

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ВЕЛИКОГО МІСТА

В статті розглядається актуальність дослідження сфери послуг, розкрито сутність поняття «телекомунікаційна послуга». Визначена роль сфери послуг у процесі суспільного виробництва та життєдіяльності населення. Виділена класифікація телекомунікаційних послуг за використанням засобів зв'язку.

Ключові слова: сфера послуг, телекомунікаційна послуга, сфера матеріального виробництва.

Д.А. Шинкаренко. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СФЕРЫ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ БОЛЬШОГО ГОРОДА. В статье рассматривается актуальность исследования сферы услуг, раскрыта сущность понятия «телекоммуникационная услуга». Определена роль сферы услуг в процессе общественного производства и жизнедеятельности населения. Выделена классификация телекоммуникационных услуг по использованию средств связи.

Ключевые слова: сфера услуг, телекоммуникационная услуга, сфера материального производства.

Актуальність дослідження. Поява нових телекомунікаційних технологій значно розширює спектр телекомунікаційних послуг, підвищуючи їх значення в конкурентоспроможності національної економіки, розширенні можливостей її інтеграції у світову систему господарства. Телекомунікаційні послуги відіграють величезну роль у збалансованому розвитку глобальної та регіональної економіки. Вони є з'єднувальною ланкою як промислової сфери, сфери послуг, так і різних географічно розрізнених частин країни та економічних центрів.

Стимулюючи людське спілкування за допомогою зв'язку, сучасні телекомунікаційні послуги стають необхідною умовою для соціальної згуртованості та культурного розвитку всіх країн. Є всі підстави вважати, що інформація стає однією з найвагоміших складових економічної активності суспільства. Тому можна стверджувати, що розвиток сфери телекомунікаційних послуг, як важливої складової інформатизації суспільства та забезпечення суспільства високоякісними послугами є одним з найважливіших напрямів національного та економічного розвитку будь-якої держави і, зокрема, України. Саме цій актуальній проблемі присвячене дане дослідження.

Метою дослідження даної статті є розкриття сутності поняття «телекомунікаційна послуга» та обґрунтування її місця у сфері послуг.

Аналіз попередніх досліджень. Слід зазначити фундаментальні праці українських та російських вчених в дослідженні цього питання: А. О. Абашева, В. Л. Бройдо, Г. Г. Головки, Є. Г. Іванова, Д. С. Мельника, М. Г. Онищенко, Г. Ю. Псарьова, О. Г. Топчієва, О. І. Шаблія, М. Б. Шифрина та інших.

Виклад основного матеріалу. У наш час відбуваються радикальні зміни у світовому господарстві щодо співвідношення сфер матеріального виробництва і послуг, які називаються революцією послуг. Одним з головних напрямків сучасного розвитку сфери послуг є забезпе-

чення науково-технічним, інформаційним і діловим обслуговуванням процесу виробництва на всіх його стадіях – від підготовки та інвестування до функціонального забезпечення та після виробничого супроводження. Йдеться про ринок нових технологій та їх техніко-економічного обґрунтування (розробка бізнес-планів), про дослідження ринків збуту нової продукції, про розроблення нових і новітніх організаційно-економічних форм виробництва, про менеджмент і маркетинг виробництва, про лізингове, консультативне, управлінське та комунікаційне обслуговування виробництва [10].

Революція послуг має свої якісні та кількісні параметри. Головним з них є частка населення зайнятого в сфері послуг, яка невпинно зростає. На даний час цей показник має величезну амплітуду в різних країнах. Найбідніші країни мають примітивну сферу послуг, в якій зайнято менше 10-15 % самодіяльного населення (Ефіопія – 13 %, Нігер – 6 %). У високорозвинених країнах у сфері послуг нині зайнято вже 65 – 75 % населення, і ця частка має чітку тенденцію до подальшого зростання. У світовому господарстві вкладання капіталу у сферу послуг у 1970 р. становило 25 % усіх інвестицій, а сьогодні зросло до 50 – 60 % і продовжує збільшуватись. Послуги вже стали головним продуктом світової торгівлі. Близько 80 % світового експорту послуг припадає на високорозвинені країни. Разом з тим значні обсяги послуг експортують Сінгапур, Корея, Мексика.

