



ЗОЛОЧІВСЬКА МІСЬКА РАДА  
ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
LIII СЕСІЯ VII ДЕМОКРАТИЧНОГО СКЛИКАННЯ  
РІШЕННЯ

від \_10.11.2020\_ року № 2516

Щодо затвердження Стратегії  
розвитку туризму в м. Золочеві

З метою розвитку туристичної галузі та промоції міста Золочів, збільшення туристичних потоків, забезпечення економічного та соціального розвитку, діючи відповідно до статті 26 Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні від 21.05.1997р., сесія міської ради –

В И Р І Ш И Л А :

1. Затвердити Стратегію розвитку туризму в місті Золочеві Львівської області (додаток 130 арк).
2. Контроль за виконанням даного рішення покласти на секретаря міської ради Сидоровича О. М.

Міський голова

І.М. Гриньків

*Додаток №1 до рішення чергової  
LIII сесії Золочівської міської ради  
VII демократичного скликання  
від 10.11.2020 року № 2516*

**ЛАРТ** Львівська Асоціація  
Розвитку Туризму

**СТРАТЕГІЯ**  
**розвитку туризму в місті Золочеві**  
**Львівської області**

**Золочів/Львів–2020**

## Заголовки

<b>I. ВСТУП</b> .....	5
<b>II. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ</b> .....	8
<b>ОФІЦІЙНА ЧАСТИНА. ТУРИСТИЧНА СИТУАЦІЯ В МІСТІ</b> .....	12
<b>Місто Золочів Золочівського району Львівської області</b> .....	12
<b>Політичні та правові фактори</b> .....	14
<b>Економічні фактори</b> .....	16
<b>Суспільні фактори</b> .....	18
<b>Інфраструктурні фактори</b> .....	20
<b>Елементи туристичної привабливості</b> .....	22
<b>Історична спадщина</b> .....	22
<b>Відомі особистості</b> .....	25
<b>Народні ремесла</b> .....	28
<b>Кулінарні традиції</b> .....	29
<b>Спорт і активний відпочинок</b> .....	31
<b>Культурно-мистецькі події/календар подій</b> .....	32
Золочів ще недостатньо чітко закріпив свій статус топ-дестинації на мапі культурно-подієвого туризму Львівщини. Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту просування (із рекламою на сайтах і бігбордах у Львові, Тернополі та Києві) подієво-туристичного бренду.....	32
<b>Музеї та пам'ятники</b> .....	36
<b>ПАМ'ЯТКИ АРХІТЕКТУРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕННЯ</b> .....	40
Комплекс Золочівського замку .....	40
Церква Святого Миколая .....	41
Церква Воскресіння Господнього .....	42
Костел Успіння Пресвятої Діви Марії .....	43
<b>ПАМ'ЯТКИ АРХІТЕКТУРИ МІСЦЕВОГО ЗНАЧЕННЯ:</b> .....	43
Комплекс будівель по вул. Валова.....	44
Комплекс будівель по вул. Пушкіна.....	44
Комплекс будівель по вул. Героїв Небесної Сотні .....	44
Комплекс будівель по вул. Шашкевича.....	45
Монастир Хреста Св. Дам`яна УГКЦ.....	47
Старе Золочівське кладовище.....	48
<b>ІНФРАСТРУКТУРА:</b> .....	49
Готелі.....	49
Заклади харчування туристів.....	52

Туристичні фірми.....	53
Паркінги .....	53
Екскурсійні маршрути .....	54
<b>Туристичне знакування.....</b>	<b>55</b>
Розвиток туризму для осіб з інвалідністю .....	56
Пропозиції щодо розробки інформаційного забезпечення просування місцевого туристичного продукту на ринку туристичних послуг (зокрема із використанням ІТ- технологій). .....	57
<b>III. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА. ДІАГНОЗ СИТУАЦІЇ .....</b>	<b>59</b>
Аналіз оточення (PEST).....	59
Інституційний аналіз .....	62
Аналіз партнерів.....	63
SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз Золочева як туристичного центру) .....	64
<i>Узагальнюючі висновки на основі проведеного SWOT аналізу .....</i>	<i>75</i>
<i>Першочергові дії .....</i>	<i>76</i>
<b>IV. КРЕАТИВНА ЧАСТИНА. МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЗОЛОЧЕВІ</b>	<b>78</b>
Бачення розвитку туризму міста Золочева до 2025 року .....	78
Місія туристичного продукту міста Золочева до 2025 року .....	78
Характеристика споживачів туристичного продукту .....	79
Перспективні туристичні напрямки.....	81
<b>Банк ідей для міста Золочева.....</b>	<b>82</b>
<b>V. КОНЦЕПТУАЛЬНА ЧАСТИНА. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ .....</b>	<b>85</b>
I. Стратегічний напрямок .....	86
Стратегічні цілі та завдання .....	87
План робіт .....	88
II. Стратегічний напрямок .....	91
Стратегічні цілі та завдання .....	91
План робіт .....	92
III. Стратегічний напрямок .....	96
Стратегічні цілі та завдання .....	98
План робіт .....	100
IV. Стратегічний напрямок.....	107
Стратегічні цілі та завдання .....	107
План робіт .....	109
V. Стратегічний напрямок .....	117

<b>Стратегічні цілі та завдання .....</b>	<b>118</b>
План робіт .....	118
<b>VI. ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА. МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ .....</b>	<b>120</b>
<b>VII. ВИСНОВКИ .....</b>	<b>123</b>

## I. ВСТУП

Сучасний етап розвитку міст України акцентований на необхідність комплексної реструктуризації укладу суспільно-економічної життєдіяльності населених пунктів згідно зі стратегічними принципами сталого розвитку. Одним з чільних пріоритетів сталого розвитку історичних міст України, зокрема м. Золочева Львівської області, є комплексний розвиток сфери туризму, гостинності та супутніх послуг.

Результатом реалізації стратегії розвитку туризму у м. Золочеві є перепрофілювання господарського комплексу міста на засади сервісно орієнтованої економіки послуг, модернізація і благоустрій урбаністичного середовища, поліпшення якості життя населення міста, а також поетапне просування позиції м. Золочева у національному рейтингу топ-100 кращих туристичних центрів України.

Сектор туристичних і супутніх послуг м. Золочева володіє значним, проте досі недостатньо реалізованим потенціалом, здатним забезпечити стале зростання надходжень для міста в умовах ринкової економіки. Користь від стабільного розвитку туризму отримує як національна економіка, так і малі й середні приватні підприємства. Розбудова підприємств і об'єктів малого бізнесу у сфері обслуговування туристів забезпечить для м. Золочева створення нових робочих місць, зокрема для молоді.

Для багатьох старовинних міст України і, зокрема, для м. Золочева саме туризм є одним з найбільш реальних джерел економічного зростання та покращення добробуту місцевих мешканців. Розвиток туризму не тільки вирішує завдання збереження історико-культурної спадщини, але й сприяє появі сучасних форм малого підприємництва й економічної самозайнятості в сфері екскурсійно-туристичних послуг, формує додатковий ринок для товарів місцевого виробництва і сільськогосподарської продукції, забезпечує приплив податкових надходжень, підвищує рівень ділової активності та громадських ініціатив. Розуміння цього спонукає місцеві органи влади і територіальні громади до пошуку свого місця на туристичному ринку країни і регіону.

Важливим інструментом розвитку туристичних центрів є розробка та поетапне втілення цільових стратегій. В умовах макроекономічно нестабільних процесів ринкової трансформації Стратегія розвитку туризму у місті Золочеві враховує високий ступінь нестабільності і невизначеності зовнішнього середовища, невпинне зростання конкуренції, нестачу фінансових ресурсів тощо.

В умовах децентралізації для місцевої влади важливо відійти від учорашніх методів і прийомів оперативного управління, і відповідно, короткострокового планування розвитку туризму. Як свідчить світовий досвід, у часи постійних змін для забезпечення ефективної життєдіяльності міської громади та посилення її конкурентних позицій на ринку необхідно, щоб

місцева влада реалізувала стратегічні плани економічного розвитку. Тому сукупність важелів муніципального управління у сфері туризму зобов'язана ґрунтуватися на середньо- та довготермінових стратегічних пріоритетах розвитку, чітко прописаних у відповідній стратегії.

Саме стратегічне планування окреслює цілі, умови та інструменти для перспективного розвитку, допомагає приймати поточні рішення з орієнтацією на довготермінові цілі; є найбільш адекватним інструментом, який здатний консолідувати зусилля Золочівської Міської Ради і громадського суспільства для вирішення поточних проблем та спільних дій, націлених на поліпшення соціально-економічного добробуту міста та зростання його привабливості для туристів.

У період з лютого до жовтня 2020 року Львівська Асоціація Розвитку Туризму реалізовувала проект **«Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві Золочівської області»**.

### **Ініціатор проекту та фінансове забезпечення – Золочівська міська рада.**

Метою проекту є сприяння розвитку перспективних видів туризму у місті Золочеві, а також використання туристичного потенціалу міста для залучення в'їзних та внутрішніх туристів.

В процесі опрацювання Стратегії експертами було проведено аналіз стану та оцінено перспективи туристичної привабливості міста Золочева. А саме: експерти реалізували наступний комплекс методичних та аналітичних робіт: спільно з працівниками Золочівської міської ради організували і провели у м. Золочів (18 серпня 2020 р.) круглий стіл з представниками громадського сектора та бізнесу, викладачами, етнографами, членами виконкому Золочівської міської ради; здійснено спеціалізовану дослідницьку екскурсію у м. Золочів, під час екскурсії проведено фото-фіксацію популярних і мало знаних туристичних об'єктів, історичних місць, пам'яток тощо; здійснено опитування вибірки представників зовнішнього експертного середовища (фахівців туристичного супроводу м. Львова і туроператорів в'їзного туризму); систематизовано результати аналізу даних експертних оцінок і досліджень; укладено та формалізовано матеріали стратегічного планування розвитку туризму в місті Золочеві.

Експерти стверджують, що у майбутньому світ обертатиметься навколо міст: саме топові, конкурентно привабливі міста, а не держави, задаватимуть тренди і конкуруватимуть на ринку постіндустріальної, сервісно (у т.ч. туристично) зорієнтованої глобальної економіки. Відтак, уже зараз важливо генерувати та реалізувати ідеї розбудови відкритого постіндустріального міста, цікавого і комфортного як для туристів, так і для місцевих мешканців.

Місто Золочів завдяки своїй історії та культурі володіє невичерпним потенціалом розвитку туризму. Відтак, місто мусить спрямувати зусилля на інтенсифікацію та комплексність розвитку туристичної галузі.

**Золочівська міська рада задекларувала:**  
**туризм/брендування/промоція повинні бути одними із пріоритетних інструментів розвитку міста та важливою стратегічною метою в рамках політики соціально-економічного та іміджевого розвитку Золочева і Золочівської ОТГ.**

Цей стратегічний документ є систематизованим викладом цілей і векторів стабільного розвитку туристичної галузі у Золочеві, що дасть змогу забезпечити створення нових робочих місць та активніше стимулювати розвиток місцевого підприємництва, так само, як і розвиток усіх супутніх галузей, що пов'язані із обслуговуванням туристів.



## II. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ

Стратегія розвитку туризму – це документ, що систематизує, аналітично формалізує та конкретизує місію, цілі, завдання, пріоритети, наявні ресурси, потенційні можливості та необхідні кроки щодо розвитку туризму та досягнення мультиплікативного соціально-економічного ефекту сталого розвитку міської громади.

Стратегія розвитку туризму – це документальна основа для об'єднання місцевої влади, лідерів бізнесу та громадськості за для створення публічно-приватних партнерств, що зміцнюватимуть конкурентне становище громади, а також ефективно співпрацюватимуть на вирішення спектру соціально-економічних проблем розвитку якості життя територіальної громади.

Стратегія розвитку туризму опирається як на місцеві фінансові ресурси, так і на широке залучення нових інвестицій у сектор туризму та супутніх послуг (транспорт, виробництво сувенірів тощо).

**Місією стратегії розвитку туризму є: розширення асортиментного ряду пропонованих туристичних послуг і локальних турпродуктів, конкурентне поліпшення якості послуг, які надаються як туристам, так і місцевим мешканцям, формування бізнес-середовища для розбудови інфраструктури малого приватного підприємництва і зайнятості населення міста у сфері туристичного обслуговування.**

Призначення стратегії – сформулювати чітке економічне бачення розбудови міста з позиції сервісно-орієнтованої економіки, націленої на приваблення туристів, збільшення термінів їх перебування та економічної віддачі; цільове залучення інвестицій, реалізація муніципальних заходів щодо поліпшення комфортності та безпеки перебування в місті; оптимізація ресурсів громади та активізація громадських ініціатив і стартапів у сфері туризму; просування на шляху до формування конкурентноспроможного кластеру міських закладів туризму, гостинності і супутнього сервісу задля досягнення синергетичного ефекту сталого розвитку територіальної громади.

Ресурси, необхідні для втілення стратегії розвитку туризму – консолідовані ресурси територіальної громади, а також кошти приватних інвесторів.

### ***Очікувані результати реалізації Стратегії розвитку туризму:***

- ❖ Забезпечення впізнаваності бренду Золочева серед вітчизняних та іноземних туристів;
- ❖ Розширення турпродуктного асортименту послуг для туристів та якості життя для місцевих мешканців;
- ❖ Збільшення кількості робочих місць і об'єктів малого приватного підприємництва за рахунок розбудови міської інфраструктури туризму та гостинності;

- ❖ Залучення інвестицій у розбудову міської інфраструктури туризму та гостинності;
- ❖ Розвиток самосвідомості та громадських ініціатив мешканців Золочева на шляху до творення соціально-комфортного міста.

Стратегія розвитку туризму спрямована на місцевий економічний розвиток зі збереженням місцевої історико-культурної спадщини, традицій, звичаїв та ремесел.

Стратегію розвитку туризму слід розглядати як процес стратегічного партнерства влади, громади та бізнесу, покликаний інтенсифікувати зростання продуктивності місцевої економіки через стимулювання інвестицій у підприємства та заклади туризму, у створення нових турпродуктів та нових робочих місць для молоді за рахунок реалізації наявних туристичних переваг і принад Золочева, у стратегічному змаганні за туриста та надходження від туризму із іншими туристичними містами Львівщини та України.

Методологія розробки стратегії розвитку туризму – це алгоритм дій з напрацювання та подальшої реалізації стратегічних ініціатив і тактики їх втілення.

#### **Методологія розробки стратегії передбачає такий алгоритм дій:**

- I. Збір первинних фактичних матеріалів та їх систематизація робочою групою;
- II. Окреслення місії та стратегічних напрямків розвитку туризму;
- III. Підготовка аналітично-описової частини Стратегії;
- IV. Формування тактичного цільового плану;
- V. Громадське обговорення та ухвалення Стратегії;
- VI. Моніторинг та впровадження.

#### **Завданнями робочої групи з розробки положень Стратегії є:**

- формування експертного бачення майбутнього туристичної сфери м. Золочева та головних пріоритетів її розвитку;
- здійснення стратегічного аналізу внутрішнього потенціалу та зовнішнього середовища;
- формування ієрархії цілей (стратегічні, тактичні, оперативні) Стратегії розвитку туризму;
- формування плану дій для реалізації стратегії (проекти);
- презентація, обговорення (громадські слухання) та ухвалення остаточного змісту Стратегії;
- промоція та моніторинг Стратегії.

Робоча група керується низкою методологічних припущень (граничних умов, необхідних для правильної постановки стратегії розвитку, що були визначені на початку її створення).

Припущення, закладені у Стратегію розвитку туризму в м. Золочеві:

1. *Перспектива планування: 2020–2030 рр.*

2. *Рішення*, що містяться в Стратегії розвитку, служать інтересам мешканців міста Золочева.

3. *Стратегія* буде загальним плановим документом міста, а отже, матиме перевагу стосовно інших документів, попередньо прийнятих міською владою, і слугуватиме основою для напрацювання принципово нових ухвал і рішень міської влади Золочева.

4. *Реалізацією стратегії* керуватимуть органи виконавчої влади міста Золочева.

Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві сформована на основі SWOT аналізу (тобто аналізу сильних, слабких сторін, можливостей та загроз Золочева як туристичного центру), PEST аналізу та аналізу теперішнього стану туристичної галузі, тобто із використанням повного набору документів, опрацьованих в процесі роботи під час численних консультацій, робочих зустрічей, зібрань робочих груп та нарад. Велика кількість людей, котрі представляють різного роду установи, організації та компанії, тобто представники як державного, так і приватного сектору, зробили свій вагомий внесок у підготовку цього документу, завдяки чому було досягнуто взаємного консенсусу стосовно виробленої єдиної Стратегії розвитку туризму у місті Золочеві. Саме для цього 18 серпня 2020 р. у місті Золочів було організовано і проведено круглий стіл на тему «Перспективи розвитку туризму в місті Золочеві Львівської області». Учасники круглого столу погодили, що відповідальність за успішне втілення даної стратегії повинні нести усі мешканці міста, а не лише представники турбізнесу. Отож спільне бачення майбутнього міста, залучення громадськості та реалізації низки проектів муніципально-приватного партнерства є запорукою успішного реалізації Стратегії розвитку туризму в місті Золочеві.

При опрацюванні Стратегії були враховані експертські дискусії та державні вимоги щодо дотримання карантинних обмежень в туризмі. Експерти неодноразово ставили собі запитання – яким буде посткарантинний туризм і яким стане світ після карантину та пандемії. Однозначно, зміняться звички людей, акценти та особливості соціальної поведінки, котрі не оминуть й туристичну галузь. Звісно, масовий туризм у такому вигляді, якому ми його знали, відноиться не скоро/або зовсім не відновиться, оскільки люди будуть уникати масовості в будь-яких проявах. Нині актуальний зворотний тренд: більше розмежування, більша соціальна відстань, максимальний простір, люди очуть відчувати себе відділеними й таким чином захищеними. Другий тренд, який, напевно, буде найголовнішим в туризмі – чистота – фанатичне дотримання чистоти та гігієнічних правил та свідомо промоція алгоритму з дотримання чистоти та гігієни у готельних та ресторанних приміщеннях.

**Експертні думки зводяться до того, що для культурно-туристичної галузі, вихід з кризи Covid 19 можливий саме за допомогою розвитку внутрішнього туризму.** Експерти очікують поступове відновлення туризму

після зняття карантинних заходів як на традиційних туристичних напрямках, так і на нових, нерозкритих дестинаціях.

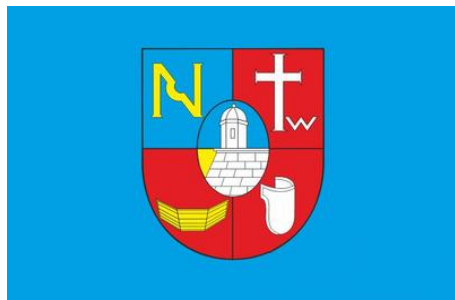
Наша головна мета – створення нової культури подорожей, щоб українці хотіли і могли відпочивати у себе вдома і пізнавати свою Батьківщину.

## ОФІЦІЙНА ЧАСТИНА. ТУРИСТИЧНА СИТУАЦІЯ В МІСТІ Місто Золочів Золочівського району Львівської області

Золочів – місто районного значення Золочівського району Львівської області, адміністративний центр Золочівської ОТГ. Територія міста становить 11,64 км<sup>2</sup>, населення – 24 тис. мешканців (станом на 1.01.2017 р.). День міста: остання неділя травня. Міста-побратими: Скадовськ (Україна), Олава (Польща), Шенінген (ФРН).



Герб  
Золочева



Прапор Золочева

Герб міста Золочева поєднав родові знаки його колишніх власників: Щечонів («Сверчек»), Сененських («Дембно»), Ґурків («Лодія») та Собеських («Яніна»), а також зображення вежі бастіону Золочівського замку на синьо-жовтому фоні.

Прапор міста містить його офіційний герб на блакитному фоні.

Стратегічним завданням для міста є розробка та подальша широка промоція офіційного **туристичного бренду** (герба) міста Золочева та уніфікованого брендбуку для усіх об'єктів, закладів і підприємств сфери туризму й гостинності міста.

Основною передумовою розвитку туризму в місті Золочеві є його зручне транспортне розташування по відношенню до центрів генерування туристичних потоків. (Потяг – основний на сьогодні транспортний засіб подорожей містами України самоорганізованих туристів-індивідуалів, кількість яких щороку стабільно зростає).

Золочів – одна з головних станцій Львівської залізниці на лінії «Тернопіль – Львів», відстань до сусідніх станцій складає: Зборів (22 км), Красне (25,5 км).

Із зупинкою на станції Золочів щодня курсують пасажирські потяги далекого сполучення. Зокрема:

- ❖ у західному напрямку: Львів, Трускавець, Івано-Франківськ, Ужгород, Ворохта, Рахів, Перемишль-Головний;
- ❖ у східному напрямку: Київ-Пасажирський, Полтава, Черкаси, Харків-Пасажирський, Дніпро-Головний;
- ❖ у південному напрямку: Одеса-Головна, Миколаїв, Херсон, Запоріжжя, Новоолексівка, Маріуполь.

Час у дорозі до Золочева для гостей зі Львова чи Тернополя комфортабельним потягом не перевищує 1,5-2,0 год.

Залізничний вокзал є доглянутим і досить комфортним, але тут бракує **пункту** для надання **туристичної інформації** для приїжджих.

Важливе значення для активізації масового внутрішньо регіонального туризму має електрифікація ділянки залізниці на лінії «Тернопіль – Львів» та запуск електропотягів місцевого значення. Зокрема, на станції Золочів зупиняються приміські електропотяги до станцій Львів, Тернопіль та Красне.

***Поліпшення сервісу недорогого та безпечного електрозалізничного сполучення Золочева зі Львовом та Тернополем – шлях до стабільного нарощення потоків наймасовішого економ-сегменту туристів, передусім туристично активної молоді та молодих сімей із малими дітьми.***

Місто Золочів знаходиться на стратегічному автошляху М09: Рава-Руська – Тернопіль; відстань до обласного центру м. Львова складає 64 км. Попри північно-західну околицю міста пролягає автошлях Т-1413.

Зі Львова до Золочева самодіяльному туристові зручно доїхати маршрутними таксі з вул. Личаківської (неподалік від кінцевої зупинки трамваю №2) або електричками від Головного вокзалу чи станції «Підзамче». З автостанції м. Львова у Золочів курсують маршрутні таксі з регулярністю в пів години.

Зручність автотранспортної доступності – запорука стабільного нарощення потоків організованих туристичних груп (які прибуватимуть туристичними автобусами) та самодіяльних автотуристів, кількість яких щороку стабільно зростає.

***Стратегічний виклик для міста як туристичного центру – розбудова мережі відповідно облаштованих стоянок для туристичного транспорту з урахуванням динамічного щорічного зростання кількості зайнятих паркомісць. Обов'язковими елементами сучасного облаштування стоянок для туристичного транспорту мають бути біотуалети, урни для збору сміття, лавки для відпочинку гостей міста, точки доступу до бездротового інтернету, промоційні туристично-інформаційні стенди, малі скульптурні форми, автомобільні парко-місця для осіб з інвалідністю тощо.***

Більшість центральних вулиць м. Золочева потребують ремонту. Вибіони особливо відчутні на центральних вул. Шашкевича, Пушкіна та ін. Це погіршує сприйняття міста як туристичного центру. Перспективним є подальше облаштування пішохідних вулиць (прогулянкових променадів).

