели	Томская область (2012 г.)	Штаты Севера Центральной части США			
		Северная Дакота (North Dakota)	Южная Дакота (South Dakota)	Вайоминг (Wyoming)	Айдахо (Idaho)
Площадь, тыс. км ²	314,4	183,3	199,9	253,3	216,6
Численность населения, тыс. чел.	1057,7	632,7	796,2	532,7	1584,9
Плотность населения, чел./км ²	3,4	3,5	4,0	2,1	7,3
Годовой доход на душу населения, тыс. \$ (USD)	6,608	39,594	38,470	32,615	42,111
Доля городского населения, %	70,2	69,3	69,3	68,1	82,0
Население в возрасте:					
– моложе трудоспособного	16,7	17,5	17,0	17,8	17,7
– трудоспособном	63,7	64,0	64,1	63,7	64,0
– старше трудоспособного	19,6	18,5	18,9	18,5	18,3
Средний возраст, лет	37,3	34,5	34,3	34,0	34,1
% мужчин в возрасте 16 лет и более, состоящих в браке	62,6	70,0	69,5	69,2	69,2
Средний размер частного домохозяйства, чел.	2,6	2,9	3,0	2,9	2,9

* Рассчитано автором

Средняя плотность населения США — 29 чел./км², а без редко заселенной Аляски — 34,8 чел./км². Это значительно меньше, чем во всех других развитых странах мира (за исключением Канады и Австралии). Наивысшая плотность характерна для районов скопления городов. Это Атлантическое побережье Севера, Приозерье, отдельные ареалы Мексиканского и Тихоокеанского побережья. Наименьшая же плотность характерна для штатов Севера Центральной части США (Северная Дакота, Южная Дакота, Вайоминг, Айдахо). Соответствующий показатель по этим четырем штатам сопоставим с показателем Томской области, как и ряд других макроэкономических и демографических показателей (табл. 1).

В таблице явно прослеживается сопоставимость Томской области с рассматриваемыми штатами по доле городского и сельского населения, занятости (показатели населения в возрасте моложе трудоспособного, трудоспособном и старше трудоспособного), возрасту (показатель среднего возраста) и семейному положению (показатель процента мужчин в возрасте 16 лет и более, состоящих в браке). Именно эти показатели и предполагались изначально к закладке в модель соответствия.

Единственный показатель, который выбивается из общей картины — годовой доход на душу населения в тыс. \$, а ведь этот показатель также является определяющим в развитии торговли. Однако при более глубоком рассмотрении можно привести следующие доводы в пользу сопоставимости.

Согласно Стратегии развития Томской области до 2020 года предполагается повысить среднедушевой доход до уровня 1500\$ в месяц. Следовательно, ежегодный среднедушевой доход должен составить к 2020 году 18000 долл. Кроме этого необходимо учитывать и коэффициент паритета покупательной способности рубля по отношению к доллару. На данный момент он оценивается на уровне 1,8. То есть, с учетом инертности данного коэффициента, его можно экстраполировать на 2020 год, и тогда для приведения в сопоставимый вид среднедушевой доход в Томской области к 2020 году может составить 18000\$ x 1,8 = 32400\$. Последнее значение уже достаточно сопоставимо с реальными среднедушевыми доходами жителей Севера Центральной части США.

Таким образом, нами доказана сопоставимость основных макроэкономических, географических и демографических параметров сравниваемых объектов наблюдения. Это позволяет взять фактические параметры развития инфраструктуры потребительского рынка Севера Центральной части США в качестве основы для выработки соответствующих целевых ориентиров развития инфраструктуры потребительского рынка Томской области к 2020 году.

Следующим этапом является выборка, и группировка административно-территориальных образований штатов Севера Центральной части США (по пяти группам в зависимости от численности населения) (табл. 2). В качестве объектов наблюдения были выбраны 13 наиболее типичных административно-территориальных образований.