Разючі зміни відбуваються і в якісних характеристиках розвитку сфери послуг. Інформаційна революція супроводжується появою якісно нових послуг – інформаційних, науково-технічних, ділових. Нові телекомунікаційні технології роблять світовий ринок таких послуг надзвичайно ємким, динамічним та оперативним.

Розвинена сфера послуг – обов'язкова складова сучасного суспільства і важлива передумова його поступального розвитку. На даний

час переважаюча частина (до 75 % і більше) самодіяльного населення розвинених країн зайняті у сфері послуг. В більшості країн світу 7 з кожних 10 нових робочих місць створюється у сфері послуг. Роль сфери послуг у процесі суспільного виробництва та життєдіяльності населення взагалі визначається тим, що сфера послуг заощаджує витрати робочого часу населення на задоволення власних потреб і збільшує вільний час людей. Без сфери послуг стає неможливим сам процес виробництва. Розвинена сфера послуг забезпечує стабільне відтворення самого населення. Висока частка сфери послуг – ознака значного соціально-економічного розвитку регіону (чи країни) та прогресивної структури його господарства. Економічне значення сфери послуг полягає в тому, що вона значною мірою забезпечує відтворення населення та робочої сили, впливає на продуктивність суспільної праці, заощаджує робочий час населення, вивільняє населення від малопрофесійного самообслуговування. Ще більш значущою є соціальна роль сфери послуг, рівень розвитку якої визначає якість життя і є одним з головних показників рівня людського розвитку взагалі. Головна особливість сфери послуг – її повсюдність, масовість, величезна розгалуженість та диверсифікованість [3].

Сфера послуг – це сукупність галузей та видів економічної діяльності, що виробляють послуги здійснюючи істотний вплив на формування якісних характеристик суспільства, на рівень його освіти, культури, на стан здоров'я, сприяють розширенню можливостей подальшого підвищення його ділової активності, розвитку всіх його творчих здібностей [12].

У цілому галузі сфери послуг створюють умови для раціональної й ефективної організації основних видів діяльності людини (трудової, побутової, суспільно-політичної, духовної й культурної), а саме:

- виконання розподілу й обміну матеріальних благ (торгівля, кредитування, страхування);
- надання споживчих послуг (житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок у частині обслуговування населення);
- охорона здоров'я населення (охорона здоров'я, санаторно-курортне обслуговування й відпочинок, соціальне забезпечення населення);
- формування суспільної свідомості й світогляду (освіта, мистецтво, релігія);
- керування й охорона громадського порядку (державна влада, громадські організації, органи охорони громадського порядку) [13].

Традиційно, у вітчизняній статистиці сфера послуг як така не виділялась, а поділ галузей на

виробничі та невиробничі був досить не чітким. Такі галузі, як транспорт і зв'язок, будівництво, торгівля, громадське харчування, матеріально-технічне постачання, збут, заготівля та інші, відносились до сфери матеріального виробництва, хоча за світовою статистикою – це типові галузі сфери послуг. Побутове обслуговування було поділено між виробничою та невиробничою сферами. До першої відносили виробничі види побутового обслуговування, до другої – невиробничі [6].

У сучасній статистиці України суспільне виробництво систематизоване вже не за галузями, а за видами економічної діяльності з поділом на секції, підсекції, розділи, групи, класи та підкласи [11]. Показово, що послуги пронизують переважну більшість секцій і підсекцій. Винятком є переробна промисловість (секції D та E), яка безпосередньо не містить у своєму складі обслуговуючої діяльності.

У складі первинного сектору економіки (види господарської діяльності, що дають первинну продукцію) послуги не включені до складу добувної промисловості (секція C), але наявні у сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві (секція A), а також у рибному господарстві (секція B).

Дванадцять секцій (F – Q) безпосередньо входять до сфери послуг і мають складну й розгалужену внутрішню рубрикацію.

Секція F – охоплює всі види будівельно-монтажних та оздоблювальних робіт.