Автобусна станція є невпорядкованою, поруч вирує базар, що посилює стихійне скупчення людей. Відсутні лавочки для очікування, смітники тощо – це зумовило засмічення прилеглої території. Відсутні заклади для перебування туристів (кав'ярня, зал очікування, інформаційне табло, платформи для прибуття та відбуття рейсових автобусів, інформаційних щитів з картосхемою та описом екскурсійних маршрутів містом).

Поки що м. Золочів ще не має свого чіткого місця на туристичній карті України та Європи через недостатньо добре організовану туристично-інформаційну політику, відсутність чіткої стратегії розвитку туристичної інфраструктури та маркетингового плану. Отож, стратегічним викликом для міста Золочева на найближчу перспективу є самовизначення та брендування власної географічно-туристичної ідентичності з-посеред низки міст-конкурентів на регіональному туристичному ринку (зокрема, таких, як Бережани, Збараж, Почаїв, Кременець, Галич та ін.).

### **ПОЛІТИЧНІ ТА ПРАВОВІ ФАКТОРИ**

Сучасний світ рухається у напрямку розвитку політики відкритих кордонів. Мобільність населення планети (зокрема туристична мобільність) кожне десятиріччя подвоюється. В таких глобалістичних реаліях громада Золочева повинна керуватися цілями промоції туристичних принад міста на міжнародних ринках та подієвої присутності у глобальному інформаційному просторі.

Інструментарій реалізації цієї групи політико-туристичних цілей розвитку:

- ❖ це створення та муніципальна підтримка інтернет-сайтів українською, білоруською та основними мовами народів ЄС;
- ❖ це створення і муніципальна підтримка неформальних громадських туристично-промоційних сторінок у глобальних соцмережах;
- ❖ це підтримка участі представників туристичної сфери міста у регіональних та міжнародних туристичних форумах і виставках як в Україні, так і в Білорусі та Польщі.

Відповідно до адміністративно-територіального устрою України місто Золочів є самостійною адміністративно-територіальною одиницею, містом районного значення і одночасно центром відповідної ОТГ.

Вплив нещодавніх позитивних інфраструктурних змін, ініційованих міським головою Золочева, помітний у різних ділянках туристичного благоустрою міста. Це демонструє готовність реалізовувати положення Стратегії у рамках муніципально-приватного партнерства та розподілених зобов'язань як місцевого органу самоврядування, так і приватного сектору у сфері комплексного розвитку туристичної індустрії та туристично-урбаністичного загосподарювання території міста.

Керівним взірцем для Золочева має стати досвід ефективної реалізації стратегії розвитку туризму в місті Львові. Рецепт успіху туристичної стратегії Львова міський голова Андрій Садовий сформулював так: *«Стратегія міста реально працює лише за однієї умови: якщо її пише та впроваджує одна команда людей, на чолі якої – міський голова, і він цією ідеєю живе. Це має бути важка щоденна праця. І найголовніше – стратегію мають*

*підтримати та акцептувати всі громадські структури: молодіжні, наукові, представники бізнесу. Перед нами – дуже багато глобальних викликів, тож громада має консолідуватись. Містам потрібно спрямовувати свою енергію конкуренції на енергію розвитку, бо не може бути успішним місто, довкола якого все погано».*

У структурі управління туристичною галуззю в місті у штаті працівників міської ради передбачена посада «провідний спеціаліст з питань розвитку туризму та промоції». Саме ця посадова особа є відповідальною за координацію зусиль влади, бізнесу і громадськості міста та покликана ініціювати заходи з імплементації Стратегії розвитку туризму в місті Золочеві.

Основним правовим документом, що регламентує організацію та функціонування туристичної галузі України, є Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» {Із змінами, внесеними згідно із Законом N 222-VIII (222-19) від 02.03.2015}}». Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму, визначає основи раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму в ОТГ України.

Закон України «Про туризм» констатує: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності».

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється також низкою інших актів загального законодавства. Зокрема, Законами України: «Про підприємництво»; «Про страхування»; «Про рекламу»; «Про охорону культурної спадщини»; «Про охорону навколишнього природного середовища»; «Про захист прав споживачів»; «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України»; «Про правовий статус іноземців»; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» тощо.

Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві спирається та розвиває положення, сформульовані у таких стратегічних документах:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року;
2. Стратегія розвитку Львівщини на період до 2027 року;
3. Програма розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018 – 2020 роки.
4. Соціально-економічна програма «Промоція міста Золочів Львівської області на 2018-2020 роки»;
5. Генеральний план розвитку міста Золочева.

**Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві відповідає засадам державної політики в сфері туризму та курортів та розвиває ініціативи Офісу Президента України.**



Зокрема, Стратегією передбачено участь Золочева у заходах на 2020 – 2027 роки:

1. У програмі Президентської ініціативи **#МандруйУкраїною**.

1. У програмі під патронатом Міністерства культури та інформаційної політики України «**Малі міста – великі враження**», якою передбачено цільове виділення коштів на розвиток культурно-подієвого туризму в містах України.

### ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ

Золочів до кінця ХХ ст. традиційно вважався промисловим містом, однак перехід України до економіки постіндустріального типу висуває перед містом стратегічне завдання перепрофілювання у центр надання адміністративних і сервісних, – у тім числі туристичних – послуг з одночасним розвитком приватного підприємництва у сфері виробництва продукції туристичного споживання (від брендovих етносувенірів до локальної гастрономічної продукції).

Сьогодні в місті працює 20 промислових підприємств, з них 5 харчової промисловості, функціонує 300 господарств з недержавною формою власності.

Важливою особливістю поживлення економіки міста є збільшення кількості суб'єктів господарювання, в першу чергу за рахунок створення нових ФОП і малих підприємств у секторі обслуговування туристів. В сучасних реаліях саме мале підприємство у секторі обслуговування туристів має стати основним джерелом надходжень до міського бюджету.

***Загальносвітовим трендом є бурхливе зростання масовості туризму із великих у малі міста. Західний регіон України тісно інтегрований у контекст Центральноєвропейської історії та культурної спадщини. Саме ця стратегічна перевага повинна бути покладена в основу адаптивної реорганізації економічної інфраструктури міста Золочева.***

***Культурний та історико-пізнавальний туристичний продукт Золочева повинен відповідати запитам сучасного інформаційно перенасиченого туриста – а отже має відходити від стандартних форм туристично-екскурсійного обслуговування, натомість – має пропонувати креативні емоційно-насичені продукти, наприклад: нічні екскурсії замком зі смолоскипами; прогулянки єврейськими вуличками з автентично-атмосферним супроводом клезмер-скрипаля; анімаційно***

**зрежисовані відвідини тематичних кнайп середмістя; екскурсії-дегустації наливков золотого стандарту Золочева із врученням екскурсантам відповідних сертифікатів експертів-дегустаторів тощо.**

Запорука туристично-економічного усіху усіх малих історичних міст Європи – переорієнтація приватних бізнесів на реалізацію креативної продукції. Адже в світі стрімко зростає попит на автентичність, індивідуалізм, ручне виготовлення продукції, вміння поєднати в межах кожної окремо взятої туристичної локації елементи культури, історії, творчої активності та анімації (розваг).

За останні десять років розвиток туризму в Золочеві відзначився незначним збільшенням кількості туристичних фірм, готелів та кафе.

Сім готелів і мотелів міста одночасно можуть розмістити понад 300 осіб. Це заклади різного комфорту, сервісу та цінової доступності послуг. Позитивним є широкий ціновий діапазон готельних послуг, що може задовольнити потреби як вибагливих туристів, так і мандрівників із обмеженими бюджетами.

Зараз у Золочеві працює 6 туристичних фірм, діяльність яких сконцентрована на обслуговуванні виїзного турпотoku. Через недосконалу систему збору інформації важко оцінити, скільки становлять сукупні надходження від туристичної діяльності у м. Золочеві. Перспективний розвиток суб'єктів приватного туристичного сектору у Золочеві, а також ініціатив муніципально-приватного партнерства у сфері туристичного загосподарювання міста та появи на карті міста нових об'єктів туристичної інфраструктури вже в найближчій перспективі, за прогнозними розрахунками експертів, спроможний наростити обсяг сукупної фінансової (у т.ч. податкової) віддачі туристичного сектору міста у 3,0-3,5 рази.

Теперішній рівень затрат на маркетинг та промоцію Золочева як туристичного центру не є задовільним. Існуючі маркетингові матеріали (зокрема, туристичні путівники і брошури) та промоційні інфоресурси (веб-сайти про Золочів) залишають бажати кращого. Недостатня кількість сучасних туристичних карт міста європейськими мовами, зокрема англійською, польською та німецькою, стає все значнішою проблемою, яку необхідно виправити без зволікань.

Недостатність інформації про туристичні інновації та події у Золочеві на сьогодні є головною проблемою у приваблюванні нових туристів. У місті відсутній **Туристично-Інформаційний Центр та Туристично-Інформаційні Пункти**, що суперечить самій місії розвитку міста як туристичного центру.

***Стратегічним економічним (маркетинговим) викликом для Золочева є формування команди професіоналів-промоутерів, об'єднаних довкола реалізації стратегічної цілі провадження промо-кампанії під хештегом***

**#ВідвідайЗолочів** (як парасольковий мікропроект національної програми «Малі міста – великі враження» Міністерства культури та інформаційної політики України).

### СУСПІЛЬНІ ФАКТОРИ

Золочів має понад сторічну історію суспільних ініціатив з розвитку міста як центру туризму. Початок організованого масового уїк-ендового культурно-пізнавального туризму з Кракова, Перемишля, Львова й Тернополя у Золочів – місто королівської слави – історики туризму відраховують із 28 грудня 1870 року. Саме цього дня за участі широких кіл громадськості, духовенства й очільників Королівства Галичини й Володимирії було урочисто відкрито залізничну станцію Золочів та прийнято перший пасажирський потяг із туристами з Відня та Львова.

«Золота ера» масового туристично-екскурсійного паломництва інтелігенції і освіченої молоді у Золочів припала на 1890-і – 1914 рр. Другий етап активізації розвитку організованого туризму припав на міжвоєнний період ХХ ст.; цільові програми турів до Золочева успішно реалізовував львівський туроператор «Orbis».

Етап планового розвитку масового краєзнавчого туризму датований 70-80-ми рр. ХХ ст. Саме в цей період задокументовані пікові напливи організованих екскурсійних груп у Золочів. Співмірні обсяги організованого потоку туристичних груп у Золочів вдалося відновити лише в 2010-2014 рр. завдяки діяльності провідних туроператорів внутрішнього туризму м. Львова та результативної загальнонаціональної промокампанії лідера топ-рейтингу туристичних маршрутів Україною «Золота підкова Львівщини» (створений за ініціативою Бориса Григоровича Возницького для популяризації замкової спадщини Галичини).

**Однак, слід визнати:** сталого іміджу топового туристичного осередку України Золочів досі не набув, не дивлячись на те, що місто є одним з найстаріших та найпривабливіших малих історичних містечок–репрезентантів культурно-містобудівної спадщини Галичини. **Навіть попри наявність замку, саме місто Золочів для пересічного загалу мешканців України (а тим паче громадян країн-сусідів) досі залишається маловідомим і через це не надто цікавим периферійним містечком.** Такий стан справ необхідно радикально змінювати через реалізацію проектів муніципально-громадського та муніципально-бізнесового партнерства у царині інформаційного та медійного просування міста як топового центру туризму в Україні.

**На даний час найбільшу цікавість для відвідувачів у Золочеві складають історичні об'єкти, значна частина яких добре збереглася. Неабиякий інтерес виявляють туристи і до меморіальної спадщини, і до духовних та культурних надбань міста і району, у т.ч. тутешніх традицій і ремесел.**

*За останні роки місто Золочів демонструє позитивний природній приріст населення. Попри активний міграційний рух це сприяє збільшенню кількості економічно активного населення в місті, що потребує розвитку нових робочих місць. І саме сфера обслуговування туристів спроможна в найближчій перспективі надати нові робочі місця, втримати й працевлаштувати молодь – майбутнє громади міста.*

Осередками цільової профорієнтації та плекання кадрів для сфери туризму, гостьової анімації, супутніх ремесел і послуг, закладів готельно-ресторанного бізнесу міста Золочева мають стати Золочівський коледж Національного університету «Львівська політехніка» (вул. Івана Труша, 4), Золочівський економічний ліцей (вул. Січових Стрільців, 7), Золочівський професійний ліцей (вул. Академіка Павлова, 72), Школа іноземних мов «Zolochiv Language School» (вул. Львівська, 5), Суботня школа польської національної меншини Золочівщини (вул. Григорія Сковороди, 7), Дитячо-юнацька спортивна школа (вул. Степана Тудора, 11), Золочівська музична школа (вул. В. Івасюка, 5), Мала академія наук учнівської молоді Золочівської районної ради (вул. М. Шашкевича 21А), Золочівський районний центр дитячої та юнацької творчості (вул. М. Шашкевича 21А), Станція юних техніків (вул. Т. Шевченка, 110), а також ОЗЗСО і ЗОШ I-III ступенів міста.

## ІНФРАСТРУКТУРНІ ФАКТОРИ

Золочів знаходиться на перехресті давніх торгових трактів Центрально-Східної Європи. Сьогодні місто має всі підстави претендувати на включення у пан'європейські проекти транскордонних шляхів.

Передусім, ця **Стратегія декларує доцільність для громади і влади міста подати й відстоювати заявку на включення Золочева у Via Regia – Великий культурний шлях Ради Європи**. Цей макропроект ЄС нині успішно підтримує ініціативи з розвитку туризму у низці історичних міст України, здійснює їх промоцію в інформаційному просторі, у т.ч. через власний міжнародний п'ятимовний інтернет-сайт <https://www.via-regia.org> та відповідні групи у соцмережах.

***Приєднання Золочева до програми «Культурні шляхи Ради Європи», складовою якої є Via Regia, забезпечить місту потужний промоційний майданчик для просування туристично-культурної спадщини Золочева як автентичного осередку європейської культурної ідентичності та самобутності.***

Із 2006 р. титул «Великий культурний шлях Ради Європи» є відзнакою, яку Рада Європи присвоює ініціативним громадам та організаціям, що представляють міста зі значною історичною спадщиною та активно діють у царині захисту культурних цінностей, обміну інформацією та досвідом, новими формами зустрічей молоді Європи, новими формами туризму, новою оцінкою невідомих об'єктів культурної спадщини.

З 16 по 18 жовтня 2019 року у місті Лейпциг (ФРН) відбувся III Міжнародний симпозіум «VIA REGIA –Великий культурний шлях Ради Європи». В рамках цього заходу відбулося урочисте приєднання міста Лейпциг до проекту Via Regia з врученням представникам міста відповідної відзнаки Ради Європи. У рамках цього форуму низкою міжнародних експертів відзначено потенціал малих історичних міст заходу України як перспективних центрів розбудови Via Regia у суміжних із ЄС регіонах зі спільною історико-культурною спадщиною.

**Одним з таких міст-претендентів у найближчій перспективі зобов'язаний стати Золочів; відповідну ціль окремо задекларовано експертами у Стратегії розвитку туризму в місті Золочеві.**

**Наступна дуже важлива стратегічна інфраструктурно-культурна ініціатива для розвитку Золочева як центру міжнародного туризму на найближчі десятиріччя – це скоординовані дії влади, громадськості і духовенства міста щодо включення Золочева у трансєвропейську мережу «Шлях Святого Якова».**

**Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві декларує доцільність для громади і влади міста подати й відстоювати заявку на включення**

## **Золочева та партнерів (громад Червоне, Глиняни, Куровичі і Винники) у Золочівську ділянку Львівської дороги Святого Якова.**

Цей паломницько-культурний проект ЄС нині успішно підтримує ініціативи з розвитку туризму у низці малих історичних міст України, здійснює їх промоцію в інформаційному просторі, знайомить з сакральною архітектурою та щороку відкриває міста України для мільйонів європейців, які прагнуть відкривати для себе нові стежки «Шляху Святого Якова».

***Приєднання Золочева до програми «Шлях Святого Якова» забезпечить місту потужний промоційний майданчик для просування туристично-культурної спадщини Золочева як автентичного осередку європейської релігійно-культурної ідентичності та самобутності.***

Шлях Святого Якова (ісп. Camino de Santiago) – це найрозгалуженіша в світі мережа паломницьких доріг до могили апостола Якова в іспанському місті Сантьяго-де-Компостела. Шлях діє з IX століття. Завдяки своїй популярності та розгалуженості цей маршрут з 1993 р. входить у Список пам'яток Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. З кінця 1970-их рр. популярність маршруту серед паломників і туристів стабільно зростає. Зокрема, у 2009р. шляхом пройшли понад 145 878 осіб, у 2019 р. – понад 300 000 осіб.

Сьогодні Шлях святого Якова – один з найпопулярніших туристичних маршрутів Європи. Шлях об'єднує мережу відповідно промаркованих маршрутів. Львівська дорога Святого Якова віднедавна дала змогу українцям долучитися до панєвропейської мережі. Продовження цієї дороги далі на схід через Винники і Глиняни до Золочева, а відтак – від Золочева до Тернополя (і в перспективі до м. Києва) – пріоритетна ціль стратегічного розвитку туристичної сфери міста, окремо задекларова експертами у Стратегії розвитку туризму в місті Золочеві.

Золочів має надзвичайно сприятливе транспортне положення. Дороги державного значення безпосередньо зв'язують його з обласними центрами західної та північної частини України та забезпечують транзитні автомобільні зв'язки в межах України і з кордонами Польщі, Білорусі, Румунії та Молдови.

У Золочеві налічується 16 пам'яток історії та архітектури національного й місцевого значення. Найбільше з них зосереджено в Музеї-заповіднику «Золочівський замок», що є відділом Львівської національної галереї мистецтв імені Бориса Возницького.

Найвизначнішим історичним об'єктом міста є: Золочівський замок XVII ст. Поза його межами найціннішими пам'ятками історії та архітектури, визнаними на національному рівні є: Церква св. Миколая XVI століття з елементами оборонної архітектури, Церква Воскресіння Господнього (XVII ст.) та Вознесенський костел (1731-1763 рр.).

Заклади культури: Районний Народний Дім ім. І. Білозіра; Центральна районна бібліотека; Районна бібліотека для дітей.

Навколо Золочева знаходиться велика кількість історичних поселень, які мають неабияку історичну та туристичну цінність. Така історична привабливість міста і його околиць, культурна самобутність, унікальні традиції дуже вдало поєднуються з природною привабливістю Золочева. На окраїнах міста наявні розлогі масиви лісів та атракційні елементи рельєфу височин Гологорів та Вороняків, що є передумовою для прокладання для туристів, які зупинятимуться у Золочеві на дві і більше ночей, розгалуженої мережі екостежок і веломаршрутів спортивно-туристичного, природничо- та культурно-краєзнавчого тематичних спрямувань.

## **ЕЛЕМЕНТИ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ**

### **Історична спадщина**

Місто Золочів лежить у долині біля північних височин Гологорів та Вороняків на березі річки Золочівки, що впадає в до Західного Бугу. Вже в 1180 році в межах сучасного Золочева існувало поселення Радече, яке краєзнавці вважають предтечею-попередником Золочева. Перша письмова згадка про місто, знайдена у архівних документах, датованих 1423 роком.

Вартою уваги туристів архітектурно-меморіальною візиткою тієї епохи в Золочеві є Золочівський двір (XIV ст.).

У XV–XVI століттях Золочів був оточений валом і ровом, додатково захищений фортецею на пагорбі.

У 1523 році місто отримало Маґдебурзьке право. Зручне розташування та привілеї сприяли розвитку торгівлі і ремесел. У XVI–XVII ст. в Золочеві виникають й розвиваються численні цехи. А у 1553 р. король надав місту привілеї на проведення щорічних ярмарків на початку січня (на свято Трьох Королів).

Для чужинецьких купців і мандрівників у Золочеві функціонував великий заїжджий двір (вперше згаданий у 1537 р.).

Якуб Соєський у 1634 р. закінчив перебудову Золочівського замку, планувальна концепція якого збереглась донині. Також місто було укріплене валами, які проходили вздовж нинішніх вулиць Вальної, Сквороди та Бандери. В системі міських фортифікацій укріпленими пунктами були також церква св. Миколая, парафіяльний костел (тепер церква Воскресіння Господнього) та Золочівський двір.

Після Якуба Собеського Золочівські маєтності перейшли до його сина Яна, який у 1674р. був обраний польським королем. Він часто перебував у замку під час турецьких воєн та татарських набігів.

У 1648 та 1655 рр. через Золочів переходило козацьке військо Богдана Хмельницького.

Епохою розквіту Золочева як європейського міста були XVII – початок XVIII століття, коли родина Собеських вибудувала у місті новий замок, облаштувала середмістя, заклала монастирі та храми. В цю епоху у Золочеві діяли дві українські церкви, парафіяльний костел, вірменська церква, три монастирі (два латинського обряду і монастир отців Василіан).

У 1691 р. велика пожежа винищила майже все місто, а 1705 року Золочів спустошили шведи. Син короля, Якуб Собеський, підтвердив надані своїми предками привілеї для міста й у 1730 р. заклав у Золочеві монастир та колегію піярів.

У 1724 р. збудовано синагогу Золочева, що функціонувала до руйнації під час Другої світової війни.

З 1772 по 1918 роки Золочів перебував у складі Австро-Угорської імперії. Новою австрійською адміністрацією на місці колишніх оборонних валів було закладено так звані «шпацери» (прогулянкові сквери). Це споріднює Золочів із туристично атракційними «шпацерами» Львова, Кракова (тамтешні «плани») та Відня.

Ще однією архітектурно-меморіальною візиткою тієї епохи в Золочеві є В'їзна арка 1833 року.

Під час європейських революцій 1848-1849 в Золочеві була організована окружна Руська Рада. В 1878 р. в Золочеві було засновано, однією з перших в Галичині (після Тернополя та Коломиї), філію товариства «Просвіта».

Бурхливому розвитку масового туризму у Золочеві в Австро-Угорську епоху з останньої третини XIX ст. (із 1871 року) сприяло зручне розташування на міжімперській залізничній магістралі, що сполучала Відень і Краків зі Львовом, Тернополем та Києвом.

Сприятливими чинниками для розвитку туризму слугували замкова спадщина, мальовнича околиця, курорт Сасів за 10 км від Золочева з відомою на всю Австро-Угорщину водолічницею, де свого часу зупинявся навіть цісар Франц Йозеф I.

Садибна забудова новочасного міста призвела до того, що Золочів набув рис міста емеритів, сюди на постійне проживання з'їжджалися заможні люди з великих міст. Садиби Золочева, збудовані в Австро-Угорську епоху, досі вражають своєю красою та неповторністю.

Місто досі зберігає неповторний образ кінця XIX – початку XX ст. Колоритна автентична міська забудована межі XIX–XX століть найповніше збереглася в південному напрямку, поряд із залізницею. Одночасно перебудовували вулиці центру міста, де з'явилося багато будинків в стилях історизму, а потім – сецесії. Зараз можна побачити ці кам'яниці та вілли на вулицях Шашкевича, Лермонтова, Феньвеші, Січових Стрільців, Тудора.



