

**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ**

**ГЕОГРАФИЯ ФАКУЛЬТЕТІ  
ГЕОМОРФОЛОГИЯ ЖӘНЕ КАРТОГРАФИЯ КАФЕДРАСЫ**

# **ГЕОГРАФИЯ ЗЕРТТЕУЛЕРІНДЕГІ ЖҮЙЕЛІК ТАЛДАУ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

**«VI ЖАНДАЕВ ОҚУЛАРЫ» атты  
халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция  
материалдары**

**13-14 сәуір 2011 ж.**

**\* \* \***

## **ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

**Материалы  
международной научно-практической конференции  
«VI ЖАНДАЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ»**

**13-14 апреля, 2011 г.**

**Алматы 2011**



Самарханов Қ.Б., Майлыбаева Г. Маңғыстау облысының құм массивтерінің динамикасын картаға түсіру.....	108
Веселова Л.К., Шмарова И.Н. Проблемы тематического картографирования .....	111
Есентаев Е.А. Проблема оценки селевой активности на северном склоне Заилийского Алатау .....	114
Құсайынов С.А., Қарсыбаева А.Т. Пайдалы қазбалар іздестіруіндегі морфоқұрылымдық талдау.....	118

### ФИЗИКАЛЫҚ ГЕОГРАФИЯ ЖӘНЕ ГЕОЭКОЛОГИЯНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Евдокимов В.И. Как систематизировать современную экологию .....	123
Бельгибаев М.Е. Об определении нормы эрозии и дефляции почв .....	129
Каймулдинова К.Д. Шөл зонасының ландшафт ерекшеліктерінің топонимияда көрініс табуы.....	132
Асылбекова А.А., Керімбай Н.Н., Дарканова А.Д. Алматы облысы Балқаш ауданының геоботаникалық картасын ГАЖ көмегімен құрастыру.....	137
Павличенко Л.М., Ақтымбаева А.С. Оценка минимального экологического стока на основе структуры водопользования Иле-Балқашского бассейна .....	140
Баяндинова С.М., Рыскельдиева А., Скакова С.Н. Геоэкологические проблемы Бозашы-Мангышлакской части Прикаспия.....	145
Какимжанов Е.Х., Керімбай Н.Н., Жүсіпова Н. Алматы облысы Жамбыл ауданының орта масштабтағы ландшафттық картасын құрастыру ұстағымдары.....	149
Акимбаева Ш.К. Атырау облысының экологиялық ахуалы .....	155
Тоқсабаева М.Е. Мұздық процестер және бедердің мұздық пішіндері.....	157
Усен А.І. Оңтүстік Балқаш маңы ауданының топырақ деградациясын жүйелеу мәселелері.....	162
Ақашева А.С., Сансызбаева А.Б. Қазақстан топырақтарын мелиорациялау мәселелері.....	164
Кәкімжанов Е.Х., Сейсенбаева М. Алматы облысы Талғар ауданының топырақтық-геоморфологиялық картасын құрастыру әдістері .....	167

### ЭКОНОМИКАЛЫҚ, ӘЛЕУМЕТТІК ЖӘНЕ САЯСИ ГЕОГРАФИЯНЫҢ ҚАЗІРГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Бобушев Т.С. Территория как географическое пространство: особенности и перспективы исследования.....	173
Искакова К. А., Сейтжанова А. К. Факторы развития делового туризма Казахстана .....	177
Искалиев Д.Ж., Иголкин Г.А. Применение центрографического метода при характеристике размещения населения Западно-Казахстанской области.....	182
Джубанова О.А. Современное расселение населения в бассейне реки Жайык в пределах Западно-Казахстанской области .....	190
Бердыгулова Г.Е., Ахметов Е.А. Республика Казахстан: в прошлом, настоящем и будущем .....	196
Нүсіпова Г.Н., Орынбасарова Г.А. Ірі қалалардың тұрақты даму мәселелері.....	201
Түлеулиева А. Б., Нюсупова Г. Н. Современные формы социальной защиты населения Республики Казахстан.....	204
Калиаскарова З.К., Умаралиева Л.А., Жетписбаева Ж.М. Алматы қаласының тұрмыстық қалдықтармен ластануының қазіргі жағдайы .....	207
Баяндинова С.М., Салаватова Ф.Р. Воздействие золотодобывающей промышленности на окружающую среду .....	212
Макеева Г.М. Информационные системы и сети в структуре мирового гостиничного комплекса.....	216
Копытина М.А. Анализ эколого-экономических тенденций развития нефтегазового комплекса Атырауской и Мангистауской области.....	217
Жетписбаева Ж.М. Статус платежей за загрязнение окружающей среды в Республике Казахстан .....	221
Сарсенова И.Б. Қазақстанның урбандалған аумақтарының зерттелу мәселелері.....	225
Кожамет М., Малаева Л., Талжанов С., Сүймұханов У. Қазақстан Республикасының транзиттік темір жол әлеуеті халықаралық еңбек бөлінісінде.....	227