Секція G – оптова і роздрібна торгівля, торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту – включає ремонт транспортних засобів і торгівлю пальним, а також ремонт товарів особистого вжитку та домашнього використання.

Секція H – готелі та ресторани – додатково охоплює оренду тимчасового житла для літнього відпочинку, діяльність кафе, барів, їдалень, буфетів, фабрик-кухонь.

Секція I – транспорт – включає всі транспортні послуги, у т. ч. міського та автодорожнього, *телекомунікаційні послуги* та допоміжні транспортні послуги, серед яких:

- функціонування транспортної інфраструктури;
- туристичні агенції та бюро подорожей;
- транспортні агентства.

Секція J – фінансова діяльність – включає банківську та страхову справу, управління цінними паперами та ін.

Складною та розгалуженою є секція K – операції з нерухомістю, здавання під найм та послуги юридичних осіб, що включає такі розділи:

- операція з нерухомістю (купівля, продаж, оренда);
- здавання в найм (прокат) транспортних засобів, машин, обладнання, побутових товарів;
- інформатизація, програмне забезпечення, оброблення даних, технічне обслуговування комп'ютерної техніки;
- наукові дослідження і розробки;
- послуги юридичних осіб.

Секція L – державне управління – рубрикована за рівнями адміністративно-територіального устрою країни. До державного управління віднесена діяльність податкової, патентно-ліцензійної служб та статистики. Компетенцією держави є також функції оборони, юстиції, охорони громадського порядку, захисту громадян від надзвичайних ситуацій.

Освіта (секція M) поділена на групи відповідно її рівням:

- початкова загальна освіта (дошкільна, початкова);
- середня освіта;
- вища освіта;
- післядипломна освіта.

Секція N – охорона здоров'я та соціальна допомога – рубрикована за такими видами діяльності:

- охорона здоров'я, зокрема:
- ветеринарна допомога;
- соціальна допомога (притулки, герентологічні заклади та ін.).

Секція O – колективні громадські та особисті послуги:

- асенізація, прибирання вулиць, переробка відходів;
- громадська діяльність (економічна, професійна, профспівкова, релігійна, політична);
- відпочинок, розваги, культура, спорт, засоби масової інформації, бібліотеки, музеї, охорона природи (ботанічні й зоологічні парки та ін.);
- індивідуальні послуги (прання, чистка, фарбування, перукарні, ритуальні послуги та ін.).

До сфери послуг віднесені також послуги домашньої прислуги (секція P) та екстериторіальна діяльність (секція Q), що включає діяльність дипломатичних служб і міжнародних організацій. Як бачимо, систематика видів економічної діяльності у сфері послуг є надзвичайно розгалуженою, складною та багаторівневою, що повною мірою відповідає сучасній ролі сфери послуг у господарстві розвинених країн [7].

Не всі види за їх назвами відповідають нашому традиційному уявленню щодо переліку

послуг. Такі види, як будівництво, транспорт, які за радянських часів традиційно відносились до матеріального виробництва, розглядаються у сфері послуг. Проміжне або стикове положення між матеріальним виробництвом та сферою послуг займають торгівля та матеріальне побутове обслуговування. У переліку видів сфери послуг виявились відсутніми наука та наукове обслуговування. Ці послуги попадають більшою чи меншою мірою у три секції: послуги юридичних осіб (секція K); освіта (секція M) та колективні, громадські та особисті послуги (секція O). Не виділені в окремий вид інноваційні, ділові та інформаційні послуги, частка яких у світовій економіці зростає лавиноподібно.

На основі зазначеного вище, обґрунтуємо деякі аспекти. Величезний імпульс до якісно нового розуміння значення та розвитку видів послуг в Україні дала світова інформаційна науково-технічна революція, що розпочалася наприкінці XX століття і знаменує перехід до так званого постіндустріального або інформаційного суспільства. Інформація стала масовим товаром, що має надзвичайно високу економічну ціну і попит. Могутність держави нині значною мірою визначається її роллю на світовому ринку інформації. Потужний попит на інформацію та її велике значення у сучасному світі спричинили розвиток якісно нових послуг – телекомунікаційних, як засобу швидкої передачі та обміну інформації в суспільстві [9].