***Збереженість окремих історичних споруд і ділянок вуличної забудови є ресурсом для розробки та активного міжнародного пропагування тематичного «Туристичного шляху «Історії єврейських кам'яниць старожитнього Золочева»».***

***Не менше значення у контексті популяризації спадщини української та польської громад Галичини має просування на ринок тематичних туристичних шляхів «Історії українських кам'яниць старожитнього Золочева» та «Історії польських кам'яниць старожитнього Золочева».***

Місто зазнало значного нищення під час Першої світової війни. **Окремий меморіально-туристичний маршрут доцільно присвятити Золочівській битві, що розпочалася 26 серпня 1914 року.** В околицях міста, між верхів'ями рік Західний Буг, Золота та Гнила Липа до 1 вересня відбувались жорстокі бої 3-ї армії генерала Ніколая Рузького і 8-ї армії генерала Алексея Брусілова російського Південно-Західного фронту з 3-ю австро-угорською армією під командуванням генерала Рудольфа фон Брудермана. Сьогодні пам'ять про цю доленосну битву заслуговує на створення тематичного **екскурсійного маршруту від залізниці і некрополя до околиць міста «Пам'ятні місця Першої світової війни Золочева».**

У період ЗУНР у місті відроджено українське життя, започатковано діяльність низки кооперативних українських і єврейських товариств. У міжвоєнний період в місті діяли приватна Українська гімназія та школа ім. М. Шашкевича.

У міжвоєнну епоху ХХ ст. туристичний путівник др. Мечислава Орловича рекомендував приїжджим у Золочеві селитися у комфортабельних готелях «Варшавський», «Панський» та Прайса, де можна було переночувати за 3 злотих, а також дегустувати страви місцевої кухні у ресторанах Дейча, Куммера, Шнаппа та їдальні Микитина.

18 вересня 1939 року до Золочева ввійшли радянські війська. В замку на місці польської тюрми було влаштовано катівню НКВС. Тут наприкінці червня 1941 р. відбувалися масові страти місцевих мешканців. 28 червня 1941 року місто зайняли німецькі війська. Незважаючи на терор на Золочівщині впродовж війни активно тривала підпільна боротьба ОУН та партизанська боротьба УПА.

Золочів – одне з міст-меморіалів голокосту євреїв під час Другої світової війни. У серпні 1942 року німці вивезли із Золочева близько 2000 євреїв у винищувальний концтабір Белжець, де їх було розстріляно. У листопаді 1942 німецька та українська поліція збрала ще 2500 осіб і також відправила їх на вбивство в Белжець. Сотні інших євреїв упродовж 1942 року розстрілювали в

самому Золочеві. Після цього німці створили гетто, до якого були запроваджені майже всі золочівські євреї разом з євреями із довколишніх сіл. У Золочівському гетто було сконцентровано близько 4000 осіб, жахливі умови виживання були спричинені надмірною переповненістю замкнутої території та відсутністю санітарних приміщень, через що невдовзі у гетто спалахнула епідемія тифу та фатально зросла смертність. У квітні 1943 року німецька, українська та єврейська поліція вивезли із Золочівського гетто близько 3500 євреїв для розстрілу в ямі біля села Єлговиця.

Протягом другої половини ХХ століття Золочів перетворився на значний промисловий центр. Із початком ХХІ ст. економічний профіль міста еволюціонує від класичної агропромислової спеціалізації до модерної сервісно-орієнтованої економіки з пріоритетним стратегічним акцентом на розбудову міста як центру туризму.

### **Відомі особистості**

Золочів володіє невичерпними ресурсами меморіально-краєзнавчого туризму слідами життєписів та творчої спадщини цілої низки видатних історичних діячів. Когорту видатних уродженців Золочева очолюють:

- Авраам Хаїм Шаліт (1898–1979) – ізраїльський історик, автор серії єврейських праць;
- Антін Цурковський (1882–1955) – український письменник, перекладач та публіцист;
- Артур Фелінг (1899–1968) – знаменитий фотограф-емігрант в США, відомий під творчим псевдонімом Weegee;
- Бланка Баран-Бачинська (уроджена Гаврисевич, 1896–1971) – українська громадська діячка, журналістка, організаторка галицького українського жіноцтва;
- Богдан Гошовський (1907–1986) – український письменник;
- Богдан Тичинський (1915–1941) – український патріот, Коломийський окружний провідник ОУН протягом 1939–1940 рр.;
- Вацлав Сьвежавський (1927–2017) – польський церковний діяч, професор, єпископ Сандомирської дієцезії РКЦ;
- Володимир Герасимович (1870–1940) – священик УГКЦ, письменник, етнограф, культурно-освітній діяч, перекладач;
- Ганна Босенко (1925–2006) – українська актриса.
- Ігнацій Заборовський (1754–1803) – польський математик і геодезист; автор низки університетських підручників, професор та ректор (у 1799–1801) Віденського Collegium Nobilium;
- Ілля Шор (1904–1961) – американський художник єврейського походження, живописець, ювелір, гравер, скульптор і книжковий

ілюстратор, один із засновників «єврейського стилю» в мистецтві США;

- Йехіель Мішель Золочівський (1726–1786) – хасидський рабин, засновник хасидської династії Золочівських, нащадки якої дотепер мешкають у США, учень засновника хасидизму Баал Шем Това;
- Зев Вольф (приблизно 1772–1800 або 1822) – хасидський рабин, син-послідовник славнозвісного рабина Йехіеля Мішеля Золочівського;
- Катажина Собеська (1634–1694) – сестра польського короля Яна III Собеського;
- Клара Юнг (1876/1877 або 1878) – 1952) – єврейська артистка естради, оперети, театру;
- Костянтин Волков (нар. 1947) – український вчений-біолог, педагог;
- Лілія Коструба (нар. 1.10.1960) – співачка, координаторка мистецьких проєктів, викладачка кафедри сольного співу Львівської національної музичної академії імені Миколи Лисенка;
- Марія-Лілія Феньвеші (1934–2005) – педагог, диригент, викладачка гри на кобзі-бандурі, організаторка капели «Червона калина»;
- Мар'ян Іванців (1906–1971) – український художник-графік;
- Михайло Блозовський (1902–1949) – священик УГКЦ, капелан, діяч «Фронту Національної Єдності» і член його керівної колегії;
- Мойше-Лейб Гальперн (1886–1932) – єврейський поет-модерніст, один з перших митців, хто творив на їдиш, автор книги поезій «Di Goldene Pave»;
- Нафталі Герц Імбер (1856–1909) – єврейський поет, автор державного гімну «Гатіква» («Надія») Ізраїля;
- Орест Барчинський (1923–2000) – український письменник-гуморист;
- Роалд Гоффман (нар. 1937) – американський хімік єврейського походження, лауреат Нобелівської премії (1981) «за розробку теорії протікання хімічних реакцій»;
- Самійло Зборовський гербу Ястребець (р.н.н.–1584) – військовий і політичний діяч Речі Посполитої, ротмістр коронний, магнат, 14-тий Гетьман Війська Запорозького;
- Софрон Мудрий (1923–2014) – єпископ Івано-Франківський УГКЦ з 1997 по 2005 рік, василіянин;
- Стефанія Савчук (1899–1988) – громадська діячка української діаспори Канади, голова СФУЖО, співзасновниця Організації Українок Канади ім. Ольги Басараб, довголітній член її управи;

- Тадеуш Бжезінський (1896–1990) – польський дипломат, консул у Харкові, батько американського політолога Збігнева Бжезінського;
- Євген Варвара (псевдо «Міко», 1913–1948)– командир районної боївки СБ Золочівщини (весна 1945–1948); відзначений Бронзовим хрестом бойової заслуги (10.05.1948). Загинув у бою з карателями-облашниками;
- Франц та Олександр фон Гілленбранд – австрійські аристократи. Старший – Франц – народився в Золочеві бл. 1801, молодший – на три роки пізніше. Після 1841 р. виїхали з Галичини до Аусбурга, згодом до Відня, де обіймали найвищі державні посади у придворній цісарській адміністрації;
- Якуб Людвік Генрік Собеський (1667–1737) – син короля Польщі Яна III і Марії Казимири Луїзи де Ля Гранж д'Арк'ен, видатний політик, дипломат, науковець і мандрівник;
- Ян III Собеський (1629–1696) – король Польщі та Великий князь Литовський.

**Когорта видатних уродженців Золочева – це стратегічний ресурс розвитку у місті мережі локацій і маршрутів історико-меморіального й культурно-просвітнього туризму.** Пам'ять про видатних уродженців Золочева громада міста зобов'язана популяризувати у т.ч. шляхом відкриття відповідних меморіальних дошок, барельєфів, музеєфікації спадщини видатних краян, продукування відповідних буклетів та іншої просвітньо-інформаційної продукції.

## Народні ремесла

Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту просування етнотуристичних брендів Золочева і ОТГ. Серед них, зокрема:

- ❖ «Гаварецька кераміка Золочівщини»;
- ❖ «Золоте перевесло Золочівщини»;
- ❖ «Золотарі Золочівського замку».

Золочів від середньовіччя є добре знаним у Галичині центром ремесел та торгівлі виробами народних майстрів. Сприяння розвитку майстерень народних ремесел з їх інтеграцією у сферу послуг туризму сприятиме збільшенню кількості економічно активного населення в місті, гарантує появу нових робочих місць. І саме сфера обслуговування туристів спроможна в найближчій перспективі надати нові робочі місця, втримати й працевлаштувати молодь – майбутнє громади міста.

Осередками цільової профорієнтації та плекання кадрів для розбудови сектору виробництва туристично-сувенірної продукції для гостей Золочева, Золочівщини (а на перспективу – і для туристів, які відвідуватимуть Львів) у місті мають стати Золочівський районний центр дитячої та юнацької творчості (вул. М. Шашкевича 21А), Станція юних техніків (вул. Т. Шевченка, 110), а також ОЗЗСО і ЗОШ I-III ступенів міста.

***Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві акцентує на необхідності підтримки з боку міської влади та бізнесу обдарованих дітей – учнів Станції юних техніків – із активним залученням їхніх творчих напрацювань у туристичний бізнес. Гуртки станції – це кузня кадрів для розбудови туристичної інфраструктури Золочева, започаткування стартапів і ФОП із виробництва товарів туристичного споживання, організації анімаційно-туристичних шоу та культурно-масових заходів подієвого туризму.***

Золочівський гурток гаварецької кераміки уже відомий на всю Україну, кераміка гуртківців відзначена призовими місцями на Всеукраїнських виставках і конкурсах. Майстри гуртка передають учням унікальні навички та техніки обробки глини та створення автентичної гаварецької кераміки. Це ж стосується і учнів гуртка художньої обробки деревини та різьби по дереву, гуртка художньої вишивки та гуртка моделювання іграшок і сувенірів.

**Виготовлення та збут туристам сувенірної продукції** – іграшок, пам'яток про відвідини Золочева з кераміки, дерева та металу, сувенірної імітації середньовічної зброї лицарів Золочівського замку, виробів зі шкіри й

тканини із золотим гербовим гаптування символіки Золочівського замку тощо – це запорука поживлення туризму та економічної віддачі населення міста, задіяного у сегменті виробництва товарів туристичного споживання.

Кращі вироби юних Золочівчан заслуговують на реалізацію, бо мають неабиякий попит серед українських та іноземних туристів. Тому міській владі **рекомендовано узяти під патронат** проект облаштування поряд із замком та на основних екскурсійних маршрутах міста **кіосків (яток) під брендом «Етномистецькі сувеніри Золочівського краю»**. Це поживить зацікавлення кола потенційних туристів, а також фінансово підтримає народних майстрів, дасть змогу талановитим Золочівчанам повірити в себе, спонукає до пошуку форм економічної самозайнятості в рідному місті та розбудови міської мережі малого сувенірно-туристичного підприємництва.

У календар туристичних подій Золочева Стратегія рекомендує включити **Всеукраїнський туристичний фестиваль-конкурс ракето-, авіа- та роботомодельювання «Золочів-ТехноФест»**. Участь у конкурсній програмі, а також організацію просто неба для численних гостей фестивалю анімаційно-демонстраційного техношоу уже сьогодні здатні з гордістю презентувати учні відповідних техномоделейних гуртків Золочівської станції юних техніків.

### **Кулінарні традиції**

Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту просування туристично-гастрономічних брендів Золочева. Серед них, зокрема:

- ❖ **«Златка» – золотий стандарт морозива Золочева»;**
- ❖ **«Золоті дукати Золочівського замку»;**
- ❖ **«Золоті меди Золочівщини»** (деталі див. нижче у підрозділі Стратегії «Культурно-мистецькі події»);
- ❖ **«Королівські наливки Золочева».**

Фабрика із виробництва морозива ТМ «Златка» в місті Золочеві розпочала свою діяльність в 1994 році. Адреса підприємства: м. Золочів, вул. Лесі Українки, 16. З кожним роком популярність асортименту морозива зростає, *однак його маркетингове просування бажає кращого.*

Торгова марка «Златка» випускає 9 видів ескімо в різноманітних глазурах, 11 видів морозива у вафельних стаканчиках, 5 видів сімейного у відерцях (0,5 кг), вагового морозива (1 кг) – 2 види; 4 види морозива у цукровому вафельному ріжку, 2 види у пластиковому стаканчику, 1 вид багат шарового рулету, а також великий асортимент морозива у ванночках з різноманітними фруктовими наповнювачами для кафе та ресторанів.

Подальший розвиток виробничих потужностей, на переконання розробників Стратегії, можливий через тісну інтеграцію у туристичний бізнес.

**Сьогодні Львівщина – один з топ-регіонів України і Центрально-Східної Європи за темпами розвитку масового гастрономічного туризму.** Туристична мода на автентичну кухню дає змогу відроджувати економічний добробут місцевих громад. Поряд зі Львовом Золочів має унікальні передумови для просування на національний ринок **як центр гастрономічного туризму.**

За останні роки гірські агротуристичні осередки Львівщини активно просувають на туристичний ринок крафтові карпатські сири, приватні броварні і цехи міста Львова – крафтові сорти пива та інших алкогольних напоїв (ТМ «Наливки зі Львова»).

***Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу Золочева активно інтегруватися в комерційно перспективний Кластер гастрономічного туризму Львівщини. А саме – спільно з партнерами по кластеру просувати на ринок туристичного споживання крафтову продукцію:***

- морозива за старогалицькою рецептурою ТМ “Златка”;***
- «Золотих дукатів Золочівського замку» – сушених фруктів у шоколаді в брендовому запакуванні;***
- «Королівських наливок Золочева» – із брендовою символікою на етикетках та сертифікатах із сургучевими печатками, що знайомитимуть споживачів із традиціями гуральників Золочівського замку, які варили наливки до столу короля Речі Посполитої Яна Собеського та королеви Марусейки.***

Із XVII ст. Золочів на всю Річ Посполиту, Прусію та Австрію славився першокласними садами, які щорічно продукували асортимент фруктів, що високо цінилися на ринках міст Центрально-Східної Європи. Навіть французи зі свити короля Яна III Собеського захоплювались фруктами із королівських садів Золочева. Також у призамкових городах вирощували спеціальний сорт винограду для короля та придворних.

Із XVII ст. золочівські фрукти перероблялись у місцевих цехах та експортувались по всій Речі Посполитій у вигляді сушені, консервованої продукції, наливок та вин. Майже в кожному господарстві був котел для варіння фруктів. Навіть з 1772 р., коли Золочів опинився в складі Австрійської імперії, експорт фруктової продукції не припинявся. Садівництво приносило місту Золочеву неабиякі прибутки до XX ст. **Сьогодні Золочеву слід відроджувати свої історичні традиції і славу Фруктової столиці Галичини.**

## Спорт і активний відпочинок

Переваги горбогірного рельєфу та розмаїття історико-культурних атракцій слугує передумовами для розбудови у Золочеві інфраструктури для активної рекреації юнацтва й молодих сімей із дітьми. **Розробники Стратегії рекомендують** владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту просування (із рекламою на сайтах і бігбордах у Львові, Тернополі та Києві) туристично-рекреаційного бренду

### ❖ «Сім'єю на активний уїк-енд у Золочів».

Розбудова інфраструктури та кадрів спортивно-рекреаційного обслуговування туристів спроможна в найближчій перспективі надати нові робочі місця, втримати й працевлаштувати молодь – майбутнє громади міста.

Осередком цільової профорієнтації та плекання кадрів для сфери активного туризму міста Золочева має стати Дитячо-юнацька спортивна школа (вул. Степана Тудора, 11). Доцільно сприяти відповідній підготовці та сформуванню штату сертифікованих гідів-інструкторів:

- зі спортивного маунт-байку, реабілітаційного та екологічного велотуризму відповідно промаркованими веломаршрутами околицями Золочева;
- з категорійного пішого туризму спортивно-туристичними маршрутами Гологороми й Вороняками;
- з екофітнесу та основ філософії йоги;
- з катання на дошках та байдарках (на базі Молодіжного озера);
- з опанування навиків вітрильного спорту (на базі Шевченківського озера);
- з пляжних видів командного спорту тощо.

**Окремо слід позиціонувати та активно просувати на національному ринку Золочів як центр активної реабілітації та рекреації для осіб з інвалідністю та інвалідів-ветеранів російсько-української війни.** Для цих категорій туристів влада і бізнес міста зацікавлені просувати пільгові турпродукти, які передбачатимуть знижки за проживання у готелях (мотелях), за харчування, за екскурсійне та реабілітаційно-туристичне обслуговування.

### **Основними місцями рекреаційного призначення у Золочеві є:**

- ❖ Молодіжне озеро із облаштованою пляжно-відпочинковою рекреаційною зоною;
- ❖ Шевченківське озеро на околиці м. Золочева (водосховище). Розвитком спортивної рекреації на озері на разі опікується Золочівська районна організація Українського товариства мисливців та рибалок;



- ❖ парк Зелений Яр (вул. Романа Шухевича), атракційно декорований низкою дерев'яних скульптур Видатних Українців, вирізьблених митцем Миколою Бондарчуком;
- ❖ Парк імені Гетьмана України Самійла Зборовського (вул. Валова);
- ❖ Парк імені Тараса Шевченка (вул. Героя України Степана Бандери);
- ❖ Молодіжний парк культури та відпочинку "Межиріччя", створений відповідним рішенням на сесії Золочівської міської ради від 9 червня 2015 року. Парк "Межиріччя" розташований у заплаві між старим та новим руслом річки Золочівки та обмежений вулицями: Паркова, О. Безпалька, М. Гоголя, Набережна, Зелений Луг.

Інфраструктурно-рекреаційний благоустрій найбільшого міського парку культури та відпочинку "Межиріччя", на думку розробників Стратегії, передбачає формування мережі алей і зелених куртин, а також Екотуристичної стежки для наймолодших Золочівчан в заплаві річки Золочівки. На перспективу у парку доречно розмістити дитяче містечко, кінно-прогулянкову алею та велодром.

Генеральним планом розвитку міста Золочева передбачено збільшення площ зелених насаджень загального користування за рахунок освоєння заправ та озеленення навколишніх територій із одночасним прокладанням промаркованих лісових стежок пішого та велотуризму.

### **Культурно-мистецькі події/календар подій**

Золочів ще недостатньо чітко закріпив свій статус топ-дестинації на мапі культурно-подієвого туризму Львівщини. Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту просування (із рекламою на сайтах і бігбордах у Львові, Тернополі та Києві) подієво-туристичного бренду

#### **❖ «Фестивальний Золочів».**

Інституції освіти і культури у місті та громадські активісти сформували у Золочеві жвавий культурно-мистецький рух. Його кількісні та якісні показники сприяють формуванню іміджу Золочева як важливого культурно-мистецького осередку Львівщини.

**Розробники Стратегії рекомендують** владі та бізнесу масштабувати (просувати на міжрегіональний та національний рівень у тісній співпраці з туроператором «Відвідай», Львівською Асоціацією Розвитку Туризму, Управлінням туризму та курортів Львівської ОДА і Міністерством культури та інформаційної політики України) такі щорічні заходи для відродження традицій та поживлення культурного дозвілля краян і туристів:

- Різдвяне Дійство Віри **«Хода Трьох Царів»** за участю усіх церковних громад міста Золочева;
- Екуменічна Хресна Дорога;
- **«Великдень у Золочеві»** – етнокультурний фестиваль (із виставкою просто неба **«Віродися, писанко!»** (в час Великодніх свят за участю усіх освітніх і культурних закладів міста);
- **«Золочівська гаївка»** – етнокультурний фестиваль із відкритим дитячим конкурсом просто неба **«Ми кривого танцю йдемо...»** (в час Великодніх свят);
- **Всеукраїнський літературно-мистецький фестиваль «Шашкевич Fest»**;
- **Всеукраїнський фестиваль історії і культури народів Центральної Європи «Королівські фестини у Золочівському замку»**;
- **«Золочівська менора»** – Всеукраїнський фестиваль культурно-мистецької спадщини єврейських громад Галичини (під фінансовим та організаційним патронатом єврейських ГО України та Ізраїлю);
- **«Золоті меди Золочівщини»** – Обласний фестиваль-ярмарок меду, медових напоїв та смаколиків – натуральної, екосертифікованої продукції із квітучого різнотрав'я Побужжя, Поділля, Гологорів та Вороняків;
- **День міста Золочева** (остання неділя травня) у форматі туристичних фестин та широкої медійної презентації культурної спадщини одного з найстаріших малих історичних міст України.
- **День Конституції України** (28 червня);
- **День Молоді** (остання неділя червня);
- **День Західного Бугу** (14 серпня) та екологічний етнофестиваль **«Джререло Бугу»**;
- **День Незалежності України** (24 серпня);
- **Проект «Театралізоване дійство: Богдан Хмельницький на золочівських валах. Продовження...»** (започатковано у 2019 р.).

**Фестиваль «Шашкевич Fest»** вперше проведено **15 вересня 2019 р.**

Мета заходу: заново репрезентувати сучасникам спадщину видатного краянина Маркіяна Шашкевича та мистецькі скарби об'єднаних територіальних громад Золочівщини. **Розробники Стратегії констатують:** «Шашкевич Fest» має вагомі передумови стати знаковою подією для у культурно-мистецькому житті України, а відтак щорічно збирати у Маркіяновому краї провідних українських літераторів, поетів і митців – усіх небайдужих, хто відроджує спадщину і творить етнокультуру сучасної Української держави.

Маркіян Шашкевич народився в родині греко-католицького священика в селі Підлисса поблизу Золочева. Уже в студентські роки М. Шашкевич почав писати вірші-звернення до галицьких русинів, відомі під загальним

заголовком «Син Русі». У 30-ті роки ХІХ століття у Львові М. Шашкевич створив та очолив літературний гурток «Руська трійця», що ініціював боротьбу за національно-культурне відродження на західноукраїнських землях, розвиток та рівноправність української мови в письменстві й церковних проповідях.

Твори М. Шашкевича увійшли до альманаху «Русалка Дністровая» (1837). Крім поезій і прозових творів, йому належать переклади на українську мову сербських народних пісень, віршів чеських і польських поетів.