определенные «ограничения», чтобы географический анализ, в конечном счете, позволил реально оценить реальное изменение территорий и природы в целом.

**Литература:**

1. Бобушев Т.С. *Территориальная география*. Бишкек, издание – Типография Управления Президента Кыргызской Республики, 2010.
2. Бобушев Т.С. *Кыргызстан в системе стран мира*. Бишкек, «Турар», 2007.
3. *Аналитический доклад ООН, издание ООН, Нью-Йорк, 2007.*
4. Замятин Д.Н. *Пространство как образ и трансакция: к становлению геоэкономики*. Журнал «Общественные науки и современность». 2008, № 2.

\*\*\*

*There are certain problems in the geographical researches of territories as geographical areas, some of which are connected with the division of geography and the application of new principles and approaches*

## **ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА**

**Искакова К. А., Сейтжанова А. К.**

*г. Алматы, Казахский национальный университет имени аль-Фараби*

В последнее время интерес к Казахстану, как к туристскому направлению, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр туристских услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большего количества путешественников. В виду того, что Казахстан становится все более заметным и влиятельным игроком на мировой политической сцене, все чаще проводятся всевозможные региональные и международные симпозиумы и саммиты. Все это привлекает в страну внушительное количество иностранных бизнес-туристов, что развивает такой вид туризма, как деловой.

*Деловой туризм* - вид туризма, совершаемый представителями компаний, организаций, учреждений и т.п. с коммерческими целями. Как, например: посещение конференций и заседаний, проведение переговоров, в том числе личных, установление деловых контрактов, участие в выставках и презентациях, командировки административных работников (в основном краткосрочные).

Как и рекреационный туризм, деловой туризм бывает внешним и внутренним. Деловой туризм в некоторых отношениях является более прибыльным, чем рекреационный, так как бизнес-туристы, имеют в наличии не только свои финансовые средства, но и почти всегда средства пославшей их организации. Поэтому они могут потратить на поездку больше денег [1].

В советское время деловой туризм назывался «командировочный», а в мировой практике часто обозначается аббревиатурой MICE (встречи, инсентив, конференции, выставки). Мировые темпы развития делового туризма в последние годы демонстрируют стабильный рост. Он отмечается во всех направлениях делового туризма. Мировыми лидерами бизнес-туризма по-прежнему остаются США, Япония и ведущие европейские державы, их быстро догоняют азиатские страны (Китай, Сингапур, Южная Корея), а также страны Южной Америки. Каждая четвертая туристская поездка в мире сегодня совершается в связи со служебной необходимостью [2].

Организация подобных поездок является динамичной отраслью международного туризма. По данным Всемирной туристской организации, объем делового туризма (980 млн долл. в 2008 г.) в мире ежегодно увеличивается на 4%. При этом данный вид бизнеса более рентабелен, чем управление массовыми туристскими поездками, ведь расходы бизнесменов при деловых поездках в 3 - 4 раза превышают затраты обычных туристов [3].

По оценкам экспертов, туристский рынок растет со скоростью 10-20% в год, в то же время рынок делового туризма (как составная часть рынка корпоративных мероприятий) растет со скоростью 30% в год. В последнее время специалисты говорят о резком скачке спроса в индустрии MICE. Это, безусловно, связано с общим подъемом в экономическом развитии и, как следствие, с активизацией деловых контактов [4].

Выгода обществу от туризма в целом давно известна. Туризм не только стимулирует развитие сопутствующей сферы услуг, что создает новые рабочие места и способствует развитию малого и среднего бизнеса, но и отражается в виде доходных поступлений в бюджеты разных уровней. Всего за 2009 год туристскими организациями Казахстана было обслужено 766,5 тыс. туристов, что на 356 тыс. человек или 60% больше по сравнению с 2000 годом. В 2009 году из общего объема обслуженных туристов отправка туристов за рубеж составила 39%, на внутренний туризм пришлось 30%, на прием иностранных туристов - 29%, экскурсионное обслуживание - 2% [3].