Таблица 2

Выборка и группировка административно-территориальных образований штатов Севера Центральной части США (по пяти группам в зависимости от численности населения)*

Группа	Населенные пункты	Фактическая численность	Штат
До 10 тыс. чел.	Кларк-Фолл	8,6	North Dakota
	Мидвест	9,5	Wyoming
	Ворлэнд	9,9	Wyoming
10–50 тыс. чел.	Майнот	12,3	North Dakota
	Пирр	13,9	South Dakota
	Рэдфайлд	24,9	South Dakota
50–100 тыс. чел.	Бисмарк	61,3	North Dakota
	Гранд-Форкс	51,2	North Dakota
	Шайенн	53,0	Wyoming
100–500 тыс. чел.	Фарго	105,6	North Dakota
	Су-Фолс	232,9	South Dakota
500–1000 тыс. чел.	Бойсе (агломерация)	599,7	Idaho
	Нампа (агломерация)	624,0	Idaho

*Рассчитано автором

Третий этап исследования предполагал сбор информации о количественных и качественных характеристиках торговых объектов, расположенных на территории объектов наблюдения. Дело в том, что в США отсутствует официальная статистика (в том числе муниципальная) о мощностях внутренней торговли, тем более в разрезе отдельных территорий. Нами был взят за основу официальный макроэкономический показатель доли оборота торговых сетей в обороте внутренней торговли США в 2010 году — 79% [10]. Из-за низкой рентабельности торговли на Севере Центральной части США этот показатель наверняка еще выше, поскольку именно сетевая торговля позволяет достичь минимума удельных издержек обращения. Следовательно, количественная и качественная характеристика торговых объектов системообразующих мультиформатных сетей позволит репрезентативно охарактеризовать инфраструктуру

Количественные и качественные характеристики торговых объектов системообразующих мультиформатных сетей в населенных пунктах от 10 тыс. чел. до 50 тыс. чел. в штатах Севера Центральной части США*

Населенный пункт	Формат	Оператор (компания)	Типовой бренд	Стандартная площадь типового бренда (м ²)	Количество объектов
Майнот (North Dakota)	Супермаркет	Walmart	Walmart Market	1000–1300	1
	Бакалейный дискаунтер	Walmart	Walmart Express	800–1000	2
		Supervalu	Supervalu Daily	700–800	2
	Одежный сетевой универмаг	Macy's	Magic of Macy's	1500–2000	1
Универмаг для улучшения жилища	Lowe's	Lowe's Bare	1000–1500	1	
Пирр (South Dakota)	Супермаркет	Walmart	Walmart Market	1000–1300	1
	Бакалейный дискаунтер	Walmart	Walmart Express	800–1000	2
		Supervalu	Supervalu Daily	700–800	3
	Одежный сетевой универмаг	Macy's	Magic of Macy's	1500–2000	1
Универмаг для улучшения жилища	Lowe's	Lowe's Bare	1000–1500	1	
Рэдфайлд (South Dakota)	Супермаркет	Walmart	Walmart Market	1000–1300	1
	Бакалейный дискаунтер	Walmart	Walmart Express	800–1000	5
		Supervalu	Supervalu Daily	700–800	6
	Одежный сетевой универмаг	Macy's	Magic of Macy's	1500–2000	1
Универмаг для улучшения жилища	Lowe's	Lowe's Bare	1000–1500	1	

*Рассчитано автором

ру потребительского рынка. Соответствующая информация (location) является открытой и содержится на корпоративных сайтах практически всех крупных ритейлеров США. Кроме того, нами было осуществлено сплошное сканирование исследуемых территорий с использованием картографического сервиса Google Maps.

Как выяснилось, опять же из-за низкой рентабельности торговли число сетевых игроков на потребительском рынке Севера Центральной части США весьма ограничено, что также позволяет предать большую репрезентативность расчетам. Это такие компании, как Walmart, Costco, Kroger, H.E.B., Supervalu, Safeway, Publix, Target Corp., Lowe's, Home Depot, Macy's, Gap, Best Buy. Каждая из этих компаний специализируется на своем рыночном сегменте и является мультиформатной, то есть имеет несколько типовых форматов со стандартной площадью [9]. Полученные первичные данные группировались нами в разрезе типов населенных пунктов и основных рыночных операторов. В качестве примера в таблице 3 приведены соответствующие значения для населенных пунктов с численностью населения от 10 тыс. чел. до 50 тыс. чел.

Четвертый этап исследования связан с непосредственно формированием и расчетом параметров (коэффициентов) технико-экономической модели. Результаты описанного выше третьего этапа исследования позволяют рассчитать выделенных типов населенных пунктов и отдельных форматов два показателя: средневзвешенную площадь *i*-го формата в м² (\bar{S}_i) и средний коэффициент обеспеченностью площадью *i*-го формата в м²/10000 чел. ($K_{об}$). Завершающим элементом четвертого этапа является расчет агрегированного коэффициента обеспеченности объектами инфраструктуры потребительского рынка *i*-го формата (K_i) по следующей формуле:

$$K_i = K_{об} / \bar{S}_i, \text{ единиц} / 10000 \text{ чел.} \quad (1)$$

Рассчитанные по формуле 1 агрегированные коэффициенты для населенных пунктов двух типов приведены в таблице 4.