На думку К. Студинського, Маркіян Шашкевич був «першим русином у Галичині, який пройнявся ідеєю національності». **Значення Маркіяна Шашкевича як народного пророка («Будителя») Західної України рівнозначне з Тарасом Шевченком («Кобзарем») як національним пророком всієї України.**

1911 року українці Галичини уперше урочисто відзначили століття від дня народження Маркіяна Шашкевича. 6 листопада цього ж року відбулося посвячення величного пам'ятника Маркіянові Шашкевичу на Білій Горі біля с. Підлисся. Ініціатором спорудження пам'ятника було товариство імені М. Шашкевича в Золочеві.

1914 року напровесні в Золочеві відбулося ювілейне Шевченкове свято, а в серпні – вже традиційне святкування роковин М. Шашкевича на Білій Маркіяновій Горі. Ці фестини мали надзвичайно великий вплив на формування національної свідомості українців Галичини – борців за волю України.

**На перспективу Всеукраїнський літературно-мистецький фестиваль «Шашкевич Fest» має стати візиткою культурно-мистецького життя Золочівського краю,** нарощувати палітру видатних гостей і учасників та перебувати у топі наймасовіших культурно-туристичних подій у західному регіоні України.

З метою залучення якомога численнішого потоку організованих (тургрупи) і самодіяльних туристів «Шашкевич Fest» доцільно проводити у перші або другі вихідні червня у м. Золочеві і с. Підлисся, приурочивши до відзначення роковин смерті М. Шашкевича (06.11.1811 – 07.06.1843). У рамках фестивалю слід розвивати традиційне Пісенне свято «Світло Маркіяна», а також низку модерних open air проєктів (літературні читання і автограф-сесії літераторів, відкриті конкурси-презентації співаної української поезії, майстер-класи гри на народних музичних інструментах і т. і.).

***Всеукраїнський фестиваль історії і культури народів Центральної Європи «Королівські фестини у Золочівському замку» має необхідні стартові передумови для розвитку в одну з топових локацій подієвого туризму України.*** Організаторам фестивалю слід опиратися на співпрацю з клубами історичної реконструкції та з мистецькими колективами, які відроджують історичну музику, танці і костюми минулих епох.

Туристичною «родзинкою» фестивалю розробники Стратегії рекомендують зробити анімаційно-театралізоване дійство **«Ніч у Золочівському замку»**, коли перед громадою та численними туристами «оживуть» славнозвісні правителі замку, королі, гетьмани й воєводи, а також реконструктори відтворять сторінки героїчної середньовічної історії України. Театральні ночі в середньовічному стилі, насичені історією, розвагами, костюмованими фотосесіями та дегустаціями середньовічних страв і напоїв, здатні щороку подвоювати кількість туристів-візитерів древнього Золочева.

**Золочів – батьківщина низки видатних діячів єврейської культури, фундаторів релігійної течії хасидизму та новочасної літературної традиції єврейського народу.** Місто зберегло фрагменти унікального ландшафту забудови староєврейського містечка Центрально-Східної Європи. Це – унікальний ресурс і підвалина розвитку українсько-єврейської співпраці у царинах культури і міжнародного туризму.

Комерціалізувати наявний ресурс (за прикладом і з урахуванням досвіду м. Кракова) та активно просувати імідж Золочева як полікультурного туристичного центру Європи здатний проект заснування у Золочеві фестивалю єврейської культури.

**Всеукраїнський фестиваль культурно-мистецької спадщини єврейських громад Галичини «Золочівська менора» (під фінансовим та організаційним патронатом єврейських ГО України та Ізраїлю)** – це один з найперспективніших напрямків стратегічного розвитку міжнародного подієво-культурного туризму у Золочеві, це вагома передумова появи Золочева на туристичній карті світу та включення міста в міжнародні туристичні маршрути дестинаціями єврейської спадщини у Європі.

**«Золоті меди Золочівщини».** Активно розвивати гастрономічно-туристичний імідж Золочева, на переконання розробників Стратегії, зможе **Обласний фестиваль-ярмарок меду, медових напоїв та смаколиків** – натуральної, екосертифікованої продукції із квітучого різнотрав'я Побужжя, Поділля, Гологорів та Вороняків.

Розвиток фестивалю-ярмарку слід поєднати з активним медійним просуванням гастрономічного туристичного бренду **«Золоті меди Золочівщини»**.

**Великодні та Різдвяні фестини у Золочеві** – це туристично-приваблива альтернатива зустрічі Великодня для численних сегментів туристично-активної молоді Львова, Тернополя, Києва, міст Наддніпрянщини, сходу та півдня України. Отож, владі та громадськості доречно консолідуватися довкола проекту просування Золочева як класичного галицького осередку жвавих вертепних та гаївкових етнофестин, покликаних

репрезентувати сучасному поколінню мешканців України і гостям з-за кордону самобутні українські традиції.

Культурно-мистецькі заходи формують значний туристичний потенціал та забезпечують додаткові умови для формування цікавого та неповторного туристичного продукту.

Усі згадані вище заходи мають супроводжуватися ярмарками майстрів народних ремесел, споживанням страв місцевих рестораторів та виступами самодіяльних гуртів міста і краю. А це, своєю чергою, є запорукою творчого розвитку Золочівської громади, культурної й економічної самозайнятості краян, поліпшення добробуту населення та додаткових джерел наповнення місцевого бюджету.

### **Музеї та пам'ятники**

Золочів – це дестинація загальнонаціонального значення у сегменті музейного замкового туризму. Туристичною славою місто завдячує функціонуванню Музею-заповідника «Золочівський замок» – відділу Львівської національної галереї мистецтв – та відповідного туристичного маршруту «Золота підкова Львівщини».

Поряд з цим місто, відоме з XII ст. і згадане вперше в архівних документах, датованих 1423 роком, що зберегло історичну забудову типового галицького ремісничо-торгового міста епох Австро-Угорської імперії, Західноукраїнської Народної Республіки та Другої Речі Посполитої, **досі не має власних музеїв. Такий стан справ є незадовільним і суперечить місії сталого розвитку Золочева як туристичного центру.**

**Розробники Стратегії рекомендують** владі та бізнесу консолідуватися довкола бізнес-проекту організації музейно-культурного простору **«Музей історії та культурної спадщини Золочева»**. Як показує досвід історичних міст Європи, музей-візитка міста є одним з чільних надбань міської громади, є культурним символом міста, а тому, як правило, розташований у найрепрезентативніших спорудах історичного центру міста. У низці європейських міст реалізовано концепцію, яка постулює: музей міста повинен бути своєрідним туроператором і промоутером туристичної дестинації. Також у такому музеї доцільно відкрити Туристично-Інформаційний Пункт м. Золочева.

**Архітектурно - і туристично найрепрезентативнішою спорудою Золочева, що функціонально найоптимальніше відповідає місії відкриття «Музею історії та культурної спадщини Золочева», на переконання розробників Стратегії, є будівля, яку тепер займає Золочівський районний військовий комісаріат.**

*Владі і громаді Золочева за підтримки Львівської ОДА й Міністерства культури та інформаційної політики України рекомендовано ініціювати клопотання про:*

1) внесення у Державний Реєстр нерухомих пам'яток України історичної садиби за адресою м. Золочів, вул. Січових Стрільців, 22;

2) перенесення Золочівського районного військового комісаріату (за погодженням із Міністерством оборони України) в інше приміщення, виділене міськрадою, у зв'язку з включенням садиби на вул. Січових Стрільців, 22 у Державний Реєстр нерухомих пам'яток України, а також у зв'язку з Ухвалою Міської Ради Золочева «Про створення «Музею історії та культурної спадщини Золочева» на базі садиби, розташованої за адресою м. Золочів, вул. Січових Стрільців, 22».

Через незадовільне інформаційно-медійне просування майже невідомою серед організаторів туризму та пересічних туристів досі залишається музей-садиба Маркіяна Шашкевича – поета, громадського діяча, просвітителя-будителя національної свідомості українців Галичини – у мальовничому селі Підлиссі Золочівського району біля підніжжя Білої гори.

*Туристичне майбутнє Золочева неможливе без подальшої розбудови музейної інфраструктури.*

**Приклад культурно-музейного стартапу:** створення приватного «Музею ляльок» Гуляк Ольги Семенівни на базі її унікальної колекції із близько 1000 ляльок. Кожна лялька має свою історію й заслуговує на експонування. Унікальність і багатство колекції гарантують такому музею неабияку популярність серед туристів із дітьми. Функціонування музею сприятиме інтенсифікації туристичних візитів у Золочів батьків із дітьми зі Львова, Тернополя та інших міст України, а також іноземних туристів.

***Розробники Стратегії рекомендують владі та бізнесу консолідуватися та сприяти втіленню бізнес-ініціатив з відкриття в місті малих приватних музеїв (музей-млин, музей ляльок, музей гуральництва і галицьких наливок, музей єврейських старожитностей тощо) з включенням їх у екскурсійні маршрути масового та індивідуального туризму.***

**Стратегія музейно-туристичного маркетингу міста на перспективу має зосередитись на просуванні комплексного туристичного бренду:**

❖ **«Музейні скарби Золочівщини».**

Зазначений бренд покликаний пропагувати однойменний туристичний маршрут, що об'єднає локації:

- а) «Шпацери старою частиною Золочева»;
- б) Музею-заповідника «Золочівський замок» Львівської національної галереї мистецтв;
- в) «Музею історії та культурної спадщини Золочева»,

- г) Музею-арт-галереї Гаварецької кераміки;
- д) Музею-садиби Маркіяна Шашкевича.

*PR-розкрутка бренду «Музейні скарби Золочівщини» забезпечить поступове зростання туристичних потоків у Золочів та сприятиме зміцненню позиції міста у когорті лідерів топ-рейтингу дестинацій музейного туризму Львівської області.*

Розвиток мережі екскурсійних маршрутів Золочевом передбачає знайомство з такими пам'ятниками:

- Тарасові Шевченку на вул. С. Бандери (1953 рік), скульптор Є. Дзіндра;
- Маркіяну Шашкевичу на площі Вічевій (1993 рік), скульптори Д. Крвавич, М. Посікіра, архітектор М. Федик;
- В'ячеславу Чорноволу на площі Незалежності (2002), скульптор М. Посікіра, архітектор М. Федик;
- жертвам Сталінських репресій (1990 рік) (на могилі жертв Сталінських репресій, які загинули у Золочівському Замку у червні 1941 року. На цвинтарі захоронено 611 осіб, які померли мученицькою смертю від рук катів НКВС у замковій тюрмі-катівні). Автор меморіалу – скульптор Едуард Бучинський, батько якого спочиває вічним сном у цій брацькій могилі.
- Пам'ятник воїнам, загиблим в Афганістані.

*Подальший поступ культурного й туристичного благоустрою Золочева передбачає, за прикладом успішних історичних міст Європи, реалізацію Стратегії залучення міжнародних грантових фондів та коштів приватних доброчинців для відкриття в місті низки нових пам'ятників, меморіальних дошок та ансамблів.*

**Розробники Стратегії рекомендують** владі і громадськості консолідуватися та ініціювати проекти відкриття в місті Золочеві:

- **пам'ятника королю-лицарю Речі Посполитої Яну III Собеському;**
- **пам'ятника-погруддя Гетьманові Війська Запорозького Самійлові Зборовському;**
- **пам'ятника єпископу Яну Ценському;**
- **меморіального ансамблю-барельєфу уродженцям Золочева – борцям за волю України у лавах УСС, УГА та УПА;**
- **меморіального ансамблю-барельєфу уродженцям Золочева – фундаторам нематеріальної культурної спадщини єврейського народу.**
- **групи малих туристичних пам'ятників, як от, а) Народній кераміці гавареччини, б) Привиду Золочівського замку, в) золочівським крамарям, г) «Золотому стандарту**

***Золочева» тощо, а також арт-інсталяцій сучасного мистецтва.***

Поява на мапі міста нових оригінальних пам'яток, на переконання розробників Стратегії, істотно пожвавлюватиме туристичний рух у Золочеві. Добрим прикладом для Золочева у цьому контексті може слугувати пам'ятник Леопольду фон Захер-Мазоху у Львові на вул. Сербській, 7, поява якого разом із відкриттям тематичної львівської ресторації "Мазох-кафе" сприяла концептуальній трансформації однієї з центральних вулиць на найвідвідуванішу туристичну артерію Львова (та інвестиційно найдорожчий простір реалізації бізнес-проектів у сфері обслуговування туристів).



## ПАМ'ЯТКИ АРХІТЕКТУРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕННЯ

### Комплекс Золочівського замку

Комплекс Золочівського замку (вул. Тернопільська, 5) є візиткою Золочева. Замок збудований на початку XVII ст. за проектом невідомого італійського архітектора за останнім словом тогочасної фортифікаційної науки.

Донині збереглася планувальна концепція розбудови Золочівського замку 1634 року, здійснена на замовлення Якуба Собеського. Після Якуба Собеського Золочівські маєтності перейшли до його сина Яна, який у 1674 р. був обраний польським королем. Король Речі Посполитої часто перебував у своєму родовому замку під час турецьких воєн та татарських набігів.

У 1672 р. Золочівський замок протягом шести днів оборонявся від турецького війська, але був здобутий і зруйнований. Пізніше замок відбудовували татарські бранці, яких Ян III Собеський поселив у сусідньому селі Вороняки.

З початком XVIII ст. Золочівський замок перетворився на резиденцію родини Собеських, і його укріплення відігравали вже роль не фортифікації, а декорації палацового комплексу.

Комплекс органічно поєднує архітектуру оборонного та житлового призначення.

У Державний Реєстр нерухомих пам'яток України включено такі пам'ятки архітектури національного значення:

- мурований замок 1634-1686 рр. (№ держ. реєстру 381 0),
- бастионні укріплення 1634-1636 рр. (№ держ. реєстру 381 1),
- надбрамний корпус 1634-1686 рр. (№ держ. реєстру 381 2),
- палац 1634-1636, 1686, 1872 рр. (№ держ. реєстру 381 3),
- Китайський павільйон 1634-1686 рр. (№ держ. реєстру 381 4).

До оборонних споруд належать: вали, п'ятисторонні укріплення, зведені на кутах фортеці, допоміжні фортифікаційні споруди, надбрамна вежа та міст. Увагу туристів привертають вали, бастиони, корпус над воротами і рavelін. На фортечних мурах розставлено гармати.

У комплекс Золочівського замку входять: Великий палац і Китайський палац.

Великий палац – це простора двоповерхова будівля з підвалами і таємним ходом. В ході реставрації замку було відновлено колишнє розміщення кімнат і залів. Частково збереглися міжкімнатні двері. Для туристів Великий палац відкрито 2009 року по завершенні реставрації.

У Великому палаці розміщені експозиційні зали, в яких представлені різні періоди життя замку. Проголюючись коридорами і залами Великого палацу, туристи мають змогу ознайомитися з експозицією залів від XVII ст. до сьогодення.

Особливою окрасою замку є Китайський палац – єдина в Україні й одна з трьох у Європі палацових споруд “східної” архітектурної стилістики. У ньому поєднано впливи східної культури та місцеві традиції.

Китайський палац наприкінці XVII ст. звів на території Золочівського замку король Речі Посполитої Ян III Собеський для своєї коханої дружини. Ця двоповерхова будівля має гострі ротонди і невеликі одноповерхові прибудови з боків. За задумом архітектора в цьому місці знаходилася галерея-ротонда. З боку головного фасаду розташовувалися вісім колон і балкон.

Після кількох реставрацій в Китайському палаці в 2004 році відкритий Музей східних культур Львівської національної галереї мистецтв. У центральній частині палацу обладнаний «чайний зал», де започатковано традицію проводити тематичні виставки і чайні церемонії.

В експозиційних залах Китайського палацу представлено понад дві сотні творів образотворчого мистецтва різних епох. У палаці зберігаються археологічні експонати, які відображають мистецтво різних континентів і народів Азії та Африки. Серед найцінніших та найатракційніших експонатів – давньоєгипетська мумія III-II тис. до н.е., фрагменти давньоєгипетських саркофагів, японська графіка, лакові вироби та тканини, датовані XVII – XVIII ст.

Біля палацу розбито зелений парк з альтанкою. Також, на території замку знаходиться каплиця-пам'ятник жертвам НКВС.

### **Церква Святого Миколая**

У Державний Реєстр нерухомих пам'яток України включено такі пам'ятки архітектури національного значення:

- церква Св. Миколая (мур.) XVI ст. – 1765 р. (№ держ. реєстру 382 1),
- дзвіниця церкви Св. Миколая (мур.) 1886 р. (№ держ. реєстру 382 2).

Церква Святого Миколая на лінії колишніх оборонних валів є сакральною візиткою Золочева. Це найстаріший храм Золочева, що служить громаді з кінця XVI ст. і з тієї епохи зберіг елементи оборонної архітектури. В XVI – XVII ст. церква входила в комплекс оборонних валів Золочева. Тому її ще називали Церквою на валах. Храм зазнавав неодноразових плюндрвань.

Обіч на місці вівтаря предтечі теперішньої церкви встановлено пам'ятний хрест.

Сучасного вигляду церква Св. Миколая набула після перебудови 1765 року. Кошти на цю перебудову виділив канівський староста Микола Потоцький – меценат і будівничий Успенського собору Почаївської Лаври, яка тоді належала оо.Василіянам. Саме в майстернях Почаївського монастиря був виготовлений іконостас для церкви Св. Миколая у Золочеві. Найвірогідніше, , автором живопису в іконостасі був художник Радивилівський, декоративна різьба належала різцю А. Штилю, а скульптури (розп'яття з прикутими до земної кулі Адамом і Євою, пророки Іван і Мойсей)

– митцеві Франциску Оленському. Варто зазначити, що А.Штиль і Ф.Оленський – учні і послідовники всесвітньо відомого скульптора Іоанна Георгія Пінзеля – родоначальника львівської барокової скульптури.

На початку ХХ ст. стараннями отця Степана Юрика у церкві Св. Миколая проведено реставраційні роботи. До реставрації був залучений художник-монументаліст Модест Сосенко. Церкву було розписано у його характерній манері. Модест Сосенко виконав і деякі ікони для іконостасу, зокрема, Св. Йосафата, Св. Андрія Первозванного (писана з Митрополита Андрея Шептицького), Св. Володимира і Ольги, Св. Константина і Олени, Св. Антонія і Феодосія Печерських, Св. Кирила і Мефодія, ікони Різдва Христового і Благовіщення.

У радянський час у церкві Св. Миколая розмістили атеїстичний музей. Іконостас було демонтовано і викинуто. Фрагменти іконостасу зберігалися у фондосховищах Львівської національної галереї мистецтв, Національного музею у Львові, музею історії релігій. З 1990 року, від моменту легалізації Української греко-католицької церкви, церква Св. Миколая у Золочеві повернута оо. Василіянам.

Церкву відреставровано. Стараннями ігумена о. Володимира Палчинського проведено капітальний ремонт споруди. З ініціативи ігумена Золочівського монастиря о. Василя Тучапця відреставровано настінні розписи Модеста Сосенка. Стараннями ігумена о.Климентія Стасіва у 2001-2004 рр. відтворено іконостас.

Церква Св. Миколая у Золочеві належить до нечисленної когорти унікальних храмів України, в яких у композиційній єдності збережено високохудожні зразки сакрального мистецтва різних стилів ХVІІІ – початку ХХ ст.

### **Церква Воскресіння Господнього**

У Державний Реєстр нерухомих пам'яток України в Золочеві включено такі пам'ятки архітектури національного значення:

- церква Воскресіння (мур.) 1624-1627 рр. (№ держ. реєстру 383 1),
- дзвіниця церкви Воскресіння (мур.) ХІХ ст. (№ держ. реєстру 383 2)

Колишній костел (тепер церква) Воскресіння Господнього споруджено у ренесансному стилі в центрі Золочева на честь народження дітей від другого шлюбу Якуба Собеського із панною Теофілією з роду Даниловичів. Костел Успіння Пресвятої Діви Марії і Св. Якуба постав у 1624-1627 роках і був переданий власником Золочева для служіння отцям Бернандинам.

В криптах храму поховані перша жінка та дві доньки від першого шлюбу Якуба Собеського.

В 1691 році костел, дзвіниця та господарські приміщення були знищені міською пожежею. Після пожежі храм і дзвіницю було відновлено. Новий дзвін для храму було виготовлено на пожертву короля Речі Посполитої Яна ІІІ Собеського. На дзвоні було викарбувано королівський герб і дві медалі з

портретами короля Яна III, його дружини Марії Казимири, ангелів над ними та супровідними написами латиною.

У 1838 році католицька та православна громади міста обмінялися храмами, відтак храм перейшов до православної української громади міста під титулом Воскресіння Господнього. До сьогодні ця історична пам'ятка – одна з візиток міста Золочева.

### **Костел Успіння Пресвятої Діви Марії**

У Державний Реєстр нерухомих пам'яток України в Золочеві за адресою вул. Мазепи, 1-а/14 включено такі пам'ятки архітектури національного значення:

- костел Успіння Пресвятої Богородиці (мур.) 1731-1763 рр. (№ держ. реєстру 384 1),
- корпус келій (мур.) 1731-1736 рр. (№ держ. реєстру 384 2).

Будівництво барокового тринефного храму за кошти мецената Якуба Людвіка Собеського (сина короля Яна III Собеського) тривало у 1731-1737 роках. Головний фасад храму має п'ять осей і п'ять заглиблень для розміщення скульптур. Фасад у три яруси має горизонтальні карнизи та прикрашений пілястрами. На першому ярусі пілястри іонічного, на другому – коринфського ордерів. Півциркульні заглиблення прикрашені рослинними візерунками епохи пізнього бароко. Центральний портал підкреслено балконом з кованою решіткою.

Фасад костелу має лише одну вежу ліворуч. На ній у 1878 році встановили годинник. Тоді ж дах костелу покрили оцинкованим залізом, а в нішах розмістили п'ять скульптур, які збереглися дотепер. У XIX ст. виконано стінопис за вітварем та на склепіннях головного нефа.

Позаду та зліва костелу знаходяться монастирські споруди колегії отців піярів: келії, трапезна та бібліотека.

Бароковий костел Успіння Пресвятої Богородиці є пам'яткою архітектури національного значення та сакральною окрасою міста.

### **ПАМ'ЯТКИ АРХІТЕКТУРИ МІСЦЕВОГО ЗНАЧЕННЯ:**

#### **Будівля магістрату м. Золочева**

Будівля магістрату – пам'ятка архітектури місцевого значення початку XIX ст. Головну вулицю міста з боку колишньої Тернопільської брами фланкують дві будівлі у стилі історизму. Одна з них – це двоповерхова споруда магістрату (тепер – Миської ради). Їй притаманні досконало вибудовані пропорції об'ємних форм.

Центральний ризаліт споруди вінчає величезний купол. Аби ні в кого не виникало сумнівів, що це магістрат, а не храм, на вершині купола влаштовано терасу. Її огороження з ажурного металу натякає на використання тераси очільниками міста для недремного нагляду за життям міста. Додатково центральний ризаліт підкреслений рельєфним рустуванням та балконом на рівні другого поверху. За задумом архітектора, на нього мав виходити градоначальник, щоб оголошувати міщанам важливі новини.

