

6. Ильин Е.Л. психология физического воспитания: Учебник для институтов и факультетов физической культуры: 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2000. – 486 с.
7. Коломейцев Ю.А. Взаимоотношения в спортивной команде. - М.: Физкультура и спорт, 1984. - 128 с., ил. – (Наука – спорту; Психология)
8. Саная М.В. Психологические особенности деятельности и личности тренера: Лекции для студентов. – М., РГАФК/РГАФК.ВООК, 1997. – 27 с.
9. Сучилин А.А. Изучение личностных качеств тренера // Вопросы оптимизации учебно-тренировочного процесса юных футболистов: Сб. науч. тр. – Волгоград, 1988. – с. 69-78.
10. Ханин Ю.Л. Психология общения в спорте. — М.: Физкультура и спорт, 1980. – 208 с.
11. Казьмина О.Е., Пучков П.И. Религиозные организации современного мира; Издательство МГУ - Москва, 2010. – 368 с.
12. Зайцев П.Л. Феноменология религии: учебное пособие: в 3 ч. / - Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2015. - 10 с.
13. URL: [https://studbooks.net/600968/etika\\_i\\_estetika/ponyatie\\_korporativnoy\\_etiki](https://studbooks.net/600968/etika_i_estetika/ponyatie_korporativnoy_etiki) (Дата обращения: 05.07.2019).
14. Устав церкви Евангельских Христиан Баптистов «Благодать», 2012 г.
15. Устав Евангельской христианской церкви «Агапе», 2012 г.
16. Устав областной специализированной детско-юношеской спортивной школы борьбы, 2018 г.

**УДК 94 (534)**

## **ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ В ТУРИСТСКИХ СФЕРАХ**

**Сулейменов Ж.С.**  
(*СКГУ им.М.Козыбаева*)

Историко-краеведческий туризм представляет собой туристическую привлекательность, которая определяется совокупностью факторов культуры истории. В современной интерпретации, культурный ландшафт имеет свойство универсальности, аутентичности и целостности как объект культурного и природного наследия [1]. Историко-краеведческий туризм существует вместе с другими факторами, которые играют очень важную роль в развитии индустрии туризма. Например, в Италии, в 1991 г. 36% всех туристических посещений в Средиземноморский бассейн приходилось на него. Основные туристические ресурсы Италии - горы, озера и культурные и исторические ценности, в первую очередь, привлекают иностранцев, а не местных туристов. Среди главных мотивов прибытия в страну 45% иностранных гостей отмечают её культурно-исторические ценности, 43% - климат, 27% - природу и около 30% - комбинацию всех предыдущих Великобритании также среди видов отдыха, предпочитаемых иностранными туристами, доминирует познавательный туризм. Знаменитые на весь мир древние города, музеи, достопримечательности и памятники культуры все те объекты, которые создают знакомый с детства образ классической, традиционной Британии - привлекают туристов со всего мира. Следует отметить, что в связи с преобладанием познавательного туризма посещение страны иностранными туристами происходит довольно равномерно в течение всего года с небольшим возрастанием потока в сезон отпусков в. Однако интерес к наследию и традициям постепенно снижается, уступая место новым достопримечательностям и развлечениям [2].

К примеру, американцы знают, как заставить даже далеких от истории людей посетить исторический памятник: надо дать туристу то, чего он жаждет больше всего, - развлечение. Если вместо скучной исторической лекции сделать костюмированное

шоу, то отбоя от посетителей не будет. Знаменитое изобретение американцев - тематические парки - с успехом применено и в сфере культурно-исторического туризма. Успехом пользуется, например, Джеймстаун, штат Виргиния - воссозданное поселение первых английских колонистов, где представлен не только форт, но и индейские деревни - все они населены специально нанятыми актерами, помогающими посетителям почувствовать себя в начале XVII в.

Один из факторов, стимулирующих развитие культурного туризма на современном этапе, обострение конкуренции между туристскими странами и регионами. Развитые в туристском отношении страны уже не могут увеличивать количество принимаемых ими туристов за счёт плотности и уровня комфорта туристской инфраструктуры. Здесь во многом уже достигнуты пределы возможного. Поэтому ставка делается не на рост мощности турпотоков, а на интенсивность туристских программ, и эффект достигается прежде всего за счёт культурных компонентов. Именно они позволяют существенно увеличить конкурентоспособность страны на международном туристском рынке.

Рассмотрим опыт соседних стран, таких как Кыргызстан и Монголия в развитии культурно-исторического туризма. При выборе стран рассматривались определенные критерии, такие как, относительные успехи в развитии въездного туризма и ремесленничества, близкое географическое положение и геополитические условия, сходные природные условия и уровень развития инфраструктуры а также родственная культура.

