

**ТУРИЗМ, КУЛЬТУРА ТА РЕКРЕАЦІЯ ЯК ЧИННИК
УТРИМАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ПРИКЛАДІ
КУОРТУ МИРГОРОД ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
ПРИДНІПРОВ'Я**

Ляшенко Вячеслав Іванович

*доктор економічних наук, професор, завідувач відділу,
Інститут економіки промисловості Національної академії наук України*

Лазаренко Дмитро Олександрович

*доктор економічних наук, професор,
провідний науковий співробітник,
Інститут економіки промисловості Національної академії наук України*

Землянкін Анатолій Іванович

*кандидат економічних наук, провідний науковий співробітник,
Інститут економіки промисловості Національної академії наук України*

Іванов Сергій Володимирович

*член-кореспондент НАН України, старший науковий співробітник,
Придніпровський науковий центр НАН України та МОН України*

Туризм, культура та рекреація в Полтавській області виконують не лише «додаткову» сервісну функцію, а й формують якість життя, привабливість територій для проживання та повернення населення, а також створюють робочі місця у сфері послуг, креативних індустріях і медицині. Для регіону це означає можливість диверсифікації кластерної структури через розвиток оздоровчого (медичного) туризму, де поєднуються лікувальні ресурси, сервіс, культурні події та локальні МСП (харчування, транспорт, екскурсійні послуги, ремесла).

Полтавщина має високу концентрацію культурних і туристичних ресурсів. В офіційній комунікації області визначено 5 «туристичних магнітів»: Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному [1], Національний музей-заповідник М.В. Гоголя, державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви», Полтавський краєзнавчий музей ім. В. Кричевського та Миргородкурорт. Культурна інфраструктура масштабується великою кількістю об'єктів спадщини: станом на 01.05.2021 у Полтавській області на державному обліку перебували 2597 пам'яток та об'єктів культурної спадщини, із них у Державному реєстрі – 1383 (у т.ч. 95 національного значення), а також 585 щойно виявлених [2]. Це важливо для людського капіталу з двох причин: утримання населення (особливо молоді та фахівців), для яких культурне середовище, дозвілля та подієвість підсилюють «привабливість життя» в регіоні; ринок праці (послуги, гостинність, індустрія подій,

креативні індустрії), що дає альтернативи зайнятості та підвищує стійкість зайнятості в громадах.

Історія курорту пов'язана з відкриттям мінеральної води: у 1912 році в Миргороді пробурено артезіанську свердловину, а у 1915 воду визнано лікувальною; у 1917 відкрито водолікарню при міській лазні, а згодом – розлив мінеральної води. У 1953 році санаторій став спеціалізованою оздоровницею гастроентерологічного профілю, а в подальші десятиліття курорт розбудовувався (санаторні корпуси, загальнокурортна бальнеогрязелікарня, поліклініка, бует, Палац культури тощо).

Структура комплексу, послуги, спеціалізація. За енциклопедичним профілем у структурі «Миргородкурорту» – санаторії «Березовий гай», «Миргород», «Полтава», «Хорол», а також загальнокурортна поліклініка і бальнеогрязелікарня; зазначається наявність понад 300 видів лікувальних процедур та діагностичних обстежень і 66 лікарів у штаті (у межах комплексу). Санаторій «Миргород» (як одна з ключових оздоровниць комплексу) позиціонується як профільний для лікування функціональних захворювань органів травлення, а також має реабілітаційні напрями (постінсультні стани, органи дихання, урологія/гінекологія тощо). Потужності, прийом відвідувачів та економічний ефект (із проксі-оцінками). У відкритих джерелах, доступних без обмежень (незалежно від JavaScript), наведені орієнтовні місткості санаторіїв комплексу: санаторій «Миргород» – 426 місць, «Полтава» – 456, «Хорол» – 402, «Березовий Гай» – 556 (сукупно ≈ 1840 ліжко-місць). Також курорт описується як такий, що щороку приймає понад 30 тисяч відвідувачів (у різних джерелах формулювання узгоджується). Економічний вплив для громади формується через: цілорічну зайнятість у медицині/реабілітації та сервісі (що стабілізує локальний ринок праці); мультиплікатор витрат: транспорт, харчування поза територією, культурні заходи, екскурсії, локальні продукти/сувеніри; зв'язки з МСП: кейтеринг, пральні/клінінг, ремонт і техобслуговування, ІТ-послуги, маркетинг, екскурсійні бюро. Проксі-оцінка локального попиту від санаторно-курортного туризму (порядок величини): якщо прийняти 30 тис. відвідувачів на рік та типовий «позасанаторний» щоденний бюджет 400–800 грн на людину (харчування/послуги/мобільність у місті) при середній тривалості перебування 10–14 днів, орієнтовний обсяг додаткового попиту на локальні послуги може становити ≈ 120 –336 млн грн/рік. Це не є офіційним доходом курорту; це оцінка потенційного обігу МСП, що має бути уточнена через опитування відвідувачів і бізнесу. *Цифровізація та можливості smart-tourism для Миргорода.* Цифрова трансформація туризму та оздоровлення у регіоні може спиратися на два кластерних «контури»: контур пропозиції (курорт/санаторій): онлайн-запис, бронювання, електронні пакети послуг, CRM, персоналізовані програми реабілітації; контур

території (громада/область): цифрові карти атракцій, маршрути, культурні події, відгуки та аналітика потоків.