Будівля магістрату зазнала ґрунтової реконструкції у 1900-1901 рр.

Від епохи панування Собеських органами самоуправління у Золочеві були міська рада, яка складалася з 4-х радників на чолі з бурмістром, та судова лава з 7-ми чоловіків на чолі з вйтом. Такий стан справ змінився після входу Золочева в склад Австрійської монархії. Однак, перша споруда магістрату XVIII ст. не збереглася.

Теперішній будинок міської ради є архітектурно-туристичною візиткою Золочева – еталонним адміністративним корпусом епохи історизму, що зберіг свою виразну семантику й автентичність.

### **Комплекс будівель по вул. Вало́ва**

Вулиця Вало́ва зберегла в своїй назві локацію середньовічних міських укріплень Золочева. Вулиця прокладена на місці колишніх валів і проходить так званими “шпацерами”, що були облаштовані в м. Золочеві наприкінці XVIII ст. Тіністі алеї вікових дерев на колишніх земляних валах – “шпацери” (“планти”) Золочева – є популярною туристичною атракцією міста, що споріднюють Золочів зі Львовом та Краковом.

До спадщини нерухомих пам’яток України належить ансамбль житлових кам’яниць вздовж вул. Вало́вої, збудованих від середини XIX до початку XX ст. за архітектурними канонами Австро-Угорської імперії.

### **Комплекс будівель по вул. Пушкіна**

До спадщини нерухомих пам’яток України належить ансамбль житлових кам’яниць вздовж вул. Пушкіна, збудованих від середини XIX до середини XX ст. за архітектурними канонами Австро-Угорської імперії. На увагу туристів також заслуговує каплиця XIX ст. на вул. Пушкіна, 7 (№ держ. реєстру 844-М).

### **Комплекс будівель по вул. Героїв Небесної Сотні**

До спадщини нерухомих пам’яток України належить ансамбль житлових кам’яниць вздовж вул. Чайковського, збудованих у XVIII – XIX ст. за

архітектурними канонами Австро-Угорської імперії. На увагу туристів тут також заслуговує будинок шпиталю 1727 року (№ держ. реєстру 845-М).

### **Комплекс будівель по вул. Шашкевича**

До спадщини нерухомих пам'яток України належить ансамбль сакральних, меморіальних, адміністративних та житлових споруд на вул. М. Шашкевича, збудованих у XIX – першій третині XX ст. за архітектурними канонами Австро-Угорської імперії. Зокрема, на увагу туристів заслуговують:

- житлова кам'яниця поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 5 (№ держ. реєстру 835-М),
- житлова кам'яниця поч. XX ст., вул. Шашкевича, 7 (№ держ. реєстру 836-М),
- в'їзна брама 1833 року, вул. Шашкевича, 8 (№ держ. реєстру 837-М),
- житлова кам'яниця XVIII – поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 9 (№ держ. реєстру 838-М),
- житлова кам'яниця поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 10 (№ держ. реєстру 839-М),
- житлова кам'яниця поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 11 (№ держ. реєстру 840-М),
- садиба поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 15 (№ держ. реєстру 841-М),
- палацовий комплекс поч. XIX ст., вул. Шашкевича, 22 (№ держ. реєстру 842-М),
- адміністративна будівля поч. XX ст., вул. Шашкевича, 43 (№ держ. реєстру 843-М),
- церква Воскресіння Господнього XVII – XIX ст., вул. Шашкевича, 22 (№ держ. реєстру 2278-М).

Вулиця М. Шашкевича є центральною в Золочеві і на перспективу повинна стати головним, по можливості, максимально пішохідним (з обмеженим рухом автотранспорту) екскурсійно- і прогулянково-туристичним променадом міста.

Для цього необхідно:

- провести реконструкцію дорожнього покриття та тротуарів;
- упорядкувати питання зовнішньої реклами, що досі спотворює вигляд історичної забудови;
- відкрити на вул. М. Шашкевича Туристично-інформаційний центр або встановити інформаційні електронні туристичні табло;
- додатково ознакувати об'єкти Реєстру нерухомих пам'яток України на вул. Шашкевича та на суміжних із нею вулицях вздовж головних екскурсійних маршрутів QR-кодами з туристичною інформацією, доступною для прочитання за допомогою кишенькового смартфона,

українською, польською, англійською, німецькою, іспанською, французькою та китайською мовами.

### **Монастир Вознесіння Господнього отців Василіян**

До спадщини нерухомих пам'яток України належить ансамбль Василіанського монастиря у Золочеві (вул. Львівська, 48), що був закладений ще у 1565/9 рр., імовірно, в околі його предтечі – давньоруського монастиря XIII ст. (у межах теперішнього села Монастирок). Давній Золочівський монастир був освячений як Свято-Троїцький. Фортифікаційний монастирський комплекс із церквою Трійці були дерев'яними.

Перша писемна згадка про діяльність монахів Василіанського ордену в Золочеві відноситься до 1567 року. Первісно монастир знаходився в східній частині міста, проте в 1649 році був спалений татарами. На кошти Яна Собеського дерев'яний монастир було відбудовано за давньоруським архітектурним каноном. Його також знищила пожежа.

У 1708 році родина Яворовських подарувала Золочівському Свято-Троїцькому монастирю свій ґрунт на давньому Золочівському передмісті Шляхи. Ченці заснували тут нову обитель і церкву Вознесіння Господнього.

Сучасного вигляду монастирський комплекс набув у XIX ст., коли отці василіяни остаточно перебралися на місце теперішнього комплексу. Зокрема, у 1834–1863 рр. було споруджено нові кам'яні монастирські споруди. Меценаткою-фундаторкою спорудження обителі виступила графиня Лукія Комарницька. (Аварійні споруди обителі розібрано щойно у 2004 р.).

Тоді ж, у 1862 році, за сприяння кардинала Михайла Левицького стару церкву, споруджену в 1665 році, також було перебудовано на просторий Храм Вознесіння Господнього з двома восьмигранними вежами.

Від 1946 до 1989 рр. діяльність оо. Василіян була заборонена. Храм зі слідами руйнувань у 1941-1944 рр. після війни використовували як склад, а в монастирі діяв протитуберкульозний диспансер. Отці Василіяни повернулися до своєї обителі лише в 1989 році. Перша відправа у церкві відбулася 21 листопада 1989 року на свято Архистратига Михаїла.

Інтер'єр храму Вознесіння Господа Нашого Ісуса Христа вражає монументальними розписами. Іконостас дерев'яний, різьблений, одноярусний, роботи янівських майстрів. "Цей іконостас виконаний у 1998 році є жертвеним даром земляків з Канади і Америки" – засвідчує напис на табличці, поміщений в іконостасі. Ікони для іконостасу виконав художник Степан Юзефів. Автор ідеї настінних розписів і їх ескізів – Іван Проців. Роботи виконали Олексій Фіголь, Василь Федорук та Ігор Грищенко.

Іконостас храму Вознесіння є відродженою перлиною українського художнього мистецтва, що зачаровує вишуканою бароковою різьбою та іконами.

В бічних вітварях церкви розміщена давня Золочівська реліквія – ікони Богородиці (праворуч) і Св. Миколая (зліва від входу).

Особливою шаную серед паломників користується копія чудотворної ікони Божої Матері із села Голубиця (1724 р.). Під зображенням Божої Матері є напис: “Зображення ікони Чудотворної і Пресвятої Богородиці Голубицької, яка коштовними сльозами плакала від 21 квітня до 24 вересня 1692 року, і це описано в історії. Зміну Ока Пресвятого видно і донині. Багато людей, які з вірою прийшли до неї, зцілилися. Перенесено в обитель святу Підгорецьку на Пліснеську в церкву святу Благовіщення 18 квітня 1694 року. Зобразив ікону цю Федір Бурковський, маляр Золочівський, листопада 1724 року”.

### **Монастир Хреста Св. Дам`яна УГКЦ**

До спадщини нерухомих пам'яток України належить ансамбль «Золочівський двір/арсенал» XIV ст. (тепер – монастир Чесного Хреста Св. Дам'яна УГКЦ), що знаходиться на вул. Маркіяна Шашкевича, 13.

«Золочівський двір» – це унікальна фортифікаційно укріплена кам'яна споруда, оперезана оборонним ровом та валами, що відноситься до буремної епохи XIV ст., коли на місці старожитніх дерев'яних укріплень Галицько-Руської держави поставали фортифікації західноєвропейського типу, що закріплювали новонабуті володіння Польського королівства.

Найдавнішу літописну згадку про Золочів історики датували 1423 роком. Того року родина Кирдеїв передала боярську оборонну садибу «двір Золочів» у власність дрогобицькому старості Яну Менжику.

Тривалий час господарі Золочева жили в цьому оборонному дворі, тут же містився і міський арсенал. І лише після побудови кам'яного Золочівського замку старий боярський «Двір Золочів» почав поступово занепадати. У XVII ст. Собеські остаточно перебралися мешкати в замок, а стару кам'яницю з дерев'яними прибудовами передали в підпорядкування парафіяльному костелові для опіки над убогими. Відтоді цю споруду після неодноразових реконструкцій почали називати Будинком убогих. 1868 року будинок перейшов у власність армії; у радянську епоху слугував складом.

Простора зала будівлі закінчується готичною каплицею, тим самим поєднуючи сакральну та цивільну архітектури. Із 1686 року польський король особисто дозволив проводити у цій каплиці богослужіння вірменській громаді Золочева.

Це насправді унікальна пам'ятка, аналогів якої немає не лише на Львівщині, але й в Україні загалом. Порівняти золочівський Будинок убогих можна хіба що з церквою у Староконстантинові під Острогом. Адже Будинок убогих – це класична готика XIV століття, згодом перебудована у стилі ренесансу. Тому пам'ятка заслуговує на включення у Реєстр нерухомих пам'яток України національного значення.



Тепер на території старожитнього Золочівського двору розташований монастир Чесного Хреста Св. Дам'яна УГКЦ та церква Воздвиження Чесного і Животворящого Хреста Господнього. Під опікою ченців діють кухня для знедолених містян та реабілітаційний центр.

Фронтон монастиря прикрашає меморіальна таблиця на вшанування пам'яті Бориса Возницького.

Двір Золочів – історична локація, якій місто Золочів завдячує своїй назві.

Відтак, нині ця локація є історичним «серцем» сучасного Золочева та обов'язковим пунктом на мапі екскурсійних маршрутів містом.

*Розробники Стратегії рекомендують владі та громаді УГКЦ консолідуватися та ініціювати включення у Реєстр нерухомих пам'яток України національного значення ансамблю «Золочівський двір», водночас, активно популяризувати цю локацію як історико-географічне осердя давньогалицького міста зі слідами укріплень Галицько-Руської держави XIII – XIV ст. та фортифікацій Польського королівства XIV ст.*

Одним з нагальних заходів туристичної популяризації пам'ятки є її QR-кодування з детальним викладом витоків історії Золочева, поміщеним на офіційному туристичному сайті Золочева.

Тепер в історичній споруді діє церква Воздвиження Чесного і Животворящого Хреста Господнього УГКЦ, а прилеглу територію займає монастир Чесного Хреста Св. Дам'яна ЧБМ (францисканців).

### **Старе Золочівське кладовище**

Золочів пишається своїм некрополем – місцем вічного спочинку поколінь видатних галичан різних національностей та віросповідання.

Некрополь – старий міський цвинтар при вулиці Колійовій (тепер – Січових Стрільців) – містить поховання від кінця XVIII до середини XX ст. Це меморіал поліетнічного минулого міста Золочева та символ міжкультурного примирення й прощення. Адже тут поруч знаходяться могили патріотів, непримиренних за життя, а саме:

- комплекс поховань січових стрільців (22 могили),
- мавзолей польських повстанців – учасників бойових дій 1918-1920 років,
- поховання воїнів УПА,
- пам'ятник на могилі понад 600 краян, замордованих у замковій катівні російських карателів НКВС у червні 1941 року;

- поховання радянських воїнів (здебільшого, юнаків-новобранців зі Слобожанщини й Наддніпрянщини, насильно рекрутованих в Червону армію у ході її наступального просування на захід),
- 78 могил німецьких військовополонених.

Старий міський цвинтар – непересічна культурно-туристична локація Золочева, що за мистецькою цінністю ненабагато поступається Личаківському цвинтарю Львова. Серед множини могильних пам'яток тут поруч з роботами народних майстрів, що вражають простотою форм, зустрічаються високохудожні меморіально-скульптурні ансамблі (із замріяним і смутним ангелами, статуєю скорботної Божої Матері, роботами італійських майстрів ХІХ ст.).

Переpletіння стількох етноісторичних стилів виокремлює Золочівський некрополь з поміж пересічних старих кладовищ як цінний меморіально-культурний об'єкт, цікавий для туристів як з України, так і з низки країн ЄС.

Відтак, потребує нагально перегляду концепція опіки некрополя з боку міської влади й громадськості. Надалі неприпустимим є недбале ставлення працівників кладовища до історичних поховань (захоронення на старих, ще збережених похованнях німецьких військовополонених, не доглянутість проходів між могилами, нищення надгробних пам'яток), що може спричинити до цілковитої руйнації ансамблю некрополя.

Розробники Стратегії наголошують: **некрополь – це один з «магнітів» притягання у Золочів потоків іноземних туристів** – нащадків упокоєних тут осіб, членів історико-меморіальних товариств, дослідників етнічної історії полікультурної Галичини ХVІІІ – середини ХХ ст., аматорів меморіально-мистецького та т.зв. dark-туризму. З іншого боку, Золочівський некрополь – це унікальна локація для просвітницько-патріотичного туризму дітей і студентської молоді України – меморіальна книга буремної історії державоборчих змагань за незалежність Української держави.

## ІНФРАСТРУКТУРА:

### Готелі

Ключову роль в інтенсифікації розвитку туризму відіграють малі готелі, мотелі та приватні садиби, які локалізовані в середмісті, на околицях або за межами міста. Кількість таких об'єктів доцільно нарощувати. А водночас – адаптувати наявні стандарти сервісу до запитів сучасного туриста.

У місті знаходиться приватні ГПК «Золота підкова» і «У Шептицьких», готелі «WEST FORT», «Галичина» і «Гостинний дім», державний готель «Україна», хостел «Хостел» та мотелі «Золочів» і «Закуток».

**Готельно-ресторанний комплекс «Золота підкова» 3\*** (вул. Тернопільська, 7в) – це найтехнологічніший, комфортабельний, ринково привабливий заклад розміщення туристів, у т. ч. іноземних (із високими запитами щодо якості сервісу), у Золочеві. Відстань від готелю до

Золочівського замку – 50 м., до міського парку з озером – 300 м., до автобусної станції – 600 м., до залізничного вокзалу – 1 км. ГРК пропонує на вибір 11 номерів «стандарт» і «люкс» (із Wi-Fi). Для харчування й дозвілля постояльців функціонує ресторан української та європейської кухні (150 місць) та бар. Є паркінг з охороною і відеонаглядом. ГРК забезпечує для постояльців трансфер та організовує екскурсії.

Готель приймає замовлення від туроператорів на організацію харчування транзитних туристичних груп. Готель зручний для розміщення та роботи ділових туристів, у ньому комфортно організувати презентацію, міні-конференцію, корпоративне святкування, бенкет.

Готель має власну інтернет-сторінку <http://www.zolotapidkova.com.ua>. Представлений у глобальному сервісі бронювання Booking.com. E-mail: [admin@zolotapidkova.com.ua](mailto:admin@zolotapidkova.com.ua).

**Готельно-ресторанний комплекс «У Шептицьких»** (вул. Кармелюка, 12 (за 0,5 км від центру міста, 1 км від замку) – це комфортабельний, ринково привабливий заклад розміщення туристів, у т. ч. іноземних (із високими запитами щодо якості сервісу), у Золочеві. На першому поверсі функціонує ресторан, на другому – готель на 14 номерів. На території є криті альтанки, паркінг.

Заклад пропонує 4 сімейні, 3 тримісні, 5 двомісних номерів та 2 номери «люкс» (із Wi-Fi та супутниковим TV). Ціна за номер: 250,00-500,00 грн.

Ресторан «У Шептицьких» розрахований на 200 місць: є 2 великі (80 і 60 місць) та 2 малі (15 і 25 місць) зали, бар, літній майданчик. Представлена українська та європейська кухня. ГРК приймає замовлення від туроператорів на організацію харчування транзитних туристичних груп. Готель зручний для розміщення та роботи ділових туристів, у ньому комфортно організувати конференцію (зал на 60 місць оснащено як конференц-зал), корпоративне святкування, бенкет.

**Готель «WEST FORT»** (вул. Львівська, 50) – це комфортабельний заклад розміщення туристів. Заклад пропонує на вибір одномісні, двомісні та сімейні номери поліпшеного комфорту (із Wi-Fi). Для харчування й дозвілля постояльців функціонує кафе. Є автостоянка.

Готель приймає замовлення від туроператорів на організацію харчування транзитних туристичних груп. Готель зручний для розміщення та роботи ділових туристів, у ньому комфортно організувати презентацію, міні-конференцію, корпоративне святкування, бенкет.

За умови прибуття численної тургрупи є можливість додатково розселити частину прибулих у сусідньому мотелі «Золочів».

Готель не має власної інтернет-сторінки. Не представлений у глобальному сервісі бронювання Booking.com.

**Готель «Гостинний дім»** (вул. Валова (біля пам'ятника В. Чорноволу)) максимально може розмістити 14 осіб в 7 номерах. Ціна за номер: 150,00-200,00 грн. Додатково є кафе-бар. Готель не має власної інтернет-сторінки.

**Готель «Україна»** (вул. Валова, 4 (за 400 м. від Золочівського замку) попри розташування в центрі потребує капітальної реконструкції корпусу й номерного фонду. Готель не має власної інтернет-сторінки.

Готель максимально може розмістити 50 осіб у 18 номерах без ремонту. Зокрема, пропонує номери таких категорій: 1-місні (8 м<sup>2</sup>), 2-місні (10 м<sup>2</sup>), 3-місні (12 м<sup>2</sup>), 2-місні двокімнатні (30 м<sup>2</sup>) та номери сімейного типу на 4-6 осіб. У номерах наявні ТБ, душ, фен, холодильник, доступ до Wi-Fi.

Готель «Україна» позиційовано на прийом туристичних груп до 50 осіб. Поряд облаштовано автостоянку. При готелі функціонує кафе. Однак, застралілі стандарти сервісу унеможливають розселення тут учасників групових турів, адже туристи вимагають сучасних стандартів комфорту, і в таких умовах жоден порядний туроператор із Києва чи Львова не ризикне власною репутацією. З іншого боку, мінімалістичною ціновою політикою (ціна з особи від 50,00 грн.) готель «Україна» привабливий для разових ночівель шкільних екскурсійних груп, а також груп самодіяльних подорожувальників із обмеженим бюджетом.

З огляду на стан фізичного й морального зношення готель «Україна» потребує комплексної реконструкції – від переоснащення номеру до різнокольорового (пазлами) розфарбування фасаду – після чого зможе слугувати базовим закладом для розміщення організованих туристичних груп зі Львова, Трускавця, Моршина, Тернополя та Києва.

**Хостел «Хостел»** (вул. Шевченка, 224 (поблизу озера) максимально може розмістити 8 осіб. До послуг гостей місця на власній парковці. У номерах є письмовий стіл, телевізор із плоским екраном й окрема ванна кімната. Ціна за номер: 150,00-200,00 грн. Інтернет сторінка відсутня.

**Мотель «Золочів»** (вул. Львівська, 54 (поряд з готелем «WEST FORT»)) максимально може розмістити 26 осіб. Окрема кухня із всім потрібним кухонним обладнанням. Ціна за номер: від 300,00 грн. Додаткові послуги: Wi-Fi, паркування. Інтернет сторінка відсутня.

**Мотель «Закуток»** (вул. Вокзальна, 28/а (на об'їзній дорозі Золочева)) максимально може розмістити 25 осіб. Ціна за номер: 120,00-200,00 грн. Додаткові послуги: ресторан, дитячий майданчик. Інтернет сторінка відсутня.

**Готелі Золочева – міста, яке позиціонує себе як туристичний центр – зобов'язані задовольняти запити сучасності:** бути естетичними ззовні, володіти пандусами для осіб з інвалідністю, місцями для паркування велосипедів і приватного автотранспорту, пропонувати номери зі сніданками, доступом до Wi-Fi, англійськими інструкціями для постояльців, якісними звукоізоляцією й кондиціонуванням.

Готелі і мотелі Золочева слід чіткіше сегментувати за співвідношенням ціна/якість та набором додаткових послуг для основних категорій туристів: організованих тургруп, які прибули автобусом, індивідуалів із приватними авто, груп учнівської і студентської молоді, які подорожують потягом чи

велосипедами тощо. Кожен із цих готелів може безкоштовно виконувати функцію туристично-інформаційного пункту і рекомендувати туристам відвідати інші місця новоствореної Золочівської ОТГ.

**Розробники Стратегії наголошують:** ринок готельних послуг Золочева ще не достатньо сформований і на перспективу потребує подальшої розбудови, а також сервісної та маркетингової модернізації.

**Розробники Стратегії констатують:** підприємства з надання готельних послуг Золочева, здебільшого, досі перебувають в інформаційній «тіні» та on-line-недоступні для потенційних туристів. Жоден (за винятком ГРК «Золота підкова») не має власної інтернет-сторінки. Лише два готелі і один мотель представлені у глобальному сервісі бронювання Booking.com.

### **Заклади харчування туристів**

Золочів володіє розгалуженою інфраструктурою закладів ресторанного господарства. Серед них:

- ресторан «Золота підкова» (вул. Тернопільська, 7 В),
- ресторан «Равелін Золочівського Замку» (вул. Пригородок),
- ресторан «Рандеву» (вул. Т. Шевченка, 2),
- ресторан «Ролекс+» (вул. М. Кривоноса, 3),
- ресторан «У Шептицьких» (вул. Кармелюка, 12),
- ресторан «Добриня» (вул. Вороняцька, 2),
- кав'ярня «Bon Appetit» (вул. Тернопільська, 17),
- кав'ярня «Mon Croissant» (вул. І. Репіна, 1),
- кав'ярня «Piccadilly» (вул. М. Лермонтова, 2а),
- кав'ярня «The Espresso Room/Central Barbecue» (вул. Валова, 4),
- кафе «INSANE» (вул. А. Міцкевича, 6),
- кафе «Вернісаж» (вул. Тернопільська, 1),
- кафе «Маяк» (вул. Пушкіна, 4),
- кафе «Хутір» (вул. Бенівська, 22),
- кафе «Юнікс» (вул. І. Труша, 2А),
- кафе-бар «Зоранд» (вул. С. Бандери, 3),
- кафе-бар «Фонтан» (вул. Бродівська, 20),
- кафе-бар «Яніна» (вул. М. Лермонтова, 17),
- бар-кав'ярня «Тартак» (вул. М. Шашкевича, 12),
- піцерія «Pizza-vid-Sergija» (вул. М. Шашкевича, 79),
- піцерія «Pizzeria-pub Toto» (вул. М. Шашкевича, 44),
- піцерія «Пріма-Піцца» (вул. Валова, 2).