На заключительном пятом этапе с помощью агрегированного коэффициента выполнены перспективные расчеты целевых показателей обеспеченности системообразующими объектами потребительского рынка Томской области по муниципальным образованиям в разрезе основных современных форматов к 2020 году. Расчеты осуществлялись по формуле:

$$V_i^a = C^a / 10000 \times K_i, \text{ единиц} \quad (2)$$

где V_i^a – численность населения *a*-го муниципального образования, чел.

В таблице 5 в качестве примера приведены результаты проведенных расчетов для двух муниципальных образований Томской области. В таблице 6 приведены аналогичные расчеты для двух городских округов.

Таблица 4

Расчет агрегированных коэффициентов обеспеченности объектами потребительского рынка в разрезе основных современных форматов*

Формат	Средневзвешенная площадь, м ²	Средний коэффициент обеспеченности площадью, м ² /10000 чел.	Агрегированный коэффициент обеспеченности, единиц/10000 чел.
1	2	3	4 = ст.3 : ст.2
населенные пункты от 10 тыс. чел. до 50 тыс. чел.			
Супермаркет	1150,0	1025,6	0,891
Бакалейный дискаунтер	824,4	2803,7	3,415
Одежный сетевой универмаг	1750,0	1559,3	0,891
Универмаг для улучшения жилища	1250,0	1113,8	0,891
населенные пункты от 50 тыс. чел. до 100 тыс. чел.			
Супермаркет	1743,5	1630,2	0,935
Бакалейный дискаунтер	863,7	3124,9	3,618
Одежный сетевой универмаг	3125,0	2956,0	0,946
Гипермаркет для улучшения жилища	11166,7	1853,7	0,166
Универмаг бытовой электроники	4250,0	2652,0	0,624

* Рассчитано автором

Полученные значения являются целевыми ориентирами количественного и качественного развития инфраструктуры потребительского рынка Томской области на долгосрочную перспективу до 2020 года. К этому моменту во всех муниципальных образованиях необходимо значительно увеличить число сетевых супермаркетов и бакалейных дискаунтеров. Но особенно значительные структурные изменения должны произойти в областном центре. Сравнительные данные фактической и плановой структуры мощностей потребительского рынка города Томска приведены в табл.7.

Из табл.7 видны «прорывные» направления на потребительском рынке г. Томска на ближайшее десятилетие. Эти направле-

Таблица 5

Целевые показатели обеспеченности системообразующими объектами потребительского рынка Томской области по муниципальным образованиям в разрезе основных современных форматов к 2020 году*

Формат	Примерная типовая площадь, м ²	Муниципальные районы	
		Томский	Чаинский
Современные сетевые форматы			
Супермаркет, ед. (число игроков)	1000–2000	6 (2)	1 (1)
Бакалейный дискаунтер, ед. (число игроков)	700–1000	23 (3)	5 (2)
Одежный сетевой универмаг, ед. (число игроков)	1500–2000	6 (2)	1 (1)
Универмаг для улучшения жилища, ед. (число игроков)	1000–1500	6 (2)	1 (1)
Несетевые малые торговые центры	1000–1500	11	2

* Рассчитано автором

Таблица 6

Целевые показатели обеспеченности системообразующими объектами потребительского рынка Томской области по городским округам в разрезе основных современных форматов к 2020 году*

Формат	Примерная типовая площадь, м ²	Городские округа	
		Томск	Стрежевой
Современные сетевые форматы			
Гипермаркет, ед. (число игроков)	13000–15000	13 (3)	—
Супермаркет, ед. (число игроков)	1000–2000	60 (3)	3 (1)
Бакалейный дискаунтер, ед. (число игроков)	700–1000	130 (4)	13 (2)
Одежный сетевой гипермаркет, ед. (число игроков)	6000–8000	5 (2)	—
Одежный сетевой универмаг, ед. (число игроков)	1500–2000	3 (1)	3 (1)
Непродуктовый гипермаркет, ед. (число игроков)	11000	3 (1)	—
Непродуктовый супермаркет, ед. (число игроков)	5000–8000	6 (2)	—
Гипермаркет для улучшения жилища, ед. (число игроков)	10000–11000	8 (2)	—
Универмаг для улучшения жилища, ед. (число игроков)	1000–1500	—	3 (1)
Гипермаркет бытовой электроники, ед. (число игроков)	15000	5 (2)	—
Универмаг бытовой электроники, ед. (число игроков)	8000	5 (2)	—
Несетевые малые торговые центры	1000–1500	100–120	7

* Рассчитано автором

ния полностью согласуются с Прогнозом реализации Стратегии развития торговли в Российской Федерации для инновационного сценария развития российской экономики.