Поточні цифрові елементи вже частково присутні (онлайн-запис/контакти/візуальні матеріали на цифрових сторінках комплексу). Наступний рівень – smart-туризм і «цифровий санаторій», що включає: єдине вікно бронювання (путівка + трансфер + події + екскурсії); віртуальні тури по корпусах/процедурах та «пакетах реабілітації» (зрозуміле позиціонування для внутрішнього туризму); телемедичний супровід після завершення курсу (контроль показників, повторні консультації), особливо для реабілітаційних програм; data-driven маркетинг (сегментація аудиторій: гастро-профіль, постопераційна реабілітація, відновлення після стресу/перевтоми; аналіз конверсій, сезонності, повторних відвідувань). Важливо, що область уже розвиває цифрові інструменти в культурній сфері (електронний облік/ГІС-реєстр пам'яток), що може бути синхронізовано з туристичними маршрутами та маркетингом.

Кадрові та компетентнісні потреби: “оздоровчий туризм” як ринок праці. Оздоровчий туризм є міжсекторальним і вимагає кластерного поєднання компетенцій: медичні та реабілітаційні (лікарі, медсестринство, фізична терапія/ерготерапія, масаж/кінезотерапія); сервісні (готельно-ресторанна справа, кейтеринг, клієнтський сервіс, менеджмент якості); цифрові (онлайн-бронювання, робота з CRM, SMM/контент-маркетинг, аналітика попиту). Освітня база для забезпечення цих потреб у регіоні наявна й може бути «підшита» під Миргород як практичний полігон: підготовка фахівців з фізичної терапії та ерготерапії у Полтавському державному медичному університеті (освітньо-професійна програма). наявність освітніх програм зі спеціальності 242 «Туризм» у Полтавській політехніці (перелік ОПП). підготовка у сфері готельно-ресторанної справи та кейтерингу у Полтавському державному аграрному університеті. Це дозволяє сформувати локальний «skills-pipeline»: заклади освіти → практики у санаторії/громаді → працевлаштування → підвищення кваліфікації → управлінські кадри для розвитку туристичного кластеру (табл. 1).

Практичні рекомендації.

1. *Створити «Mirgorod Health Tourism Hub»* як координаційну групу (курорт + громада + ОВА + бізнес + освіта): єдиний календар подій, маршрути, пакетні продукти, система даних.

2. *Запровадити пакетні продукти «лікування + культура + рекреація»* на 7/10/14 днів із сегментацією (гастро-профіль, постінсультна реабілітація, відновлення після стресу).

3. *Цифровий апгрейд*: онлайн-бронювання/оплата, CRM, аналітика попиту, єдиний контакт-центр; підключити партнерські сервіси (агенції, трансфер, екскурсії).

SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
унікальний природний ресурс (мінеральна вода/грязі), довга історія та впізнаваний бренд, цілорічний попит, багатoproфільна медична база (процедури/діагностика, реабілітація)	фрагментація туристичного продукту (часто «санаторій окремо — місто окремо»), нерівномірна цифровізація, дефіцит окремих спеціалістів (реабілітація, сервіс, digital).
Можливості	Загрози
зростання внутрішнього медичного туризму, пакети «санаторій + культура + гастрономія», телемедицина/післякурсний супровід, партнерства з освітніми закладами та локальним бізнесом	безпекові та логістичні ризики воєнного часу, конкуренція з іншими курортами України, скорочення платоспроможного попиту.

Джерело: складено авторами

4. *Віртуальні тури та прозорі протоколи послуг:* короткі відео/3D-тури, стандартизовані описи процедур, «маршрут пацієнта» – від консультації до телесупроводу.

5. *Програма підготовки кадрів (dual + micro-credentials)* із фокусом на реабілітацію та гостинність; базові партнери – ПДМУ (реабілітація), ЗВО/коледжі (туризм, готельно-ресторанна справа).

6. *Локальні МСП як частина курортного продукту:* «локальні виробники/ремесла/ гастрономія» у стандартному пакеті; ярмарки вихідного дня; корпоративні закупівлі у місцевих.

7. *Маркетинг області через «туристичні магніти»:* прив'язати Миргород до маршрутів «Опішня–Гоголь–Полтава–Миргород» і промотувати як цілорічну пропозицію.

8. *Система вимірювання ефекту:* облік відвідувачів/ночівель, середнього чека, частки повторних відвідувань, зайнятості в сервісному секторі (простий дашборд для громади та ОВА).

Список використаних джерел:

1. Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному. URL: <https://opishne-museum.gov.ua/>

2. На Полтавщині створюють єдину інформбазу пам'яток культурної спадщини. URL: https://poda.gov.ua/news/125573?utm_source=chatgpt.com