Збільшення обсягу, підвищення якості та розширення асортименту телекомунікаційних послуг для населення, державних органів влади та підприємців є одним із найважливіших чинників соціально-економічного розвитку суспільства в усьому світі. Вирішенню цієї проблеми приділяється велика увага і в Україні. В останні десять років прийнято ряд законів стосовно телекомунікацій, а саме: закони України «Про зв'язок», «Про поштовий зв'язок», «Про телекомунікації», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Концепція розвитку телекомунікацій в Україні» та ряд інших стосовно інформатизації, також телекомунікаційних послуг, як одного з видів сфери послуг, виділених в Класифікації видів економічної діяльності України (рис. 1).

Телекомунікаційна послуга – це продукт діяльності оператора або провайдера телекомунікацій, спрямований на задоволення потреб юридичних або фізичних осіб, які потребують, замовляють та / або отримують телекомунікаційні послуги для власних потреб [5].

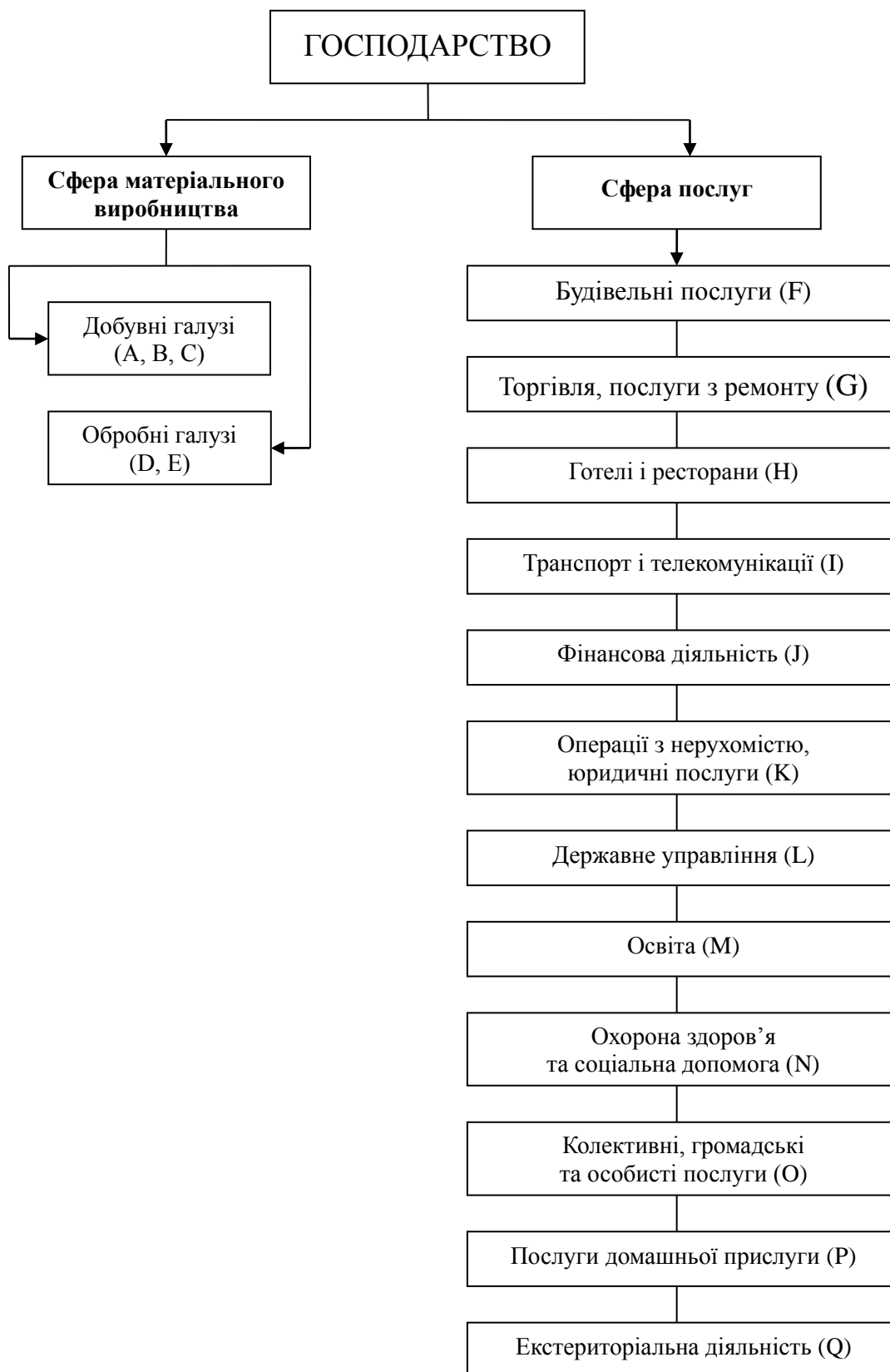


Рис. 1. Місце телекомунікаційних послуг в класифікації видів економічної діяльності України (побудовано автором за даними [11])

Класифікація телекомунікаційних послуг за використанням засобів зв'язку
(складено автором за даними [1])

Засоби зв'язку	Можливі послуги
Телевізор	Чорно-біле телебачення
	Кольорове телебачення
	Промислове телебачення
	Кабельне телебачення
Радіоприймач	Супутникове телебачення
	Проводове радіомовлення
Телефон	FM Радіомовлення
	Провідний зв'язок
	Пейджинговий зв'язок
Телеграфія	Стільниковий зв'язок
	Факс
	Телекс
	Дат-факс
Комп'ютер	Телефакс
	Всесвітня мережа Інтернет
	Електронна пошта
	Голосова пошта
	Інтерактивне відео
	Відео конференція
	ICQ
Web Chat	
Поштова скринька	IP-телефонія
	Пересилання листів, поштових карток
	Пересилання посилки, бандеролей
	Доставка періодичних видань

На сьогоднішній час телекомунікаційними послугами користуються, займаються їх створенням та вдосконаленням мільйони людей. Телекомунікації признані всім світом, як один з найпріоритетніших напрямів розвитку науково-технічного прогресу, в який вкладаються фінанси, матеріальні та інтелектуальні ресурси [8].