Литература

1. Богер И.Б., Шаланов Н.В. Методический подход к статистической оценке информативности системы показателей // Сибирская финансовая школа. — 2012. — № 2.
 2. Богер И.Б., Лексакова О.В. Сравнительная оценка эффективности торговой отрасли России // Вестник СибУПК. — 2013. — № 1(4).
 3. Новоселов Ю.А., Новоселова Э.А. Моделирование упреждающих индикаторов развития муниципальной экономики // Вестник СибУПК. — 2012. — № 1(2).

Таблица 7

Сравнение фактической структуры объектов потребительского рынка г. Томска в 2012 году и предполагаемой к 2020 году*

Формат	2012 год	2020 год
	Единиц (число игроков)	Единиц (число игроков)
Современные сетевые форматы		
Гипермаркет	1 (1)	13 (3)
Супермаркет	6 (5)	60 (3)
Бакалейный дискаунтер	68 (5)	130 (4)
Непродуктовый супермаркет	3 (3)	6 (2)
Гипермаркет для улучшения жилища	—	8 (2)
Супермаркет для улучшения жилища	6 (6)	—
Гипермаркет бытовой электроники	—	5 (2)
Универмаг бытовой электроники	11 (6)	5 (2)
Несетевые форматы		
Магазины «У дома»	148 (148)	100–120
Несетевые торговые центры	82 (82)	

* Рассчитано автором

Реализация целевого прогноза по развитию потребительского рынка Томской области подразумевает значительное увеличение удельного веса крупных форматов в рамках торговых сетей. По мнению большинства авторитетных экспертов, данная тенденция является положительной в целом для экономики, государства и отдельных потребителей [2]. Однако следует признать неизбежность риска чрезмерного снижения доли среднего и малого бизнеса. Известен целый ряд причин, по которым достаточное количество средних и малых предприятий крайне важно. На сегодняшний день они вносят весомый вклад в развитие национальной экономики Российской Федерации. Прежде всего, это вклад в ВВП, который уже сейчас превышает 13%. Кроме того, развитие малого бизнеса поддерживает стабильной социальную ситуацию в стране, поскольку его доля в общей занятости населения России — более 22%. В связи с вышесказанным велика вероятность того, что и в прогнозном периоде останется актуальной реализация мер по поддержке малого и среднего бизнеса.

В этой связи следует отдельно обратить внимание на целесообразность мер государственной поддержки кооперации малых сельхозпроизводителей и предприятий торговли, расположенных на непривлекательных для бизнеса территориях. В значительной части сельских населенных пунктов Томской области даже в отдаленной перспективе нецелесообразно будет создавать крупноформатные торговые предприятия. В основу торговой инфраструктуры таких населенных пунктов должен лечь формат малых торговых предприятий, которые смогут значительно повысить эффективность своих торговых операций и качество обслуживания населения с помощью кооперации. Перспективной моделью хозяйствования может стать обновленная система потребительской кооперации на селе.

Описанная в статье методика реализована при разработке долгосрочной программы развития потребительского рынка Томской области до 2020 года. В целом, с учетом схожести макроэкономических, географических, демографических и климатических параметров Томской области с другими регионами Сибири и Дальнего Востока, целесообразно использовать рассчитанные агрегированные коэффициенты обеспеченности торговой инфраструктурой при разработке программных документов и для других субъектов Российской Федерации.