На туристскую тропу Кыргызстан вышел, имея богатейший природный и культурно-исторический потенциал. За полтора десятка лет независимости уже накоплен опыт работы на мировых туристских рынках. Кыргызстан работает, обучаясь на ходу, и движется в соответствии с тенденциями развития мирового рынка. Подтверждением сказанному, являются результаты маркетингового исследования, проведенного летом 2006 года. Свое мнение о гостеприимстве страны выразили туристы из более чем 40 стран дальнего зарубежья, 70 городов России, 15 городов Казахстана, 10 городов Узбекистана, а также внутренние туристы со всех регионов страны. По мнению туристов, произошло повышение уровня качества сервиса в местах основного проживания, в кафе и ресторанах. Спрос на туристские услуги Кыргызской Республики превзошли самые оптимистические прогнозы - отдохнули более миллиона человек, не считая внутренних туристов, при этом уровень цен был особенно «впечатляющим». Цены возросли в большей степени на рынке рекреационных услуг, сказалась модернизация части номерного фонда, строительство новых отелей и пансионатов. Привлечение иностранных инвестиций и туристов стало важной стратегией развития туризма Кыргызстана. Это полностью оправдано тем фактом, что ежегодно количество отдыхающих иностранных туристов увеличивается на 15-30% [3].

Туристский потенциал Монголии значительно менее благоприятный, чем в Кыргызстане и Казахстане, их предложения менее разнообразны из-за более тяжелых климатических условий. Более того, нет почти никакого рынка развлекательного туризма. Несмотря на эти ограничения, Монголия за прошедшие 8 лет сумела установить международную репутацию в качестве пленительного туристского места назначения. Главные преимущества Монголии в качестве объекта посещения и предложения для любителей путешествий: поддерживают мифы и легенды о Чингисхане, Монголия располагается и является остановкой вдоль пути по популярной Транссибирской железной дороге в Пекин; историко – краеведческий туризм, основанный на Гер (Монгольская версия Юрты), пустыня Гоби. Монголия успешно конкурирует на рынке предоставления туристских услуг с Кыргызстаном на сегменте рынка «приключенческих турах». Кроме того, Монголия уже сумела приспособиться к

туристским группам среднего размера - в основном это путешественники старшего возраста из различных стран. И еще, Монголия уже начала продвигать мероприятия во внесезонный период - организация Ледового фестиваля, фестиваль верблюда зимой. Для развития туризма в Монголии есть видимая конструктивная атмосфера и решительная готовность совместно продвигать туризм среди Ассоциаций, на уровне частного сектора и правительственных структур.

В настоящее время в Монголии действует Ассоциация туризма Монголии, созданная в 1992 году. Главная проблема, которую призвана решить Ассоциация - улучшить услуги, активизировать международное сотрудничество и улучшить совместную деятельность в развитии туризма. Министерство ответственно за организацию продвижения национального туризма. Важно отметить особый профессиональный подход Министерства в производстве рекламных материалов. На международных ярмарках туризма Монголия впечатляет очень красивой концепцией стенда, привлекающей большое внимание общества [4].

Как правило, все туристические базы оборудуются комфортабельными 2-4 местными юртами, имеется ресторан (как правило, европейская и монгольская кухня), на территории лагеря располагается сувенирный киоск, с обязательным набором монгольских акварелей, открыток и разнообразных сувениров, обязательно есть туалет, душ, прачечная. Из развлечений: бильярд, пинг-понг, прогулки верхом на лошадях. Как правило, для ресторана возводится большая, вместительная юрта. Жерди каркаса украшаются монгольским орнаментом.

Территория всех туристических лагерей обычно огорожена. Для предотвращения почвы от разрушения проезд автомашин к юртам запрещен. Для автомашин имеется автостоянка у главного входа. Пешеходные дорожки между юртами часто выкладываются из природного камня (для предотвращения вытаптывания травы).

Как отмечалось выше, одним из главных преимуществ привлечения туристов являются легенды о Чингисхане. И вот в начале 21 столетия можно стать зрителем величественного зрелища - увидеть воочию знаменитую конницу Чингисхана. Данное шоу было создано в год 800-летия Чингисхана, но так понравилось туристам, что было принято решение о показе данного шоу ежегодно. Театрализованное шоу, устроенное военными, показывает, как в 13 веке монголы охотились и как вели войну

Развитие туризма предоставляет скотоводам, проживающим на этой земле на протяжении нескольких поколений новые возможности. Туристам предлагается насыщенная интересная культурная программа, для скотоводов это хорошая возможность увеличить свои доходы. С января по июль 2007 года Хулуьбуирский аймак автономного района Внутренняя Монголия посетили свыше 600 тыс. туристов из разных стран и регионов мира.