Бажання людини надалі одержувати різноманітні види інформації є основною для створення нових та розвитку вже існуючих видів телекомунікаційних послуг (телефонії, телеграфії, радіозв'язку, Інтернет тощо). Поява нових засобів зв'язку прискорює розвиток вже існуючих та сприяє впровадженню нових видів телекомунікаційних послуг, що потребує їх певної систематизації з метою створення ефективного

механізму оцінки цих послуг, виділення їх переваг та недоліків у порівнянні з уже існуючими, тому цілком виправданим є інтерес багатьох науковців до цієї проблеми.

Так, один з провідних російських вчених – А. Абашев, який займається дослідженням ринку телекомунікаційних послуг країн СНД, проводить класифікацію послуг за використанням засобів зв'язку, необхідних для їх надання (табл. 1). За результатами проведених досліджень, вчений встановив, що найбільшим попитом у суспільстві користуються послуги підключення до мережі Інтернет та систем безпроводного телефонного зв'язку. В області традиційної телеграфії на сьогоднішній час найбільш популярним серед населення є факсимільний спосіб передачі даних з використанням телефа-

ксу, у діловому секторі економіки в містах, де є автоматичний телефонний зв'язок цілодобової дії – послуги дат-факсу [1].

Інші дослідники сфери телекомунікаційних послуг (В.Бройдо, О. Псарьов) розподіляють їх за ступенем документованості інформації, що передається, виділяючи при цьому дві групи послуг:

1. Послуги, що забезпечують можливість передачі не документованої інформації: послуги телефонного зв'язку, послуги стільникового радіотелефонного зв'язку, послуги транкінгового радіотелефонного зв'язку, послуги пейджингового зв'язку, послуги радіозв'язку, послуги супутникового зв'язку, послуги відеотелефонного зв'язку;

2. Послуги, що забезпечують можливість передачі документованої інформації: послуги телеграфного зв'язку, послуги дейтафонного зв'язку, послуги факсимільного зв'язку, послуги поштового зв'язку.