4. Разомасова Е.А. Типологизация субъектов Российской Федерации в соответствии с уровнем развития сферы потребительских услуг // Сибирская финансовая школа. — 2012. — № 5.
5. Сафронов С.В., Богер И.Б. Формирование товарного предложения на региональном продовольственном рынке. — М.: Логос, 2010. — 324 с.
6. Хайруллина М. В., Заяц Т.И. Регулирование розничной торговли в рыночной институциональной среде — Новосибирск: Изд-во Новосибирского гос. технического ун-та, 2012. — 218 с.
7. Храмцова Т.Г. Многомерная оценка обеспеченности регионов России объектами социальной инфраструктуры // Вестник Белгородского ун-та потреб. кооперации. — 2010. — №4.
8. Alexander N., Quinn B., Cairns P. International Retail Divestment Activity // International Journal of Retail & Distribution Management, Volume 33, Number 1, 2005. pp. 5–22.
9. Baar, K. Legislative Tools For Preserving Town Centers and Halting The Spread of Hypermarkets and Malls Outside of Cities. Institute for Transport and Development Policy. — N.Y., 2008.
10. <http://www.census.gov>
11. <http://www.gks.ru>

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РЕГИОНЕ

Р.Ф. Гатауллин,

профессор кафедры экономики и управления Башкирского государственного университета (г. Уфа),
доктор экономических наук
gataullin.r2011@yandex.ru

Р.Г. Сафиуллин,

заведующий кафедрой экономической географии Башкирского государственного университета (г. Уфа),
доктор географических наук, профессор

А.Г. Комаров,

доцент кафедры экономики и управления Башкирского государственного университета (г. Уфа),
кандидат экономических наук
agkomarov@inbox.ru

В статье рассматривается социально-экономическая эффективность миграционных процессов на государственном и региональном уровне. Отмечается, что привлечение иностранной рабочей силы несет и экономические, и социальные проблемы. Показана необходимость рассмотрения макроэкономических показателей регионов в комплексе с учетом особенностей демографического и социально-экономического развития не только региона, но и России в целом, а также с позиции воспроизводства трудового потенциала в стране.

Ключевые слова: миграционный процесс, эффективность миграции, рынок труда, рабочая сила, безработица, миграционный поток, демографическая ситуация, миграционный прирост.

УДК 314 К63 ББК 60.7

Социально-экономическую эффективность миграции можно оценить путем сопоставления положительных и отрицательных эффектов. Поскольку перечисленные эффекты разнокачественные, их обобщающая оценка органами государственной власти затруднена. В настоящее время возможен только учет каких-то тенденций.

Российская Федерация на рынках труда выступает как экспортер квалифицированной рабочей силы и импортер малоквалифицированной ее части. В последние два десятилетия страну покинули свыше 5 млн работников высокой квалификации, в т.ч. более 1 млн научных работников. Из-за утечки умов страна ежегодно теряет десятки миллиардов долларов.

«Миграция была и остаётся важным компонентом демографического и социально-экономического развития страны в целом и отдельных регионов. Для такой большой страны, как Россия имеет значение как внешняя (международная) миграция, так и внутренняя миграция (межрегиональные перемещения населения) и хотя зона миграционного оттока в России несколько сократилась по сравнению с началом 2000-х годов, численность населения продолжает сокращаться в большей части регионов страны, и в тридцати субъектах в этом «виновата» именно миграция» [2].

Республика Башкортостан вписывается в общероссийские потоки миграции. Несомненно, среди тех специалистов, которые покинули Россию в последние десятилетия, немало и наших земляков.

Особенностью миграционных процессов в РБ являются:

- 1) города республики, как центры притяжения населения, уступают не только столичным городам страны (Москва, Санкт-Петербург), но и большинству северных регионов;
- 2) высокая доля сельского населения (около 40%), складывающийся уровень застойной безработицы, большие различия в доходах городского и сельского населения, обуславливают высокий потенциал внутриреспубликанской миграции;
- 3) относительно более благоприятная демографическая ситуация в республике может стать фактором сохранения существующих миграционных потоков.

Тенденция к отставанию социально-экономического развития республики от других регионов Российской Федерации обуславливает устойчивое отрицательное сальдо в миграционном обмене с другими регионами страны (табл. 1). Этот показатель в 2007–2010 гг. покрывался за счет притока населения из-за рубежа.

В экономике РБ все же все эти годы более значимой была внутренняя миграция. В этом случае маятниковая миграция вообще не учитывалась [1].

Миграционный прирост («–» убыль) населения республики в обмене со странами СНГ и дальнего зарубежья складывается следующим образом. В 2011 г. из 3117 чел. миграционного прироста 1242 чел. были выходцами из Узбекистана (39,8%), из Таджикистана — 484 чел. (15,5%), Армении — 342 чел. (11%),