Поблизу замку функціонує два заклади харчування, де зазвичай харчуються туристичні групи: «Равелін» та «Юнікс». Також поблизу замку

діють заклади харчування для забезпеченого сегменту туристів (ГРК «Золота підкова») та економ-сегменту («Pizzeria-pub Toto» і «Вернісаж»).

Щодо ресторацій, кав'ярень і піцерій в центральній частині міста, інформація про них ще замало доступна пересічному туристу (в інтернеті та друкованих виданнях).

**Розробники Стратегії рекомендують:** необхідно налагодити взаємовигідну партнерську співпрацю з туроператорами, а також скласти маркетингово-привабливий опис закладів харчування, які своїм пріоритетним напрямком вважають харчування туристів. Власникам цих закладів варто об'єднатися у ресторанный підкласстер туристичного кластеру Золочева та спільними зусиллями розгорнути активну PR-кампанію з просування сервісів гастрономічного туризму Золочева.

### Туристичні фірми

Серед туристичних фірм Золочева – 6 турагентів:

- ТА «Coral travel м. Золочів» (вул. Мазепи, 2);
- ТА «Комфорт тур» (вул. Репіна, 1а);
- ТА «Разан» (вул. Шашкевича, 12);
- ТА «Медобори» (вул. Бандери, 14);
- ТА «Еліт Тур» (вул.Бродівська 2а.ТЦ Надія 3-й пов.);
- ТА «Насорох» (вул. Шашкевича, 9).

Турфірми спеціалізуються майже виключно на виїзному туризмі, реалізації відпочинкових та екскурсійних турів за кордон та на курорти України.

Єдиною компанією, яка цільово розвиває в'їзний туризм у Золочів, є Туристично-транспортна фірма ТзОВ «Насорох» (вул. Львівська, 54), що володіє мотелем «Золочів» («Насорог») та турагенцією «Насорог». ТА «Насорох» (вул. Шашкевича, 9) пропонує своїм клієнтам відвідання Золочівського замку, але не має жодної пропозиції по організації екскурсій містом. Сайт: <http://nasoroh.com.ua>.

**Розробники Стратегії наголошують:** саме від активної співучасті місцевих турфірм і ФОП з надання екскурсійних послуг у творенні та просуванні палітри міських турпродуктів передусім залежатиме успіх цієї Стратегії.

### Паркінги

Поруч з Замком діє невеличкий паркінговий майданчик, який зараз забудовується, а, відповідно, місця для паркування туристичних автобусів місту, яке позиціонує себе як туристичний центр, дуже не вистачає. Водії

висаджують людей на проїжджу частину, що створює аварійну небезпеку. Туристичні автобуси паркуються вище по вулиці.

XXI століття – це епоха розквіту самодіяльного автотуризму на власному транспорті.

Однак, у центральній частині міста окремо виділених місць для паркування туристичного транспорту не має. Це одна з лімітуючих проблем розвитку туристичного господарства Золочева, яка потребує нагального вирішення.

### **Розробники Стратегії рекомендують владі міста:**

- передбачити на Генеральному плані розвитку Золочева місця під паркінги для автобусів і приватного авто туристів просторово якомога ближче до центру міста (для зручності гостей) та подбати про їх належне інфраструктурне облаштування;

- передбачити на Генеральному плані розвитку Золочева поблизу замку і міської ради місця для відкриття пунктів прокату велосипедів (за прикладом велопунктів у середмісті Львова).

- Золочівській міській раді опрацювати ухвалу «Про затвердження плати за паркування і визначення місць для паркування туристичних транспортних засобів на території Золочева».

### **Екскурсійні маршрути**

Через місто проходить:

- автобусний регіональний маршрут «Золота підкова Львівщини»;

- пішохідний регіональний маршрут № 21 «Підкамінь – Золочів – Унів – Золочів».

Ці маршрути ознаковані й користуються популярністю. На сьогодні комерційне значення має лише «Золота підкова Львівщини», однак, на перспективу, владі й бізнесу міста слід скоординувати зусилля з розробки та активної промоції альтернативних туристичних маршрутів (авто-, вело- і піших) зі стартом із Золочева.

Екскурсороводи міста, на разі, пропонують два-три апробовані пішохідні екскурсійні маршрути містом, однак, головною проблемою залишається цілковита відсутність рекламно-інформаційної підтримки тематичних екскурсій Золочевом.

Екскурсороводи Львова та Трускавця, у переважній більшості, возять екскурсії в замок, але завжди оминають місто. Львівська Асоціація Розвитку Туризму при підготовці екскурсороводів по замках Львівщини викладає слухачам базову екскурсію містом Золочевом, але з боку міста вона настільки мало популяризується, що замовлень від пересічних туристів практично немає. Такий стан справ необхідно негайно змінювати – це має стати однією зі стратегічних місій маркетингової діяльності муніципально-приватного партнерства у форматі Туристичного кластера Золочева, у т.ч., через

поглиблення співпраці з ініціативними турфірмами Львова, Трускавця, Києва і Тернополя.

**Експерти проаналізували наявні пропозиції на електронних та друкованих ресурсах і змушені констатувати:** практично ніде не зустрічається опис пам'яток архітектури Золочева (окрім замку), нематеріальної історико-культурної спадщини міста, пропозицій екскурсій містом і околицями. **Онлайн-опитування виявило:** досі більшість тих, хто приїжджає в місто, навіть не підозрюють про наявність історичного центру з храмами, валами та ансамблями забудови австро-угорської й польської епох тощо.

**Розробники Стратегії рекомендують:** активно просувати в інформаційно-медійному просторі на першому етапі принаймні три базові екскурсійні маршрути теренами міста, що охоплюватимуть пам'ятки сакральної й світської архітектури XVI – початку XX ст., парки, некрополь, а також меморіальні місця видатним країнам та пам'ятники Тарасові Шевченку (ск. Є. Дзиндра, 1991 р.), Маркіянові Шашкевичу (ск. Д. Крвавич, М. Посікіра, арх. М. Федик, 1993), перший в Україні пам'ятник В'ячеславу Чорноволу (ск. М. Посікіра, арх. М. Федик, 2002), Борцям за волю України; Меморіал пам'яті українців, депортованих у 1944-1947 рр. із Лемківщини, Любачівщини, Надсяння, Підляшшя, Холмщини.

### **Туристичне знакування**

Окрім кількох центральних вулиць, відсутні туристичні знаки: автомобільні та пішохідні. На головних вулицях міста відсутні двомовні (укр. – англ.) вказівники назв вулиць. У середмісті недостатня кількість вказівників до туристичних об'єктів: пам'яток архітектури, парків і пам'ятників, громадських вбиралень, закладів розміщення та харчування, сувенірних крамниць. В місті відсутні щити із туристичною картосхемою та рекламно-промоційні інформаційно-туристичні щити. В центрі відсутні крамниці, де можна придбати туристично-краєзнавчу літературу, сувеніри тощо.

**На під'їзді до міста немає жодного вказівника, що засвідчує:** Золочів туристично-привабливе/історичне місто. В Європі таке туристичне знакування проводиться на коричневому фоні. Використання такого знакування збільшує на 40% кількість туристів, які відвідують місто.

Управління туризму і промоції Львівської облдержадміністрації має хороший досвід і ряд прикладів з розробки та ознакування туристичних шляхів у Львівській області. Золочівській Міській Раді рекомендується звернутися із відповідним клопотанням до ЛОДА щодо ознакування туристично-інформаційними знаками про наявні історико-культурні об'єкти (на коричневому фоні), головних автошляхів до м. Золочева та інших туристично-привабливих місцевостей Золочівської ОТГ.

*Для відома: Під час засідання Ради туристичних міст і регіонів України на Львівщині (16-17 березня 2017 року) прийняли рішення щодо здійснення*



*знакування туристичних шляхів згідно з вимогами державного стандарту (ДСТУ 7450:2013) «Туристичні послуги. Знаки туристичні активного туризму» розробниками якого є фахівці з Львівщини.*

### **Розвиток туризму для осіб з інвалідністю**

24 вересня 2008 року Україною було підписано Конвенцію про права осіб з інвалідністю і Факультативний протокол до неї. А вже через рік 16 грудня 2009 року Верховною Радою України ці два акти було ратифіковано, 6 березня 2010 року Конвенція набрала чинності. З цього часу імплементація Конвенції є одним із пріоритетних завдань Уряду.

У посланні Генерального секретаря ООН та згідно порядку денного для глобальних дій 2030 року, що містить цілі сталого розвитку, ціль 11 зосереджується на принципах «Зробити міста та населені пункти інклюзивними, безпечними, стійкими, стабільними та доступними для всіх». Ця мета охоплює туризм і рекреацію через заклик до дотримання положень універсального дизайну для доступних і стійких транспортних систем, інклюзивної урбанізації та доступу до зелених і громадських просторів.

**Проблеми забезпечення прав осіб з інвалідністю, є характерними для України в цілому, для туристичних міст Львівщини і зокрема міста Золочева.**

#### ***Ці проблеми серед іншого включають:***

- відсутність доступу до аеропорту чи вокзалу;
- відсутність транспортних засобів, доступних для інвалідних колясок;
- відсутність добре адаптованих готельних номерів;
- відсутність доступних музеїв, театрів, ресторанів, барів тощо;
- недоступні або лише частково доступні веб-сайти;
- відсутність адаптованих туалетів у ресторанах і громадських місцях;
- недоступні вулиці (паркування автомобілів на тротуарі тощо);
- відсутність спеціальних автомобільних паркомісць для осіб з інвалідністю на офіційних стоянках;
- відсутність професійного персоналу, здатного інформувати та консультувати з питань доступності;
- відсутність інвалідного обладнання (інвалідні коляски, стільці для ванн, туалети, електричні скутери);
- відсутність достовірної інформації про рівень доступності конкретного атракціону (церква, замок, виставка тощо).

**Для прикладу і наслідування**, громадські організації міста Львова ще в 2005 році почали запроваджувати концепцію **«Львів – доступний для всіх»**. При Львівській Міській Раді з 2005 року діє **Комітет з доступності міського середовища у м.Львові** (котрий системно збирається раз в квартал). Львів за ці роки досяг значних успіхів в забезпеченні прав людей з інвалідністю і полегшенні доступу до історико-культурних об'єктів міста.

Оскільки керівник ЛАРТ є постійним членом львівського Комітету з доступності, **експерти радять Золочівській міській раді виконати наступне:**

1. Створити, при Золочівській Міській Раді, Комітет з доступності міського середовища у м. Золочеві.

2. Провести аудит доступності історико-архітектурних споруд м. Золочева у співпраці із експертом Ярославом Грибальським — координатором програм з безбар'єрності Національної Асамблеї інвалідів України.

3. Скласти перелік недоступних історично-архітектурних об'єктів м. Золочева і поетапно розпочати ліквідувати виявлені урбаністичні бар'єри у місті (понижувати тротуари, встановлювати пандуси, звукові світлофори, тактильні плитки тощо).

**Пропозиції щодо розробки інформаційного забезпечення просування місцевого туристичного продукту на ринку туристичних послуг (зокрема із використанням ІТ- технологій).**

1. розширити присутність підприємств гостьового сервісу міста в глобальних системах бронювання послуг (проживання, харчування, гід-супроводу, трансферу, оренди авто, велосипеда, сігвея тощо), і передусім у Booking.com, Airbnb, HotelsCombined, TRIPADVISOR, HostelWorld, Couchsurfing, HomeAway, TICKETS.UA, MistoTravel, а також у глобальних соціальних мережах Telegram, Facebook, Instagram.
2. створення електронного туристичного міста (електронні вказівники, мультимедійні панелі, віртуальні об'єкти, 3D-анімація історичних зрізів архітектурного ансамблю міста (від Радече і Золочівського Двору – до Золочева 30-их рр.).
3. нанести на карту google.map всі визначні об'єкти, що є складовою туристичного потенціалу міста;
4. розробити 3D (цифрові тривимірні) карти Золочева, на яких показати етапи розбудови міста (з прив'язкою геолокації до сучасного плану міста);
5. створити туристичний інтернет-портал з базою даних по об'єктах, місцях та подіях;
6. створити окрему інтернет-сторінку «книга відгуків» з обговоренням якості надання гостьових послуг;
7. створити туристичну веб-енциклопедію Золочева на основі соціальної технології wiki (зразок: wikipedia);

8. заснувати щомісячний клієнтоорієнтований друковий ЗМІ про туристичний потенціал міста (+ багатомовна PDF-версія для скачування із сайту чи розсилання через RSS-стрічку);
9. налагодити регулярний випуск телепередачі туристичного спрямування про можливості Золочева і Золочівської ОТГ на одному із місцевих каналів ТБ; просувати ці медійні продукти на центральні канали телебачення;
10. запровадити QR коди на архітектурних об'єктах міста;
11. запровадити QR коди на екскурсійних маршрутах міста.

### III. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА. ДІАГНОЗ СИТУАЦІЇ

#### Аналіз оточення (PEST)

Для дослідження макросередовища туристичного стану міста Золочева було застосовано метод PEST-аналізу. Серед інструментів стратегічного менеджменту PEST-аналіз дає змогу проаналізувати зовнішнє середовище. Метою аналізу є визначення чинників макросередовища, що загрожують розвитку туризму в місті, а також чинників, збільшення позитивного впливу яких сприятиме ефективнішому використанню наявних ресурсів.

Методика PEST-аналізу передбачає моніторинг змін макросередовища за чотирма вузловими напрямками та виявлення тенденцій, подій, непередбачуваних міст, але таких, які впливають на результати прийнятих стратегічних рішень.

PEST-аналіз полягає у виявленні і оцінці впливу чинників макросередовища на результати поточної і майбутньої розвитку туризму в місті. Виділено чотири групи чинників, найбільш значущих для туристичної стратегії Золочева:

- політико-правові (P – Political): урядова стабільність, зміна законодавства; державний вплив на галузі; державне регулювання; конкуренція в галузі; податкова політика;

- економічні (E – Economic): характеристика економічної ситуації (підйом, стабілізація, спад); курс національної валюти і ставка рефінансування; рівень інфляції; рівень безробіття; ціни на енергоресурси;

- соціокультурні (S – Sociocultural): демографічні зміни; зміна структури доходів; відношення до праці і відпочинку; соціальна мобільність населення; активність споживачів;

- технологічні (T – Technological): державна технічна політика; нові тенденції в галузі технологій; нові продукти (швидкість оновлення і освоєння нових технологій); нові патенти.

В результаті проведеного нами дослідження за кожною групою факторів (P, E, S, T) зовнішнього середовища виявлено негативні та позитивні чинники задля оцінювання їх впливу на розвиток міста (табл. 1).

**PEST- аналіз туристичного макросередовища міста Золочева**

<b>Політико-правові</b>	<b>Економічні</b>
<b>негативні</b>	<b>негативні</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- військові дії на сході України;</li> <li>- високий рівень корупції в Україні;</li> <li>- місцеві вибори 2020 року;</li> <li>- відсутність спеціальних нормативно-правових актів у сфері підтримки суб'єктів туристичного ринку в умовах пандемії;</li> <li>- закриття кордонів для туристів та обмеження руху населення в умовах пандемії;</li> <li>- зміни законодавства;</li> <li>- відсутність злагоджених дій між учасниками туристичного ринку;</li> <li>- відсутня ефективна системна державна політика популяризації внутрішнього туризму;</li> <li>- недостатня державна підтримка розвитку туристичного бізнесу на рівні ОТГ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- МВФ прогнозує, що глобальна економіка (яка минулого року показала зростання на рівні 2,9%) на кінець 2020-го впаде до мінус 3% – такими будуть економічні наслідки стримувальних заходів, пов'язаних з пандемією COVID-19;</li> <li>- МВФ прогнозує, що економіка України через коронавірус зазнає серйозного падіння – до мінус 7,7% за підсумками 2020 року;</li> <li>- ВВП України за II квартал 2020 року зменшився на 11,4% порівняно з II кварталом 2019 року.</li> <li>- за оцінкою Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, дефіцит бюджету наступного 2021 року має скласти приблизно 6% від ВВП України;</li> <li>- Уряд України в макроекономічному прогнозі підвищив прогноз інфляції у 2020 році із затверджених раніше 5,5% до 11,6%;</li> <li>- курси валют продовжують зростати – від 27 грн./дол. до прогнозованих 30 і більше грн. /дол. у 2021 – 2022 рр.;</li> <li>- зберігаються великі ставки за кредитами до 50%;</li> <li>- високий рівень безробіття працездатного населення матиме тенденцію до подальшого зростання через падіння глобальної економіки;</li> <li>- завищені ціни на туристичний продукт.</li> </ul>
<b>позитивні</b>	<b>позитивні</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- прийняття нових державної та обласної стратегій розвитку туризму;</li> <li>- реалізація макропроектів із вдосконалення транспортного сполучення;</li> <li>- реалізація державної політики з виведення бізнесу із тіні.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наявність природних й історико-культурних ресурсів для подальшої інтеграції міста в мережу регіональних туристичних маршрутів;</li> <li>- порозуміння з партнерами щодо провадження проектів міжнародної співпраці у сфері туризму шляхом залучення іноземних інвестицій;</li> <li>- розуміння туроператорами України доцільності розвитку асортименту екскурсійних і відпочинкових турів всередині України.</li> </ul>

<b>Соціокультурні</b>	<b>Технологічні</b>
<b><i>негативні</i></b>	<b><i>негативні</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- вузький ринок праці;</li> <li>- відсутність кваліфікованих фахівців зі знанням однієї-двох іноземних мов;</li> <li>- зменшення доходів населення;</li> <li>- низька соціальна підтримка населення;</li> <li>- недостатня підтримка з боку державної та регіональної влади розвитку культурної і музейної сфер міста;</li> <li>- відсутність у місті Золочів філії профільного ліцензованого закладу з підготовки кваліфікованих фахівців у сферах: 1. обслуговування туристів-рестораторів і готельєрів;</li> <li>2. маркетингологів;</li> <li>3. підготовки екскурсоводів і гідів-перекладачів;</li> <li>4. експертів з фандрейзінгу/написання/та втілення проектів з міжнародної технічної допомоги.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- занепад матеріально-технічної бази закладів туристичного господарства міста;</li> <li>- технологічна й інформаційна відсталість об'єктів гостинності міста від сучасних стандартів;</li> <li>- довгострокові терміни окупності у готельно-ресторанному бізнесі в умовах Covid – 19 та пов'язаного з пандемією нестабільного притоку туристів.</li> </ul>
<b><i>позитивні</i></b>	<b><i>позитивні</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- переорієнтація дозвіллевих цінностей населення, і передусім молоді, на подорожі і відпочинок теренами рідної країни;</li> <li>- орієнтація українців – жителів великих міст – на активних відпочинок з усіма членами родини в містечках, цікавих з історичного чи природного кутів зору;</li> <li>- наявність у місті Золочів достатньо великої кількості об'єктів туристичного зацікавлення;</li> <li>- проведення культурних заходів обласного та національного значення.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вдала реалізація міської політики з благоустрою й техніко-технологічного осучаснення міста Золочева і покращення його сервісної інфраструктури;</li> <li>- розробка громадськими активістами туристичних інформаційних сайтів із промоцією Золочівської ОТГ та висвітленням подій її культурного життя;</li> <li>- зростання поінформованості та зацікавленості серед громадян Польщі, США й Ізраїлю збереженою в місті історичною спадщиною польського та єврейського народів;</li> <li>- активний ремонт доріг державним коштом та за гроші ОТГ;</li> <li>- розвиток у місті мережі інформаційних туристичних знаків.</li> </ul>

*\*Джерела: власні дослідження експертів.*

Фактори зовнішнього середовища суттєво впливають на розвиток туристичного ринку країни, регіону та міста. Проведений PEST-аналіз міста Золочева виявив, що здебільшого вплив факторів зовнішнього середовища у найближчі роки буде негативним для розвитку міста як туристичного центру. Особливо це стосується політико-правових та економічних факторів, та непередбачувані наслідки впливу пандемії Covid-19 на розвиток туризму в глобальному масштабі. Зрозуміло, що зменшити такий негативний вплив складно.

*Тому експерти радять міській владі, бізнесу і громадським організаціям міста активніше ініціювати комунікацію з органами державної влади у Львові та Києві, відповідальними за сферу туристичного й культурного поступу. Пріоритетним завданням для міста до 2030 р. має стати активна робота ініціативної групи з розробки локальних міні-проектів, їх просування і включення у регіональну та державну стратегії розвитку туризму (а відповідно – отримання співфінансування цих міні-проектів із обласного й державного бюджетів).*

**Висновок:** Ключовими з позитивної точки зору для реалізації Стратегії є технічні фактори, які в усіх варіантах є найбільш стабільними. Суспільні та економічні фактори підлягають відносно великим коливанням в обидві сторони, отже їх слід брати до уваги та відстежувати під час реалізації Стратегії. Негативний вплив на реалізацію Стратегії можуть мати політичні фактори і карантинні обмеження пов'язані із Covid-19. Треба їх брати до уваги як основний бар'єр при реалізації Стратегії.

### **Інституційний аналіз**

Основний суб'єкт, який буде реалізувати Стратегію (Золочівська міська рада) має багато сильних сторін.

До сильних сторін аналізованої інституції варто віднести: внутрішню систему обігу інформації; наявності структурної одиниці, відповідальної за розвиток туризму; в організаційній культурі, а також якісному плануванні та орієнтації на результати (ініціатором розробки Стратегії є Міський Голова, колектив Міської Ради декларує, що його цікавлять конкретні результати власної діяльності). До сильних сторін можна також віднести існуючу, стабільну внутрішню структуру. Технічні можливості (інфраструктурне забезпечення інституції) також знаходяться на високому рівні, проте ще не досконалі.

До сильних сторін суб'єкту, який реалізуватиме Стратегію, можна віднести підхід до оточення. Виконавчий комітет збудував достатньо конструктивний діалог з потенційними партнерами, які можуть допомогти в реалізації Стратегії. В міській інфраструктурі Золочева здійснюються цілеспрямовані і очевидні кроки назустріч туристам та мешканцям міста (прямим та опосередкованим споживачам туристичного продукту Золочева).

Великим успіхом і помічною для міста може стати діяльність в залученні міжнародної технічної допомоги та реалізації грантових проектів.

### **Аналіз партнерів**

Результати аналізу партнерів є корисними для Міської Ради Золочева, як основного суб'єкта, що реалізує Стратегію. Ключовими партнерами для реалізації цілей даного документу є суспільні партнери: перш за все заклади культури, музей Золочівський Замок, навчальні заклади, громадські організації, а також галузеві комерційні суб'єкти (туристичні фірми, готелі, ресторани, спортивні товариства, видавництва тощо). Це означає те, що в місті можна знайти багато партнерів, крім того, в його межах практично немає потенційних супротивників чи скептиків Стратегії. Це дозволяє збудувати навколо Стратегії групи життєвих інтересів (громадсько-державне партнерство) під координацією Міської Ради та додаткове приєднання до неї комерційних суб'єктів (кооптація), а також залучення до її реалізації (новостворених у близькій перспективі) суб'єктів з громадського сектора (неприбуткову громадську туристичну організацію або агенцію регіонального розвитку).