Дана класифікація є відносною, оскільки навіть звичайні телефони з автовідповідачем дозволяють реєструвати інформацію в звукових файлах, а стільникові телефони та пейджери – зберігати повідомлення в текстових файлах. Тому віднести телекомунікаційні послуги до тієї чи іншої групи можна лише за переважаючим їх використанням.

В Україні довгий час загальноприйнятою у використанні, серед державних монополістів ВАТ «Укртелеком» та УДППЗ «Укрпошта», була радянська класифікація послуг зв'язку (термін «телекомунікаційна послуга», запозичений з за кордону, з'явився у вжитку наприкінці 90-х років) в основі якої був розподіл послуг на дві великі групи:

- послуги електрозв'язку;
- послуги поштового зв'язку.

До першої підгрупи, відносили послуги телефонного зв'язку (міського, сільського, міжміського, міжнародного), проводового радіомовлення, телебачення, телеграфу тощо.

До другої підгрупи відносили пересилання листів, бандеролей, поштових карток, посилок, розповсюдження періодичних видань, кур'єрська доставка тощо [2].

Наприкінці 90-х років ХХ ст., після бурхливого розвитку в Україні радіозв'язку (мобільного зв'язку) та швидкого поширення користувачів Всесвітньої мережі загального доступу (Інтернет), перелік послуг у підприємств-надавачів значно розширився, спочатку за рахунок надання послуг пейджингового зв'язку, потім стільникового та підключення до Інтернет [4]. Постійне технічне вдосконалення та інтелектуалізація функціонування засобів зв'язку майже повністю змінили характер людської діяльності у сфері надання різноманітних послуг, торгівлі, управління компаніями, координації на міжнародному рівні, проведення наукових досліджень тощо.

Висновки. Телекомунікаційні послуги відіграють значну роль в соціальній та економічній діяльності суспільства, забезпечуючи підтримку розвитку економіки регіону та соціальної сфери. Особливо це стосується великих міст де сформований потужний ринок таких послуг. В Україні це обласні центри, в першу чергу. Розвиток телекомунікаційних послуг в місті Харкові, який є містом мільонером і активним споживачем таких послуг, здійснюється випереджувальними темпами порівняно із загальними темпами розвитку економіки, що є визначальним на найближчу і більш віддалену перспективу. Але незважаючи на це в сфері телекомунікацій існує ряд проблем, які потребують невідкладного вирішення. Отже, все зазначене вище визначає актуальність подальших сучасних суспільно-географічних досліджень сфери телекомунікаційних послуг Харківського регіону. Такі дослідження виступають основою розробки планів та програм перетворення великих міст України, зокрема міста Харкова до групи світових міст і підвищення особистого рейтингу міста.

Література

1. Абашев А. О. Рынок информационно-телекоммуникационных услуг и тенденции его развития [Текст] / А. О. Абашев. Дис. канд. экон. наук : 08.00.05. – Хб., 2002. – 185 с.
2. Васильева Н. В. Роль инвестиций в развитии информационных технологий та комунікацій [Текст] / Н. В. Васильева // Економіст. – 2007. – №10. – С. 14–17.
3. Гимин А. Б. География сферы обслуживания: основные понятия и методы [Текст] / А. Б. Гимин. – М., 2007. – 218 с.
4. Головка Г. Г. Нові види послуг в галузі телекомунікацій на сучасному етапі технологічної конвергенції [Текст] / Г. Г. Головка. – К. : Крок, 2008. – 217 с.
5. Закон України «Про телекомунікації» / Постанова ВР України № 1280-15 від 15.08.1998 р.
6. Захарина Д. М. Учителю о географии сферы обслуживания [Текст] / Д. М. Захарина, М. К. Ковалевская. – М. : Просвещение, 1990. – 188 с.
7. Мельник Д. С. Стратегічні засади розвитку телекомунікаційних послуг на прикладі Львівської області [Текст] / Д. С. Мельник. Дис. канд. экон. наук : 08.07.04. – Одеса, 2003. – 211 с.