Деловой туризм в Казахстане имеет четко определенную региональную специфику. Основная доля деловых поездок и мероприятий приходится на две столицы и некоторые крупные промышленно-экономические центры страны. Это связано с отсутствием в остальной части Казахстана минимально необходимой инфраструктуры для организации деловых мероприятий и с низкой деловой активностью многих регионов. Алматы, как город с большим туристским потенциалом, безусловно, является одним из самых привлекательных в Казахстане направлений делового туризма, как для местного, так и для иностранного [2].

По данным агентства статистики на 2009 г. количество обслуженных иностранных посетителей составляет 30249 человек обслуженных посетителей и с каждым годом это цифра растет. По сравнению с 2005 годом, когда количество обслуженных иностранных посетителей было 3 504 человек, в 2009 году эта цифра возросла почти в 10 раз - до 30249 человек. Из них посещения по деловым целям составляют 7,5 % [3].

Индустрия деловых встреч приносит крупным городам, по крайней мере, в 4 раза больше средств, чем организация каких-либо других массовых мероприятий.

Сегодня в Казахстане многие туристские фирмы открывают отделы, работающие на прием деловых гостей и занимающиеся организацией мероприятий. При этом далеко не все могут обеспечить приемлемый уровень обслуживания клиентов, что отражает уровень культуры индустрии гостеприимства. Это связано как с отсутствием профессионально обученного персонала, так и неприменением на практике международных стандартов организации мероприятий. Кроме того, в отрасли, с точки зрения персонала, сложился низкий уровень заработной платы, что не позволяет привлекать более квалифицированные кадры.

Таким образом, деловой туризм – динамично развивающийся вид туризма, который приносит наибольший доход. Но при этом нужно учитывать, что мы должны иметь в виду, что наибольшую значимость для Казахстана имеет развитие въездного делового туризма, при котором за счет иностранных посетителей в страну будет осуществляться экспорт услуг. В республике этот вид туризма – один из наиболее развитых, цель приезда иностранных туристов обусловлено именно деловыми интересами.

Развитие делового туризма в Казахстане определяется такими факторами, как политическая стабильность, экономический рост, государственное внимание, процессы глобализации в туризме, влияние ТНК на экономику страны.

Среди стран СНГ Казахстан можно назвать одной из самых политически стабильных государств. Переход к новой парадигме развития можно считать вполне закономерным, если учесть, что базисные политические и экономические задачи в Казахстане в целом уже решены. В частности, к текущему моменту было осуществлено формирование рыночных отношений с соответствующей нормативно-правовой базой; Казахстан вышел на траекторию устойчивого экономического развития; последовательно происходит подъем уровня жизни. Казахстанскими реалиями стали также многопартийная система и плюралистическое

общество; достигнута и успешно сохраняется общественная стабильность; произошло укрепление независимости и суверенитета государства [5].

Помимо вышеуказанных объективных причин стабильности в Казахстане, в обществе сложился определенный консенсус в отношении «правил игры» на политическом пространстве; можно также констатировать достигнутое понимание основных элитных групп в вопросе о необходимости сохранения экономической стабильности, во многом зависящей от легитимации приобретенной в период приватизации собственности. На наш взгляд, именно данное обстоятельство, вкупе с разработанной программой политических реформ, дает в настоящее время Казахстану шанс приступить к непосредственной реализации демократических и политических реформ.

Фактором развития внутреннего и международного туризма, в том числе и делового туризма, является непосредственное внимание и помощь со стороны государства.

Принятые законы и государственные программы являются стимуляторами развития делового туризма. Например, Государственная программа социально-экономического развития города Астаны на 2006-2010 годы, Государственная программа развития физической культуры и спорта в Республике Казахстан на 2007-2011 годы, Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы и многие другие.

Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы уже имеет свои плоды. Ведется работа над строительством новых отелей, часть которых уже закончена, реконструкция спортивно-развлекательных сооружений. В преддверии проведения Азиады также было сделано немало: строительство и реконструкция высокогорного катка «Медеу»; реконструкция горнолыжного курорта «Шымбулак». Реставрация Дворца спорта им. Балуана Шолака. В Талгарском районе Алматинской области (Солдатское ущелье) достраивается комплекс, состоящий из лыжного и биатлонного стадионов [6]. В Астаны построены крытый футбольный стадион на 30 тыс. зрителей, крытый конькобежный стадион, Дворец спорта «Казахстан», Республиканский велотрек. Алматы и Астана станут новыми центрами проведения соревнований мирового класса и тренировочных сборов по зимним видам спорта для всей Средней Азии и стран СНГ. Расходы на Азиатские игры-2011 по некоторым данным составят 1,4 млрд долларов. Из общей суммы расходов на Азиаду на долю республиканского бюджета приходится 722 млн долларов, на долю местной казны – 218 млн, еще 480 млн долларов вложили частные инвесторы [7].

Среди современных тенденций развития мирового рынка вообще и туристского в частности особого внимания заслуживают процессы глобализации. Суть глобальных союзов состоит в объединении человеческих, финансовых и научно-технических ресурсов разными фирмами для достижения определенных целей наиболее эффективным путем - с помощью сотрудничества. Они совместно используют достижения каждой из участвующих сторон и распределяют расходы и риски, связанные с реализацией общих программ.

Заключение глобальных союзов в Казахстане практикуется в разных секторах индустрии туризма и гостеприимства. Ярким примером действенности подобного рода объединений являются глобальные компьютерные системы бронирования туристских продуктов (Amadeus), гостиничные и ресторанные цепи (Marriot, Holiday Inn, Rixos), филиалы различных авиакомпаний и туроператоров (BMA, KLM, Turkish Airlines) и др.

Процессы глобализации в мировом туризме приводят все к большему сотрудничеству между странами. Взаимоотношения Казахстана с другими странами началось еще в советское время, но с приобретением независимости эти отношения приняли интенсивный характер. В основе казахстанского подхода к многостороннему сотрудничеству в рамках СНГ лежит концепция разно скоростной интеграции, исходящая из возможности формирования узкой группы стран, связанных узами более тесной интеграции.

При этом Казахстан неизменно выступает за то, чтобы деятельность субрегиональных объединений на пространстве Содружества носила открытый характер, а их цели и практическая деятельность лежали в общем русле развития СНГ [8].

Казахстан установил дипломатические отношения с Европейским Союзом (ЕС) 2 февраля 1993 г. Политические и торгово-экономические отношения между Республикой Казахстан и ЕС основываются на подписанном в Брюсселе 23 января 1995 г. Соглашении о партнерстве и сотрудничестве.

С 1999 г. на регулярной основе проводятся заседания двусторонних структур сотрудничества на уровне первых руководителей центральных исполнительных органов Республики Казахстан, Комитета сотрудничества на уровне старших должностных лиц, Комитета парламентского сотрудничества.

Активное внедрение ТНК в экономику Казахстана началось в 1994-1997 годах, когда руководство страны сделало главный акцент на привлечение иностранных инвесторов - крупных транснациональных корпораций, и это понятно. Последние обеспечивали республике не только международное признание и приток инвестиций, но и становились залогом внутривластной стабильности [9].

Примером стратегического альянса в гостиничном бизнесе Казахстана могут послужить отели крупных мировых гостиничных сетей: Хаят Ридженси Алматы, отель сочетает западную утонченность и комфорт с азиатским гостеприимством; Marriott известна исключительно высоким качеством услуг и репутацией одной из лучших гостиничных сетей в мире; Rixos Almaty - стал вторым проектом турецкой компании, успешно реализованным в Казахстане. Заказчиком выступила казахстанская компания ТОО «Альпари», финансовую поддержку оказывал «Народный банк Казахстана». Управление же комплексом будет осуществляться компанией Rixos. Гостиничная сеть Rixos Hotel со своим пониманием гостеприимности и уникальными стандартами обслуживания внесет большой вклад в развитие туризма Казахстана.

Авиаконпании также не отстают и имеют филиалы в Казахстане: Air Arabia - лидирующий малобюджетный авиаперевозчик на Ближнем Востоке, обеспечивающий удобный безопасный полет. British Midland Airways Limited, стилизованная аббревиатура - ВМЛ имеет офисы в Казахстане, и др.