## **SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз Золочева як туристичного центру)**

SWOT-аналіз сильних (Strengths) і слабких (Weaknesses) сторін об'єкту дослідження, його можливостей (Opportunities) і загроз (Threats) є невід'ємною складовою експертної аналітики для побудови ефективної стратегії управління розвитком територіальної одиниці (міста, ОТГ). Методологія SWOT-аналізу передбачає виявлення і конкретизацію сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, які мають бути враховані при формулюванні цілей і завдань стратегії розвитку туризму у м. Золочеві.

При опрацюванні SWOT-аналізу були враховані отримані відповіді, проведеного (у вересні 2020 р.) он-лайн опитування акредитованих фахівців туристичного супроводу і туроператорів м. Львова та області стосовно існуючих проблем та першочергових кроків до їх вирішення, що перешкоджають розвитку в'їзного/внутрішнього туризму міста Золочева. З поставленими запитаннями та результатами анкетування можна ознайомитися (див. додаток 1).

### **СИЛЬНІ СТОРОНИ**

- Розуміння міськими органами влади і громадою міста важливості, пріоритетності та соціально-економічного потенціалу розбудови туристичного господарства та позиціонування Золочева як туристичного центру;
- Розуміння на рівні Львівської ОДА інвестиційної й інфраструктурної доцільності розбудови туристичного господарства Золочева та його позиціонування як туристичного центру;
  - Статус Золочева - як малого історичного міста України;
  - Значна зацікавленість з боку Львівської Асоціації Розвитку Туризму і ряду туроператорів Львова у благоустрої Золочева як туристичного центру, здатного запропонувати конкурентоздатний різноплановий туристичний продукт для різних сегментів потенційних споживачів ( мешканців великих міст, іноземців, курортників, груп школярів і т.і.);
  - Збереженість архітектурного ансамблю історичної забудови центральної частини міста, де компактно (у межах екскурсійно-прогулянкової доступності) знаходяться цікаві пам'ятки архітектури і меморіальної спадщини національного та місцевого значення;
  - Первинний (проте ще вкрай недостатній) благоустрій центру міста, що посилює його позитивне і європейське сприйняття туристами, наявність пішохідного променаду, паркових зон, озерно-рекреаційної зони, алеї малих

скульптурних форм на валах та інших цікавинок для гостей міста;

- Близькість до основних центрів генерування масових турпотоків (як організованих, так і самодіяльних) – обласних міст Львова й Тернополя (час у дорозі до Золочева для гостей зі Львова чи Тернополя комфортабельним потягом не перевищує 1,5-2,0 год.);

- Місцезнаходження на залізничній магістралі (станція Золочів Львівської залізниці) із найвищими показниками пасажиропотоку, що веде із Одеси, Дніпра, Харкова й Києва до пунктів перетину державного кордону України з ЄС;

- Місцезнаходження на автомобільній магістралі міжнародного значення М09 «Тернопіль–Рава-Руська» (трансєвропейського автомобільного маршруту Е372 «Варшава – Львів»);

- Золочівський замок (філія Львівської Національної Галереї Мистецтв ім. Бориса Возницького) входить у топ-популярний український туристичний маршрут «Золота Підкова Львівщини»;

- Місто має багату історію, багату подіями і відомими особистостями, що пробуджує неабияке зацікавлення серед потенційних туристів (і українських, і іноземних);

- Довкола Золочева є достатня кількість та концентрація пам'яток (історичних, культурних, архітектурних, археологічних тощо), які мають лягти в основу знакування мережі радіальних маршрутів із міста Золочева;

- Різноманітність епох, архітектурних стилів, релігій та культур – це унікальний ресурс для туристичної розкрутки міста як унікального в Центрально-Східній Європі центру української, єврейської, польської національно-культурної спадщини;

- Наявність в місті рекреаційно-відпочинкових зон на базі водних об'єктів;

- Наявність міст-побратимів: м. Шьонінґен (Німеччина), м. Олава (Польща) і м. Скадовськ (Україна) – ресурсу для інтенсивної промоції туристичних принад Золочева, а також реалізації спільних програм у сфері культурно-туристичного обміну;

- Давні стосунки із українською діаспорою у Канаді, США, Бразилії, Австралії та Європі (Італія, Словаччина, ФРН, Польща);

- Розвиток інформаційної присутності міста (і його окремих туристичних принад) у глобальному інтернет-просторі;

- Наявність туристичних друкованих матеріалів (але в дуже незначній кількості), візуальної реклами, веб-сайтів туристично-культурологічного тематичного спрямування;

- Розвиток у місті осередків вільного доступу містян і туристів до Wi-Fi;

- Започаткування співпраці окремих готелів і ресторанів міста із глобальними та національними системами інформування та бронювання послуг (Booking.com, Airbnb, tickets.ua тощо);

- Помірна цінова політика закладів розміщення та харчування туристів;

- Високий професійний рівень золочівських гідів-екскурсоводів, які організують і проводять екскурсії містом;
- Розвиток громадою міста національних культурних і релігійних традицій та обрядів, популяризація загальноміських свят;
- Започаткування у місті фестивалів, цікавих як для широких верств самодіяльних туристів, так і для провідних львівських туроператорів з подієвого туризму;
- Гостинність та доброзичливість мешканців міста;
- Позитивний імідж м. Золочева в Україні та поміж туристів, які відвідали місто;
- Незначна залежність від сезону: м. Золочів приваблює туристів практично впродовж цілого року;
- Розвиток у місті модної молодіжної радіостанції «Золочів ФМ» (zareєстрована за адресою: вул. Марії Феньвеші, 1, тел. для розміщення туристичної реклами +38 (067) 108 9900, веб-сайт: <https://zolochiv.fm>) – потужного медійного ресурсу для формування туристичної моди та розкрутки нових туристичних продуктів міста.

## **СЛАБКІ СТОРОНИ**

- Недостатньо чітка (не узгоджена та не синхронізована поміж учасниками ринку) політика стосовно розвитку туризму в місті;
- Нечітка та недосконала система фінансування туристичного сектору;
- Недостатній рівень співпраці між державним та приватним секторами;
- Слабка консолідація та координація діяльності у приватному туристичному секторі (недостатнє лобювання інтересів туристичної галузі);
- Відсутня місцева асоціація (кластер), котра би об'єднувала представників: транспортних компаній, готелів і інших підприємств сфери обслуговування туристів;
- Відсутня комплексна маркетингова стратегія просування туристичних продуктів міста та представлення їх на туристичному ринку (відсутність стенду Золочева на міжнародних туристичних виставках і ярмарках як в Україні, так і за кордоном);
- Відсутня рекламна туристична кампанія міста Золочева у Львові, Києві, Одесі, Дніпрі, Харкові, Золочеві Харківської області, а також у великих містах Польщі;
- На в'їздах в місто відсутні автодорожні знаки, де вказано, що Золочів туристично привабливе місто;

- Відсутність громадської чи комунальної структури, яка би займалася розвитком туризму і централізованою промоцією міста;
- Відсутність Туристично–Інформаційного Центру (ТІЦ) та одного-двох туристично-інформаційних пунктів (зокрема, на залізничній станції і Золочівському Замку);
- Брак професійних маркетингових навиків, щодо якісного презентування привабливих закладів туристичної інфраструктури представниками керівного складу приватних підприємств;
- Немає чіткого плану та координації рекламної діяльності (туристичного бренду й брендбуку міста, туристично-промоційних гасел, постійних елементів реклами, передподієвих рекламно–промоційних заходів тощо);
- Відсутність туристичного знакування в місті як от: інформаційних стендів, картосхем, недостатньо двомовних (укр. + англ.) туристичних вказівників на вулицях, туристичних біг-бордів тощо;
- Відсутність акредитованих кваліфікованих фахівців туристичного супроводу з числа місцевих мешканців;
- Туристичні фірми м. Золочева серед пропонованих послуг не пропагують подорожі містом, і лише ТзОВ «Насоріг» анонсує організацію екскурсій суто у Золочівський замок;
- Майже не зростає кількість закладів сфери обслуговування, що орієнтовані на туристів (заклади розміщення, харчування, розважальні тощо);
- Незагосподарьованість окремих туристичних об'єктів;
- Зanedбаність історико-архітектурних пам'яток;
- Обмежений доступ до пам'яток сакральної архітектури;
- Відсутність централізованої інформації про можливість скористатись готовими туристичними продуктами в самому місті та на його околицях (велосипедні маршрути, тематичні екскурсії, сакральна архітектура тощо);
- Недостатньо друкованих рекламних матеріалів (у т.ч. офіційних путівників) – як в кількісному, так і в якісному плані, неефективною є їх дистрибуція;
- Стереотипна діяльність та інертність у просуванні традиційних туристичних продуктів м. Золочева на ринку (відпочинкового, культурологічного та міжнародного в'їзного туризму);
- Недостатній розвиток, а почасти повна відсутність реклами нових туристичних продуктів, наприклад, про можливості зеленого чи гастрономічного туризму на Золочівщині;
- Відсутність чіткої програми перебування туристів у місті (програми затримання гостей на понад одну ніч);
- Відсутність використання сучасних гнучких маркетингових цінових

- механізмів у пропозиції відвідати Золочів (знижки на окремі послуги та пакети послуг, акційні тарифи тощо);
- Відсутність спільного порозуміння і добродійної політики суб'єктів гостювального сервісу Золочева щодо пільгового прийому й обслуговування закладами міста ветеранів російсько-української війни, а також дітей-сиріт і напівсиріт, батьки яких загинули у боротьбі за територіальну цілісність Української держави;
  - Відсутність туристичної інформації про цікавинки Золочева в готелях, ресторанах і кафе міста;
  - Відсутність декількох готелів туристичного класу на 50 і більше ліжок місць, що унеможлиблює прибуття у Золочів із ночівлею тургруп зі Львова, Трускавця, Києва та інших міст України і Польщі. (Попри те, що Золочів має унікально-вигідне місцерозташування для ночівель транзитних туристичних груп з точки зору транспортно-цінової логістики (дешеві номери в туристичному центрі на під'їзді(чи поверненні) учасників 3-7-денного туру до Львова);
  - Недостатньо популяризується на рівні області і столиці план щорічних масових заходів у Золочеві (фестивалів, особливих свят);
  - Нерозвиненість індустрії відпочинку та розваг;
  - Брак самобутньої, місцевої сувенірної продукції, орієнтованої для туристів;
  - Забрудненість берегів р. Золочівки та її приток;
  - Недостатня кількість облаштованих зон відпочинку в міському парку, скверах, на пішохідних алеях;
  - Замала кількість якісних як концепційних, так і модерних закладів харчування (фаст-фудів/кав'ярень/піцерій) туристичного класу в центральній частині міста; відсутність з боку їх власників зусиль, спрямованих на зростання рейтингу цих закладів у глобальних довідково-туристичних порталах (як от TripAdvisor), якими при плануванні власних подорожей і дозвілля нині звикла користуватися сучасна генерація туристів;
  - Майже цілком відсутні (крім галереї дерев'яних скульптур) атракційні для туристів міські арт-пам'ятники на кшталт «Золочівської копальні золота», «Бочки з золотими дукатами короля Яна Собеського», написів "I LOVE ZOLOCHIV" чи "The best people in the town Zolochiv" і т. і.;
  - Незадовільний стан загальної технічної інфраструктури міста;
  - Незадовільний, здебільшого, стан доріг, вулиць та тротуарів (особливо довкола пам'ятника М. Шашкевичу);
  - Незадовільний стан мережі освітлення в місті;
  - Відсутність громадських туалетів (та туристичних вказівників до місць їх розташування);

- Відсутність зручних та безпечних місць для паркування туристичного транспорту (а саме – у центрі міста), а також вело- та автосервісу, оперативно приязного до вело- чи мото- і автотуристів;
- Невідповідність санітарно-технічних умов поблизу місць, які часто відвідують туристи;
- Погані (місцями аварійно небезпечні) ділянки доріг на виїздах із Золочева до суміжних туристичних дестинацій;
- Практично цілковита недоступність туристичних об'єктів Золочева (інфраструктурних, історико-культурних, соціальних) для потреб людей з інвалідністю;
- Замала кількість банкоматів та забезпечення відповідними вказівниками до пунктів знаття готівки та обміну валюти;
- Пересічно відносно низька якість сервісу туристичного обслуговування, а головне – часто-густо наявний мовний бар'єр у спілкуванні із прибулими туристами англійською мовою на залізничному вокзалі, автостанції, у готелях, ресторанах, барах, кафе, магазинах, таксі, громадському транспорті тощо;
- Наявні Інтернет-сторінки, де є згадки про місто, не мають англійських версій (не кажучи вже про дублювання їх змісту іншими головними офіційними мовами Європейського Союзу, а також китайською);
- Відсутність ефективної і надійної системи збору та аналізу туристичної інформації;
- Замала кількість оригінальних масових туристичних заходів, що яскраво позиціонуватимуть Золочів на карті головних подій соціально-культурного життя громад України.

## МОЖЛИВОСТІ

- Сталий розвиток державної політики щодо безвізового відвідування України для більшості держав і територій світу;
- Прогнозування урядом стабілізації та поступового зростання української економіки, відтак, підвищення рівня доходів населення у 2021–2025 рр.;
- Успішна зміна філософії суспільного життя та побудова нових взаємовідносин культури і туризму в умовах COVID 19;
- Привабливі (відносно низькі) ціни та висока якість сервісу;
- Успішне втілення національної та обласної програм розвитку туризму;
- Зростаючий інтерес іноземних туристів до відвідин України;
- Удосконалення (завдяки розвитку нових інтернет-ресурсів і сервісів) інформації про принади та збережену полікультурну спадщину Золочева для мільйонів потенційних туристів із усіх куточків світу;
- Сталий розвиток на українському ринку світових лоукост-авіакомпаній – основних перевізників туристів у XXI столітті – та відкриття нових недорогих авіарейсів у Львів для іноземців із більшості держав ЄС, Туреччини та Близького Сходу;
- Принципова сприятлива політика органів міської влади міста щодо підтримки розвитку в'їзного туризму;
- Запровадження дискусії між владою, бізнесом і громадянськістю міста щодо цілей, пріоритетів і конкретних кроків розбудови туристичної інфраструктури та формування атмосфери гостинності (регулярне винесення ключових питань стратегічного туристичного розвитку міста Золочева на обговорення з громадянами через проведення громадських слухань);
- Розробка, затвердження та реалізація програми розвитку в'їзного туризму у м. Золочеві на 2021 – 2031 рр.;
- Розробка комплексного маркетингового плану створення і просування туристичних продуктів міста Золочева;
- Об'єднати зусилля з туристично привабливими поселеннями Золочівщини в спільній координації і промоції в'їзного туризму;
- Кооперація з містами-побратимами по розробці й написанню спільних проектів до програм міжнародної ґрантової допомоги;
- Розробка бізнес-ідей та залучення інвесторів:

- для будівництва модерного трьохзіркового готелю туристичного класу з можливістю одночасного поселення 50 осіб;
  - для будівництва сучасного спортивного комплексу (із зонами, облаштованими для фізичного дозвілля ветеранів-інвалідів);
  - для будівництва сучасного виставкового комплексу, де творча молодь міста презентуватиме креативні арт-проекти, цікаві для туристів;
  - для відкриття концепційно-тематичних кав'ярень (в автентичних стилях староавстрійської та старопольської кнайп із відповідними картами фірмових страв, анімаційної корчми зі старосєврейським колоритом і т. і.), цукерень і дегустаційних пабів з реалізації золочівських смаколиків і крафтових напоїв;
  - для відкриття фаст-фуду і, на противагу, закладу “домашньої кухні”;
  - для створення турбюро-туроператора з профілюючою орієнтацією на в'їзний туризм до м. Золочева та маршрутами Золочівщини.
- Щорічне залучення провідних іноземних туроператорів, засобів масової інформації та мандрівних журналістів (з видань типу: Lonely Planet, Let's go to eastern Europe) і туристичних блогерів на інфо-тури до міста (тут можлива кооперація з іншими малими туристичними поселеннями Золочівщини);
  - Щорічне залучення практикуючих екскурсоводів Львова/Тернополя/Івано Франківська/Києва/Одеси... на інфо-тури до міста Золочева (тут обов'язкова кооперація з іншими малими туристичними поселеннями Золочівщини);
  - Організація та щорічне проведення сертифікованого експрес-курсу з підготовки і перепідготовки екскурсоводів та гідів перекладачів по м.Золочеві й Золочівщині;
  - Організація та щорічне проведення під патронатом міськради семінару з підвищення кваліфікації фахівців туристичного/екскурсійного супроводу;
  - Підготовка та працевлаштування-залучення фахівців з нових інформаційних технологій для розвитку сервісів послуг в готелях, закладах харчування, у туристичних локаціях;
  - Створення громадської організації, котра би займалася розвитком туризму у місті (на зразок ЛАРТ або Львівського Туристичного Альянсу);
  - Розробка креативного пакету гостьових туристичних продуктів із



- якомога повнішим залученням наявних ресурсів (із етно-, еко-, сільського-, агрофермерського, релігійного, археологічного, історико-культурного, фестивального, активного вело- і пішохідного, меморіально-військового та замкового туризму);
- Розробка нових тематичних радіальних туристичних маршрутів по місту та околицях;
  - Включення м. Золочева у Міжнародний туристичний шлях «Via Regia»;
  - Включення м. Золочева у трансєвропейську мережу «Шлях Святого Якова»;
  - Включення зелених зон Золочева у Панєвропейську екологічну мережу (PEEN);
  - Включення м. Золочева у Міжнародну й Національну мережі велосипедних туристичних шляхів;
  - Використання еколого-туристичних принад природи Золочівщини в популяризації м. Золочева;
  - Впорядкування приозерно-паркових зон для зацікавлення львів'ян і мешканців інших великих міст принадами уїк-ендового відпочинку у Золочеві;
  - Організація, фінансова підтримка і щорічне проведення культурно–розважальних заходів;
  - Встановлення рекламно–туристичних біг-бордів про місто Золочів у містах: Львів, Дрогобич, Трускавець, Тернопіль, Рівне, Житомир, Київ, Золочів Харківської області, а також у містах-побратимах;
  - Пошук фінансових (у т. ч. ґрантових і доброчинних) ресурсів та здійснення реставрації історичних та культурних пам'яток (у т. ч. шляхом налагодження співпраці із відповідними єврейськими й польськими організаціями-донорами, що фінансують проекти відродження їхньої спадщини);
  - Написання (самостійно, або в партнерстві з експертами ЛАРТ) проектів у сфері розвитку туризму і відродження спадщини та подання їх в ґрантові програми;
  - Організація креативних туристичних заходів, наприклад, щорічно проводити мистецькі пленери (гончарів, художників, різьбярів тощо);
  - Розвиток туристичної інфраструктури:
    - Створити комунальний Туристично-Інформаційний Центр;
    - Встановити електронний туристично-інформаційний пункт;
    - Завершити благоустрій площі Ринок;

- Завершити благоустрій площі Вічевої та особливо оточення пам'ятника Маркіяну Шашкевичу з функціональним перепрофілюванням цієї території у простір культурного дозвілля мешканців і гостей Золочева (доцільно встановити сухий фонтан/еколавки/велопарковку);
- Провести ремонт доріг і тротуарів в центральній частині міста;
- Встановити громадські вбиральні;
- Встановити достатню кількість художньо оформлених міні-смітників на вулицях міста;
- На усіх під'їздах до міста встановити туристичні авто-вказівники з інформацією про м. Золочів;
- Покращити автодорогу Ясенів-Золочів (встановлення достатньої кількості паркомісць і громадських туалетів).
- Встановити додаткові знаки/вказівники до туристичних об'єктів у м. Золочеві (автомобільні та пішохідні);
- Встановити таблички з назвами вулиць (кирилицею і латинкою);
- Встановити на історичних кам'яницях Золочева інфо-таблички з QR-кодами і текстовою інформацією англійською, німецькою, польською та єврейською мовами;
- Встановити низку туристичних щитів (із картосхемою і фотоврізками топових атракцій і гостьових об'єктів міста);
- Організувати щорічний випуск туристично-промоційних матеріалів (укр., пол. та англ. мовами) за кошти авторів рекламних сторінок міських готелів, кав'ярень, піцерій, приватного екскурсійного супроводу тощо;
- Розробити берндбук м. Золочева.
- Продовжувати активно пропагувати діючий туристичний маршрут "Золота підкова Львівщини";
- Створити можливості для любителів кемпінг-туризму та караванінгу;
- Відновити в одному-двох приватних кімнатах-музеях неповторний образ м.Золочева епохи XIX – початку XX ст. як міста митців, естетів та емеритів;
- Пропагування через ЗМІ серед місцевого населення краєзнавчих мандрівок Золочівщиною та принад активного відпочинку вихідного дня у Золочеві;
- Активно пропагувати через ЗМІ, що таке туризм, що приносять туристи місту і як потрібно ставитися до гостей міста;
- Запровадити в школах міста факультативних уроків та квестів з

- вивчення історії та культурної спадщини м. Золочева;
- Популяризувати можливості проведення у місті зйомок фільмів українських та закордонних кінематографів, а також документалістики та тревел-шоу;
  - Максимально продовжити години роботи Золочівського Замку; крім того – запровадити практику нічних візитів-екскурсій у складі організованих груп територією замку, а також організацію тут на вихідні вечірніх костюмовано-театральних шоу для масового глядача, що знайомитимуть із легендарними сторінками історії замку та міста;
  - В роботі замку працівниками строго дотримуватися встановлених годин роботи експозицій;
  - Персоналу Золочівського замку пройти навчання-перекваліфікацію щодо культури взаємин із відвідувачами;
  - У замку запровадити систему оплати відсотків працівнику музею за проведені екскурсії;
  - Розробити, зареєструвати й систематично оновлювати (укр. + англ. + пол.) інтернет-сторінку Золочівського замку, на якій у т. ч. завчасно анонсувати-пропагувати усі заходи, новини та події туристичного життя міста Золочева та Золочівщини.

### ***Доповнення до можливостей:***

Витяг з проведеного опитування екскурсиводів Львова і мешканців Золочева: визначні туристичні місця м. Золочева, які потребують негайного втручання влади/громадськості задля їх збереження (порятунку):

- Історична забудова (кам'яниці XIX – першої половини XX ст.) центру міста;
- Реставрація архітектурних візиток історичного центру Золочева;
- міській раді Золочева опрацювати програму співфінансування реставрації історичних дверей і брам у центральній частині міста.
- Старий міський цвинтар (некрополь) Золочева;
- Історичний королівський парк поблизу замку;
- Паркові “спацери” по вул. Валовій.
- Включити до маршруту “Золота підкова Львівщини” Поморянський замок.