В настоящее время в город Хулуьбуир открыто свыше 10 туристических маршрутов. В этих путешествиях туристы могут лучше узнать историю и культуру Внутренней Монголии. Одна четвертая часть всех пустыней Китая находится во Внутренней Монголии. Раньше пустыня внушала страх, а сегодня она является одним из источников доходов индустрии туризма.

Практика использования памятников истории и культуры в туристической сфере соседними и зарубежными государствами должен стать примером для Казахстана в сфере развития историко-краеведческого туризма по всей республике и в отдельных взятых регионах.

#### **Литература:**

1. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. Учебное пособие. Москва - Санкт-Петербург: Издательский дом Герда, 2004. 320 с.

2. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. М.: Финансы и статистика, 2000. 160 с.
3. Шайхутдинов Р. Куда ведет туристская тропа? // Материал подготовлен по результатам маркетингового исследования «Рынок туризма КР 2006 г.».
4. Цалокар В. Монголия: перспективы развития туризма. 2006. 58 с.

## ӘОЖ 815.2

### ТУҒАН ЖЕР АТАУЫ – ТҰНҒАН ТАРИХ

**Таласпаева Ж.С., Балгарина Б.А.**

*(М.Қозыбаев ат.СҚМУ)*

Елбасы «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласында: Біз – ұлан-ғайыр жері мен аса бай рухани тарихы бар елміз. Ұлы Даланың көз жеткізгісіз кең-байтақ аумағы тарихта түрлі рөл атқарған. Бірақ, осынау рухани географиялық белдеуді мекен еткен халықтың тонның ішкі бауындай байланысы ешқашан үзілмеген. Туған жердің әрбір сайы мен қырқасы, тауы мен өзені тарихтан сыр шертеді. Әрбір жер атауының төркіні туралы талай-талай аңыздар мен әңгімелер бар. Әрбір өлкенің халқына суықта пана, ыстықта сая болған, есімдері ел есінде сақталған біртуар перзенттері бар. Осының бәрін жас ұрпақ біліп өсуге тиіс [1].

Әсіресе кең-байтақ, ұлан-ғайыр жеріміздегі миллиондаған жер-су атауларында халық тарихының ізі, халықтың дүниеге көзқарасы, тіршілік қаракеті, тұрмыс-күй, шаруашылық кәсіптерінің көріністері, әдеп-ғұрып, салт-сана, жөн-жобаның көрік бейнесі айқын зерделенген. «Қайда барсаң, Атамекен, көкейінде жатады екен», - деп ақындар жырлағандай әр адамның атамекен – алтын бесігі жаһандағы барша асылдан қымбат. Өйткені туған Жер – Ана тұнған қазына, ең байлық, таңғажайып тарих. Осы орайда халқымыздың абзал ұлы Ш.Уәлихановтың: «Көне түркі салт-сана, әдеп-ғұрыптың қаймағы бұзылмаған қазақтарда өмірдің бір саласын қамтитын тарихи оқиғалармен байланысты жер-су атаулары тағы да басқалары есте сақталып, атадан балаға жалғасып жатады», - деген болса, Мұхтар Әуезов: «Біздің қазақ жер аты, тау атын әманда сол ортаның сыр-сипатына қарай су, жапан түзде кездескен кішкене бұлақ атының өзінде қаншама мән-мағына, шешілмеген құпия сыр жатады», - деп орынды да нақты суреттегені кімнің де болса есінде.[2, 3б.]

Жер-су, елдімекен атаулары халқымыздың бай тілі негізінде жасалып, халық тарихымен байланысты дамиды.Топонимикалық атаулар белгілі бір оқиғалардың мерзімін меңзеуі арқылы тарихи дерек көзінің сырын саралап, танып-білуге септігін тигізеді. Олай болса, топонимдер — «жердің тілі, жазылмаған кітап» қана емес, сонымен қатар жер тарихы мен ел тарихын танытар, оның өмірінен сыр шертер тарихи шежіресі.Олар өткен тарихымыздың мәдени ескерткіші ретінде ғана маңызды емес, бүгінгі таңда зор мән-мазмұнға ие. Өйткені ешбір қоғам өмірінде, тарих деңгейінде жер-су атауларының қатысуынсыз оқиға болған емес.Мәдениеті мен ғылыми кемелденген өркениетті халықтар көне тарихтың сыр-сипатын ашуға септігін тигізер құнды мұралардың ешбірін назардан тыс қалдырмай зерттеп, ғылым елегінен өткізіп отырады. Әрбір атаудың өз тарихы, дүниеге келу сыры бар.[3, 16б.]

Ономастика – кең мағынасында(гректің «onomastikys» - атау беру) – тілі ғылымның меншікті есімдерді, олардың шығу тарихын, ұзақ уақыт тұрақты қолдану нәтижесінде түрленуін, дамуын, таралуын зерттейтін саласы. Ықшам мағынасында әртүрлі жағдайдағы меншікті есімдер, атаулар жүйесі.