Количество туроператорских компаний растет с каждым днем. Например, фирма «Bell company», получившая аккредитацию IATA (Международная Ассоциация Воздушных перевозок) тесно работает с турагенствами Казахстана.

Помимо туристских предприятий большое количество предприятий и организаций различного характера также оказывают большое влияние на развитие делового туризма. Элементами влияния являются: инвестиции больших финансовых средств в экономику Республики, привлечение иностранных туристов в виде учредителей, сотрудников этих компаний, рекламы страны за рубежом. До конца 2010 года инвестиции в экономику Казахстана составят порядка \$15 млрд, сообщил премьер-министр республики Карим Масимов. Это порядка 15% ВВП страны, из этой суммы \$10 млрд выделит государство, порядка \$5 млрд составят инвестиции со стороны частного сектора. Реализация таких крупных проектов, как строительство дорог, трубопроводных линий, жилищных и развлекательных комплексов, нефтеперерабатывающие компании, оказывающие большую финансовую поддержку государству, способствуют развитию въездного делового туризма. Такие компании как, ХОП (ШНОС), Шеврон, Мобил Ойл, Бритиш Петролеум, Шелл, Бритиш газ были основными инвесторами страны в первое время обретения независимости страны, сейчас количество таких компаний возросло. При этом наблюдается такая тенденция, что сейчас инвесторами являются не отдельные компании, а проекты имеют несколько инвесторов. Например, для реализации проекта по развитию курортной зоны «Кендерли» потребуется 2,3 млрд. долларов, из них только 600 млн. будет направлено из госбюджета на строительство инженерной инфраструктуры, вся остальная же сумма будет обеспечена иностранными инвесторами, число которых в этом проекте составляет более 10 («SIBC CORP SDN. BND», «SWDC», «IPK INTERNATIONAL» и другие) [10].

В июле 2007 года Китайская национальная нефтегазовая корпорация (CNPC) подписала соглашение с Туркменистаном об импорте 30 миллиардов кубометров газа в год через перспективный газопровод Китай – Средняя Азия. Этот газопровод берёт начало в Гедайму на границе Туркменистана и Узбекистана, проходит через Узбекистан и Казахстан и затем вливается в планируемую вторую ветку китайского газопровода Запад-Восток. Проект состоит из трёх компонентов. Первая – это газопровод за пределами территории Китая. Общие инвестиции в эту часть длиной 1818 км, из которых 525 км проходит по территории Узбекистана, а остающиеся 1293 км – по территории Казахстана, оцениваются в 7,31 млрд. долл. США. Вторая часть – это соглашение о разделе добычи, которое удовлетворит часть потребностей в перекачке за счёт месторождений, расположенных на правом берегу Амударьи в Туркменистане. Третья – это вторая нитка газопровода Запад-Восток в Китае [11].

Развитие ТНК и увеличение их количества в стране означает еще больший приток капитала в страну, еще больше инвестиций, а также еще большее количество деловых туристов. Во-первых, вкладываемые инвестиции позволяют улучшить состояние и работу в различных отраслях экономики. Во-вторых, иностранные компании, открывая здесь свои филиалы, устанавливают свои стандарты качества, таким образом, с ТНК в страну приходят международные стандарты качества. В-третьих, учредители и сотрудники таких компаний приезжая в страну по делам, являются для нас деловыми туристами, которые обеспечивают нам экспорт услуг [4].

Таким образом, следует сказать, что деловой туризм – один из наиболее динамично развивающихся видов туризма в Казахстане. По данным агентства статистики Республики Казахстан за 2009 год, количество обслуженных посетителей по целям поездок распределяется следующим образом (см.табл.).

Деловой туризм в Казахстане имеет четко определенную региональную специфику. Основная доля деловых поездок и мероприятий приходится на две столицы – Алматы, Астану и Атырау - и некоторые крупные промышленно-экономические центры других регионов Западного Казахстана, северной и центральной части страны. Сегодня развитие делового туризма в Казахстане ограничено целым рядом проблем. Отсутствие необходимой инфраструктуры в городах становится острее с каждым годом. Не хватает гостиниц эконом- и среднего класса - уровня 3-4 звезды, отвечающих международным стандартам. Не решена транспортно-дорожная проблема Алматы, что парализует не только центр, но и окраины города в течение всего рабочего дня.

Таблица 1

Количество обслуженных посетителей  
Казахстана по целям поездок на 2009 г (человек) [3].