8. Мильчакова Н. В. Телекоммуникации в России: структурные реформы и повышение капитализации компаний [Текст] / Н. В. Мильчакова // Вопросы экономики. – 2007. – №7. – С. 24–26.
9. Молодцов О. В. Інформаційне суспільство – вектор розвитку української держави [Текст] / О. В. Молодцов // Статистика України. – 2005. – № 1. – С. 14–17.
10. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії [Текст] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2001. – 560 с.
11. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії [Текст] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2009. – 544 с.
12. Юрковский В. М. География сферы обслуживания [Текст] / В. М. Юрковский. – К. : УМКВО, 1989. – 82 с.
13. Юрченко С. А. География инфраструктуры [Текст] / С. А. Юрченко. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2003. – 180 с.

УДК 528.9:338.483(477.54)

К.В. Шпурік, аспірантка,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

КАРТОГРАФУВАННЯ ПРИРОДНОЇ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В РАМКАХ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ

У статті проаналізована Програма розвитку культури і туризму Харківської області на 2014-2018 роки. Визначено сутність регіонального картографування природної та історико-культурної спадщини. На основі аналізу картографічних творів виявлено особливості відображення об'єктів спадщини на картах туристичної тематики. Доведено значущість та необхідність створення карт спадщини, та запропоновані їх експериментальні зразки як складові регіональної програми розвитку туризму.

Ключові слова: регіональне картографування, природна та історико-культурна спадщина, регіональний туризм, програма розвитку культури і туризму.

Е.В. Шпурік. КАРТОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ПРИРОДНОГО И ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА. В статье проанализирована Программа развития культуры и туризма Харьковской области на 2014-2018 годы. Определена сущность регионального картографирования природного и историко-культурного наследия. На основе анализа картографических произведений выявлены особенности отображения объектов наследия на картах туристической тематики. Доказана значимость и необходимость создания карт наследия, и предложены их экспериментальные образцы как составляющие региональной программы развития туризма.

Ключевые слова: региональное картографирование, природное и историко-культурное наследие, региональный туризм, программа развития культуры и туризма.

Вступ. Особливістю тематичного картографування останніх років є значне збільшення кількості карт туристсько-рекреаційної тематики. Безпосередньо туристичні карти й атласи, які у великих обсягах видаються в Україні й за кордоном, орієнтовані на формування у потенційних туристів загальних уявлень про можливості відпочинку й туризму на відповідній території, відображаючи серед інших і об'єкти природної та історико-культурної спадщини (ПКС).

Сучасний розвиток туризму передбачає активне використання унікальних об'єктів місцевості. Туризм дозволяє не тільки приносити доходи регіону, але дає підставу пишатися своїм унікальним надбанням і надає можливості ділитися ним з туристами, що призводить до збереження та раціонального використання природної та історико-культурної спадщини. Успішний розвиток туризму в регіоні, масове залучення потенційних туристів залежить від дій, спрямованих на збереження об'єктів природної та історико-культурної спадщини. Від характеру об'єктів ПКС, їх цінності, кількості, атрактивності, доступності та інших факторів залежить можливість їх використання в туристичній галузі.

Метою статті є доведення необхідності створення карт спадщини в рамках Програми розвитку культури і туризму Харківської області на 2014-2018 рр.; висвітлення результатів дослідження з розробки регіональних картографічних творів спадщини; виявлення особливостей відображення об'єктів ПКС на картах туристичної тематики.

Вихідні передумови. Найбільш повно об'єкти природної та історико-культурної спадщини розглядаються в туристичному аспекті — вони відіграють важливу роль у задоволенні пізнавальних потреб туристів, їх використовують у туристсько-екскурсійних цілях, включають до туристичних маршрутів.

К. А. Поливач, у своєму дослідженні тенденцій використання об'єктів культурної спадщини як основи розвитку туризму, розробила класифікацію видів туризму, заснованих на переважному використанні культурної спадщини, серед них: археологічний, архітектурно-історичний, військово-історичний, етнічний, етнографічний, культурологічний, музейний та релігійний (паломницький).

Роль та місце пам'яток історії та культури в туризмі досліджували О. О. Бейдик [1], Ю. О. Веденін [3], Т. І. Герасименко [2], Ю. І. Прасул