Цели поездок	Досуг, рекреация, отдых	Посещение знакомых и родственников	Деловые и профессиональные цели	Лечение, паломничество и прочее
Резиденты	7	609	1046	58
Нерезиденты	52	21	841	5

Развитие делового туризма в Казахстане невозможно усилиями отдельных игроков рынка без четкой линии администрации города, области и правительства.

Привлекательность для делового туризма того или иного региона напрямую связана с уровнем активности бизнеса. Бизнесмены едут туда, где, потраченные ими средства и время быстро окупятся. Следовательно, развитие инфраструктуры и создание благоприятных условий для бизнес-туризма - задача, дающая синергетический эффект: это и рабочие места, и наполняемость местного и государственного бюджетов, и, как итог, стимулирование деловой активности и привлечение инвестиций. Взаимосвязанность инвестиционной привлекательности региона и интереса к региону со стороны делового туризма очевидна, а поскольку первое является приоритетной целью любой региональной администрации, то

напрашивается следующий вывод – когда будут благоприятные условия для делового туризма, тогда страна сможет рассчитывать на инвестиции и стабильный экономический рост.

**Литература:**

1. Ердаuletтов С. Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000 г.- 336 с.
2. Лебедева Н. В. Деловой туризм, как отражение инвестиционной привлекательности страны // Мир путешествий. - № 1, 2010 г.
3. <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>
4. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
5. Мамутов Е. Б. Казахстан сегодня. Источник: [www.kpresent.kz](http://www.kpresent.kz)
6. Лифинцев Ю. Азиада - решение стратегическое. Источник: [www.kazpravda.kz](http://www.kazpravda.kz)
7. [http://vernoye-almaty.kz/wog/expert\\_kaz\\_167-2.shtml](http://vernoye-almaty.kz/wog/expert_kaz_167-2.shtml)
8. Молдагалиева О. Х. Иностраный капитал в Казахстане //Казахстанская Правда .№ 6, 2009 г.
9. Ильинская Е. В. Голая правда. Источник: [www.kazinform.kz](http://www.kazinform.kz)
10. <http://ru.government.kz/site/news/2007/10/20>
11. Ванг З. Китайский трубопровод // Пекинский университет нефти и газа. - 2010г. Вып. 2. С.15-17

УДК 910.3:571.1

**ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕНТРОГРАФИЧЕСКОГО МЕТОДА ПРИ ХАРАКТЕРИСТИКЕ  
РАЗМЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Искалиев Д.Ж., Иголкин Г.А.**

*Уральск, Западно-Казахстанский государственный университет  
им. М. Утемисова*

Одним из способов обобщенного описания активно заселяемого пространства служат центрографические методы (ЦМ). С их помощью определяется неизменный для данной территории географический центр как срединный пункт соответствующей ограниченной геометрической поверхности и более динамичный центр населенности территории. ЦМ – способ математико-статистической характеристики пространственного изображения его общих центров (медианного, среднеарифметического и др.). Геостатистический центр фиктивен как материальная точка, но эффективен как лаконичная научная абстракция, обобщающая распределение данного явления на территории. Она тонко улавливает пространственную динамику явлений.

ЦМ – предшественник современных количественных методов в географии – зародился в таких странах как США и Россия (соответственно в 60-х и в 80-х годах XIX в.). Вызванный к жизни стремлением в свернутой и наглядной форме отобразить фиксируемые статистикой сдвиги в заселенности обширных территорий, указать тем самым, по выражению Д.И. Менделеева, «направление многих сил страны», центр как научная категория получил сильное развитие в трудах русских и советских, американских и, в меньшей мере, западноевропейских географов. Центрографический метод в России был применен Д.И. Менделеевым, в дальнейшем получил развитие в работах Б.П. Вайнберга, Е.Е. Святловского и др. /1/.

Д.И. Менделеев вычислил центр поверхности и населенности всех губерний. В частности он писал: «Для отыскания общего центра всей империи должно было рассуждать, как в механике рассуждают при нахождении центра тяжести суммы точек, связанных между собой невесомыми связями, например как планеты в солнечной системе. Прямо привожу только результат, в виде тригонометрических равенств, в которых:

1) через  $l_i$  и  $d_i$  означены широты и долготы каждой точки, вес которой (в данном случае поверхность или число жителей губернии) означен буквою  $p_i$ ;