## **ЗАГРОЗИ**

- Нестабільна політична та економічна ситуація в Україні;
- Неможливість пристосування туристичної і культурної галузей діяти в умовах постійної пандемії.
- Значні черги при перетині українсько-польського кордону;
- Зростання податкового навантаження на малий приватний бізнес;
- Спад ділової активності та скорочення кількості приватних малих та середніх підприємств у місті;
- Недофінансування національної і обласної програм розвитку туризму;
- Слабка популярність внутрішнього туризму в Україні;
- Спад зацікавлення у туристів відвідин центрів замкового туризму;
- Внутрішньорегіональна конкуренція на туристичному ринку з іншими туристично-розпіареними історичними містечками заходу України (Кременець, Галич, Збараж та ін.);
- Падіння добробуту населення та платоспроможності вітчизняних туристів;
- Неусвідомлення з боку окремих керівників і працівників вигод, які може принести розвиток туризму й гостинності;
- Стереотипна думка у частини суб'єктів приватного сектору про відсутність розуміння та підтримки на національному та муніципальному рівнях, а також той факт, що більшість представників приватного сектору недостатньо володіють інформацією про чинні стратегії, програми та політику стосовно розвитку туристичної індустрії на рівні держави, області, ОТГ та міста.

### ***Узагальнюючі висновки на основі проведеного SWOT аналізу***

В результаті проведеного SWOT–аналізу визначено, що суб'єкт, який реалізовуватиме Стратегію, повинен вибрати **оборонну стратегію** з елементами конкурентної. Тому у виборі плану діяльності треба в першу чергу:

- боротися зі слабкими сторонами туризму в місті;
- нівелювати загрози;
- використати шанси, які дає нам існуюче оточення туристичної

галузі.

### ***Першочергові дії***

Діяльність, яка передбачена у Стратегії, повинна стосуватися наступних питань:

1. Фінансове зміцнення та посилення матеріальних можливостей партнерів, перш за все громадських, переважно із зовнішніх ресурсів (у тому числі ЄС), що дозволить знівелювати проблему відсутності стабільного фінансування туристичного сектору.

2. Покращення якості послуг, які пропонують партнери через запровадження навчань та іншої діяльності, яка покращує організаційну культуру, способи управління в установах, що в свою чергу покращить якість людських ресурсів у галузі.

4. Організація маркетингової та інформаційної діяльності щодо туристичних продуктів міста.

5. Запровадження координації діяльності в туристичному секторі та формування пакетів (маркетингових наборів) туристичних послуг, що надаються різними інституціями (зв'язана система послуг, знижок, білетів, абонементів тощо).

6. Формування системи туристичної інформації, візуальної комунікації навколо туристичного продукту міста Золочева.

7. Покращення рівня безпеки в місті та відчуття безпеки за допомогою програм, що запроваджуються поліцією, покращення освітлення вулиць та публічних місць, моніторинг злочинності.

8. Формування туристичної інфраструктури, а саме: велосипедних доріжок, пішохідних доріжок, місць відпочинку, безбар'єрного міського простору і універсального дизайну, ігрових майданчиків для дітей та системи ознакування.

9. Запровадження програм щодо збереження культурно-історичних пам'яток.

10. Будівництво та реконструкція місць для організації культурно-масових та мистецьких заходів тощо.

11. Використання великого міського парку та зелених зон вздовж річки Золочівка та озера «Молодіжне» для розширення можливостей туристичного потенціалу міста, в тому числі використання їх як сполучної ланки між віддаленими секторами міста.

12. Підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів у м.Золочеві через їх інформатизацію (інтернет-сторінки, електронні резервації, електронні форми безготівкових розрахунків тощо), а також запровадження необхідних для туристів послуг (прокат автомобілів,

велосипедів, самокатів, туристичного обладнання тощо).

13. Приготування спеціальних зимових туристичних пакетів (зимові заходи в Золочівському замку).

14. Якісне втілення державної програми «Велике будівництво» з ремонту доріг у Золочеві та Золочівській ОТГ.

Під час підготовки до виконання вказаних дій варто врахувати наявність значної кількості потенційних партнерів, які працюють в туристичному чи дотичних секторах, сформований цікавий та привабливий календар культурно-мистецьких заходів, велику кількість історичних, культурних традицій, етнічні зв'язки та наявність символу міста – Золочівського Замку. Позитивним фактором для успішної реалізації Стратегії стане потенціал Золочівської Міської Ради, що проявляється у незалежності колективу чиновників та експертів/партнерів, які впроваджуватимуть Стратегію і здійснюватимуть її моніторинг.

## IV. КРЕАТИВНА ЧАСТИНА. МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЗОЛОЧЕВІ

### Бачення розвитку туризму міста Золочева до 2025 року

**1. Місто Золочів** – культурно-історичне місто з належною йому сторінкою в історії України та Європи. Місто, насичене визначними подіями, відомими людьми, загадковими легендами, вражаючими історіями, унікальними місцями.

**Місто Золочів** – історичний та культурний центр Галичини, унікальність якого змушує дивуватись неповторністю та історичною значимістю.

**Місто Золочів** – незабутнє поєднання стародавнього і сучасного, розміреного, спокійного міського життя з притаманною динамікою та рухом розвиненого міста.

**2. Золочів – місто** здорового дозвілля, активного відпочинку та спортивних розваг, завдяки поєднанню чудової природи та спокою.

**Золочів – місто** серед лісів, пагорбів, між озерами, річками, з чистим повітрям. Екологічно комфортний відпочинок, зелений туризм, чудова природа починаються із Золочева.

**3. Місто Золочів** – середовище, багате на національні цінності і культурні надбання – ремесла, кулінарні традиції, вокальне та музичне мистецтво, традиційні святкування.

**Місто Золочів** – маленький світ, в якому постійно щось відбувається, щось рухається, грає, живе, співає, росте. Фестивалі, концерти, виступи, презентації, виставки – все це місто може подарувати кожному гостю.

**4. Золочів – місто**, зручне для життя та відвідування, місто, в якому хочеться залишитись, місто, в яке хочеться повертатися.

**Золочів – місто** з добрими умовами для розвитку бізнесу, творчого вираження, соціальним захистом, безпечно, зручне та вільне місто.

**Золочів – місто**, перебування в якому – це подарунок для Вас!

### Місія туристичного продукту міста Золочева до 2025 року

#### Перспективні туристичні продукти:

1. Система історико-пізнавальних маршрутів місцевого та регіонального масштабів з необхідною інфраструктурою та змістовим наповненням.

2. Сукупність унікальних, цікавих та зручних для відвідування об'єктів, які вирізняються своєю історичною цінністю, архітектурними пам'ятками, особливою атмосферою, пов'язані з іменами відомих людей, або просто місця, в яких хочеться бути і які хочеться бачити.

3. Комплекс умов та послуг для занять в місті та околицях екологічним туризмом, «зеленим» відпочинком, активними видами дозвілля та спортом – велосипедний спорт, туризм (водний, пішохідний), спортивна риболовля, катання на ковзанах, пейнтбол, спортивні ігри, різні види стрільби, прогулянки лісами, відпочинок на озерах.

4. Середовище великої кількості подій та заходів, які цікаво відвідувати туристам; події, насичені історичними, традиційними, сучасними елементами розваг, фестивалями, ярмарками, концертами, виставками, конференціями тощо.

### **Характеристика споживачів туристичного продукту**

#### **Цільова група №1**

**Мандрівники «великої родини».**

**Географія цільової групи:** мешканці країн: Польща, Литва, Латвія, Білорусь, Німеччина, Словаччина, Чехія, Іспанія, Португалія, Італія, Аргентина, Канада, США, Ізраїль.

**Потенційні туристи:** мешканці країн та регіонів, історія яких пов'язана з історією міста Золочева та Галичини. Стосується переважно людей, які мають етнічний та історичний зв'язок з західною Україною (Галичина). Серед них може бути діаспора, емігранти, учасники бойових дій тощо.

**Мотивація для приїзду:** ностальгія, родинні зв'язки, відвідини родинних місць, поховань.

**Види туризму:** сімейний, для осіб похилого віку, культурно-пізнавальний.

#### **Цільова група №2**

**Мандрівники «класичні».**

**Географія цільової групи:** кількість та географія таких туристів необмежена. Для Золочева вона визначатиметься транспортною доступністю. Найбільш численними туристичні потоки можуть бути з міст: Львів, Київ, Харків, Дніпро, Вінниця, Рівне, Житомир, Хмельницький, Тернопіль, Івано-Франківськ в Україні; Люблін, Перемишль, Варшава в Польщі; Вільнюс, Каунас в Литві; Рига в Латвії; Брест в Білорусі.

**Потенційні туристи:** люди, які цікавляться історією, культурою, люблять подорожувати унікальними місцями, відвідувати історичні об'єкти, мешканці східних територій, які цікавляться західним (європейським) колоритом.

**Мотивація для приїзду:** відвідати якомога більше місць, які можуть здивувати і про які хочеться дізнатись більше.

**Види туризму:** дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, культурно-пізнавальний, замковий, релігійний, автомобільний, самодіяльний.



### **Цільова група №3**

#### **Мандрівники «любителі природи».**

**Географія цільової групи:** переважно мешканці великих урбанізованих територій, які знаходяться в межах транспортної доступності: Львів, Київ, Харків, Дніпро; Люблін, Варшава в Польщі; Вільнюс, Каунас в Литві; Рига в Латвії; Брест в Білорусі.

**Потенційні туристи:** люди, які з задоволенням відпочивають на природі, люблять рухливий відпочинок, екологічно чистий транспорт, спортсмени, любителі природної екзотики.

**Мотивація для приїзду:** побачити, відчути, пережити те, чого їм найбільше не вистачає в побуті і повсякденному житті, натомість організм відчуває в цьому потребу.

**Види туризму:** дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, спортивний, екологічний, сільський (зелений), пригодницький.

### **Цільова група №4**

#### **Мандрівники «на вихідні».**

**Географія цільової групи:** Обмеження лише у транспортній доступності. Час, за який турист може дістатися від місця проживання до міста Золочева, не має перевищувати 1 день (або одну ніч). В полі доступності – Львів, Броди, Рівне, Тернопіль, Київ, Житомир, Вінниця, Хмельницький, Івано-Франківськ, Чернівці, Черкаси, Харків, Дніпро. Також: Люблін, Хелм, Замость, Жешув, Варшава, Бялосток, Брест.

**Потенційні туристи:** категорія людей, не обмежена за віком чи соціальним статусом, які мають бажання змістовно, цікаво, незвично та динамічно провести вихідні. Переважно мешканці великих міст, обласних центрів, які цінують розмаїття та асортимент розваг, мають ширший спектр зацікавлень.

**Мотивація для приїзду:** відволіктися від роботи, навчання, побуту. Розважитися компанією. Відсвяткувати подію чи визначну дату. Побачити щось нове, незвичне, цікаве.

**Види туризму:** дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, культурно-пізнавальний, релігійний, самодіяльний.

### **Цільова група №5**

#### **Мандрівники «транзитом».**

**Географія цільової групи:** транзитний шлях «Схід – Захід»: туристи центральної та східної України, які прямують в Центральну та Північну Європу (Польщу, країни Балтії, Німеччину); Транзитний шлях «Захід – Схід»: туристи півночі Європи (Польща, Прибалтика, Німеччина), які їдуть відпочивати в Україну (Київ, Львів). Транзитний шлях «Північ – Південь»: туристи північних країн (Білорусь, держави Прибалтики), які рухаються в

напрямку півдня та південного заходу країни (зокрема до Львова, Карпат, Поділля).

**Потенційні туристи:** необмежена категорія туристів, які з певних причин зупиняються в Золочеві під час своєї подорожі. Кількість таких туристів збільшуватиметься разом з розвитком транспортного сполучення міста Золочева із іншими регіонами, особливо за умови роботи Львівського аеропорту.

**Мотивація для приїзду:** по дорозі, необхідність організувати нічліг, є зайвий день у маршруті, щоб щось побачити додатково.

**Види туризму:** молодіжний, сімейний, культурно-пізнавальний, релігійний, автомобільний.

#### **Цільова група №6**

**«Ділові» мандрівники.**

**Географія цільової групи:** міста-партнери Золочева, регіони з існуючими чи перспективними інвестиціями в місті Золочів, регіони співпраці, споживачі чи надавачі певних послуг в місті Золочів, громадські організації з налагодженою співпрацею.

**Потенційні туристи:** працівники, керівники фірм, компаній, інвестиційних груп, які тісно співпрацюють з Золочівськими підприємствами, студенти, практиканти, волонтери, колеги по роботі.

**Мотивація для приїзду:** бізнес, ділові зустрічі, проведення професійних заходів (конференцій, семінарів), навчання чи обмін досвідом.

**Види туризму:** молодіжний, діловий.

#### **Цільова група №7**

**«Релігійні» мандрівники.**

**Географія цільової групи:** Християни з України, Білорусії, Польщі.

**Потенційні туристи:** представники православної і католицької віри, паломники святими місцями регіону, зокрема, до Святоуспенської Унівської Лаври.

**Мотивація для приїзду:** поклоніння святим місцям, зцілення, знайомство з видатними пам'ятниками християнської релігії.

**Види туризму:** релігійний.

### **Перспективні туристичні напрямки**

**Місто Золочів є перспективним з точки зору формування і розвитку спеціалізованого центру туризму, котрий базується на:**

**1-ШЕ МІСЦЕ: ЗАМКОВОМУ ТУРИЗМІ;**

**2-ГЕ МІСЦЕ: ЦЕНТРИ ТУРИЗМУ ІСТОРИЧНОЇ СПАДЩИНИ;**

**3-ТЄ МІСЦЕ: ПІЗНАВАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМУ ТУРИЗМІ.**

Замковий та пізнавально-культурний туризм повинні бути в центрі

постійної уваги міста Золочів. Замок-музей, достатня кількість історичних, архітектурних, культурних пам'яток, організація низки культурно-мистецьких заходів – ось стратегічний ресурс, завдяки якому м. Золочів має можливість зацікавити і надовго затримати туристів.

### **Банк ідей для міста Золочева**

Туризм в Золочеві – галузь із достатньо високим потенціалом, реалізація якого стане можливим за умови, якщо включити численні культурно-історичні об'єкти, які існують в місті, в туристичні маршрути та потім вдало їх продавати.

На сьогодні для нас **важливо перетворити центральну частину міста в успішну туристичну дестинацію**, для цього має бути створена відповідна інфраструктура та забезпечений сервіс, а саме:

- достатня кількість місць для паркування (також для туристичних автобусів) із вільним доступом;
- туалети;
- кваліфікований персонал (від садівників до менеджерів);
- встановлення (двомовних укр.-англ.) табличок з назвами об'єктів;
- встановлення (двомовних укр.-англ.) туристичних вказівників;
- години роботи туристично привабливих закладів мають враховувати потреби відвідувачів (у літній період найкраще з 9.00 до 22.00 год.);

• загальноміські рекламні туристичні проспекти та інтернет сторінка (повинні бути на укр.-пол.-англ. мовах і спрямовані на потреби клієнтів; чітко структуровані);

• місто повинне усіяко показувати свою готовність до співпраці із іншими туристичними центрами Львівщини/України/Європи та представниками туристичного бізнесу (представники мереж харчування, готелів, розважального бізнесу, спортивних подій).

Україні необхідно враховувати останні тенденції у сфері розвитку замкових музеїв та культурного менеджменту, котрі свідчать про відродження цього сегменту туризму серед молоді країн ЄС та гостей із інших континентів.

Формулювання туристичних продуктів музею поширюється на створення постійних та тимчасових виставок за найбільш актуальними темами (чітка спрямованість, специфічні епохи, відповідні заходи). У Золочівському замку тематичні виставки проходять поки досить рідко.

*Потрібно пам'ятати, що Золочівський замок є магнітом у м. Золочеві. Дирекція Золочівського замку не може стояти осторонь стратегічних процесів, що відбуваються у місті Золочеві, а тим більше свідомо перешкоджати чи нівелювати зусилля Золочівської громади. Вкрай*

*потрібна тісна співпраця всіх інституцій міста і постійна взаємодопомога, а не конкуренція.*

*Основна пропозиція Золочівського замку повинна пріоритетно бути націлена на дві наймасовіші групи відвідувачів: (а) людей, які цікавляться мистецтвом/архітектурою та (б) учнівські групи із вчителями.*

Замок також повинен створити креативні та інноваційні продукти, найповніше використовуючи власні можливості та дотримуючись наступних принципів:

- використовувати свої приміщення для проведення заходів для бізнес-компаній, проведення презентації продуктів, вечірніх заходів, семінарів, культурних програм (музика, театр);
- робота з групами має включати екскурсії, в тому числі в костюмах, що буде сприяти якіснішому емоційному залученню групи;
- співпраця із готелями для поширення інформації про нову виставку за 1-2 дні до її початку;
- співпраця із перевізниками (навіть, за необхідності, на регіональних маршрутах), знижки для груп;
- активно пропагувати можливість харчування у ресторані “Равелін”;
- організувати спеціальні виставки на важливі теми (краще проводити меншу кількість виставок, але з актуальної проблематики);
- розробити креативні пропозиції: нічна екскурсія, лекції відомих дослідників/істориків, спілкування з експертами;
- встановити знижки на відвідування в міжсезоння (будні та неактивні пори року);
- спеціальні квитки та пропозиції для основних цільових груп: квитки для груп, сімейні квитки.

Для того, щоб утвердити свої позиції на ринку туристичних послуг, Золочівський замок спільно з краєзнавцями, істориками міста Золочів (із обов’язковим врахуванням думок і побажань екскурсоводів м. Львова) повинен підготувати:

- цікаві виставки;
- зручні години роботи;
- спеціальні пропозиції для групових відвідувань;
- презентаційний інформаційний туристичний матеріал;
- інформативну Інтернет-сторінку замку з можливістю онлайн-бронювання головної (екскурсія) та супутніх (весільна чи художньо-костюмована фотосесія тощо) послуг.

Із використанням маркетингових технологій розробники Стратегії рекомендують дирекції Золочівському замку акцентувати діяльність на:

- спільній розробці цікавих програм для тих, хто цікавиться культурною та історичною спадщиною;
- спільній роботі із регіональними та національними українськими ЗМІ для поширення актуальної інформації;
- виготовленні картки музею, яка дозволяє відвідувати музей за зниженою ціною;
- усім працівникам музею необхідно пройти навчання з основ розвитку замкового туризму та покращення надання послуг;
- розмістити в готелях м. Золочева інформацію про музей;
- налагодити продаж ексклюзивної сувенірної продукції з використанням музейної символіки.

## **V. КОНЦЕПТУАЛЬНА ЧАСТИНА. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

Розвиток туризму на будь-якій території залежить від кількох головних елементів: наявних туристичних ресурсів, доступності до них, інфраструктури, людського фактору та організації управління туристичним потенціалом.

Виявлені під час аналізу стану туристичної галузі міста Золочева проблеми показують не до кінця ідентифіковані туристичні продукти як самого міста, так і Золочівської ОТГ, та слабку їх промоцію, прикладом якої є відсутність м. Золочева на визнаних виставках в Україні та за кордоном, а також відсутність Туристично-Інформаційного Центру.

На даний час туристичний потік у місті є значною мірою згенерованим завдяки «Золочівському замку».

Попри те, що туристичний рух до м. Львова має найвищі показники і є одним з найвищих в Україні, комунікації по маршруту «Золота Підкова» мають певні труднощі в логістиці та якості автомобільних шляхів.

Наявна як туристична, так і загалом комунальна інфраструктура є застарілою. Особливо це стосується міських мереж водопостачання і водовідведення, електричних мереж, системи поводження з твердими побутовими відходами.

Донедавна (до пандемії Covid 19) зростаючий потік і поява нових закладів з обслуговування туристів вимагав і постійного підвищення якості надання послуг.

**Для успішного розвитку туризму у місті Золочеві, експерти рекомендують розподілити основні стратегічні напрями розвитку за п'ятьма видами:**

- 1. Розвиток сприятливої та ефективної системи управління туристичною індустрією м. Золочів.**
- 2. Підвищення професійного рівня людей, які працюють у туристичній галузі.**
- 3. Сформування іміджу міста Золочева як туристичного центру.**
- 4. Створення інфраструктури для сприяння притоку туристів та розвитку туристичної галузі.**
- 5. Виховання серед мешканців Золочева почуття того, що це є рідне місто кожного із них, і тому кожен із них повинен належним чином ставитись до туристів.**

## I. Стратегічний напрямок.

### РОЗВИНУТИ СПРИЯТЛИВУ ТА ЕФЕКТИВНУ СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ІНДУСТРІЄЮ У М. ЗОЛОЧІВ

#### Контекст

1.1. У м. Золочів існує справжній потенціал для забезпечення економічного і соціально зростання через розвиток туристичної індустрії. Завдяки наявності Золочівського замку місто на протязі багатьох років приймає щороку тисячі туристів з різних куточків України, Європи і світу. Для нас є очевидним, що існує потреба в організаційному вдосконаленні існуючого стану розвитку туризму для того, щоб мати в майбутньому структуру, яка би насправді управляла туристичною індустрією, здійснювала інформаційно-рекламне забезпечення та просувала туристичний продукт Золочева на внутрішньому і світовому ринках.

1.2. У місті немає єдиного інформаційно-консалтингового-тренінгового центру з широким профілем діяльності, який би лобював інтереси громади, координував розвиток туризму між державним і приватним секторами, проводив навчання кадрів.

1.3. У місті вкрай необхідно створити Туристично-Інформаційний Центр, який би надавав туристам інформацію про усі можливі екскурсії, туристичні атракції міста тощо. У Золочеві на сьогодні ані платні, ані тим більше безкоштовні туристичні інформаційні послуги не надаються окремими підприємствами: турфірмами, готелями, закладами харчування.

1.4. У Золочівській міській раді на рівні місцевого самоврядування необхідно створити новий відділ промоції та туризму (з достатнім штатом креативних працівників), основним завдання якого буде – реалізація політики розвитку туризму на рівні міста.

1.5. Переважна більшість туристичних фірм і екскурсководів м. Львова вважають, що галузь туризму у м. Золочеві у поганому стані. Практично усі екскурсководи, прибуваючи до міста, стикаються з рядом серйозних бар'єрів.

1.6. Як не парадоксально буде звучати, місту Золочів необхідно розробити та впровадити «Правила організації та проведення екскурсій на території міста». Оскільки приїжджі екскурсководи через наявні стереотипи, незнання та брак самобутньої інформації про Золочів свідомо оминають і не пропонують туристам відвідати місто (а лише ведуть у Золочівський замок). А нестача досвідчених екскурсководів з числа місцевих мешканців-патріотів міста Золочева спричиняє відповідно низькому рівню обслуговування туристів приїжджими екскурсводами і не мотивує їх до самовдосконалення. Немає

ефективної системи збору реалістичної інформації, зокрема, по кількості проведених екскурсій, так як не ліцензовані екскурсоводи (в тому числі з Польщі) не звітують про свою роботу.

1.7. Місту не вистачає місцевих професійних, висококваліфікованих кадрів, зокрема екскурсовдів та гідів-перекладачів. У Золочівському замку немає інформаційного пункту (оскільки відсутній міський постійно діючий Туристично-Інформаційний Центр), який міг би надавати туристам інформацію про усі можливі екскурсії, місця туристичних атракцій у місті, немає також і діючої електронно-інформаційної бази даних.

### **Стратегічні цілі та завдання**

- Створення громадської туристично маркетингової структури (напр., створення Золочівської Асоціації Розвитку Туризму).
- Створення Туристично-Інформаційного Центру (ТІЦ) м. Золочів.
- Створення/організаційне вдосконалення, визначення ролі та відповідальності відділу туризму Золочівської Міської Ради.
- Координувати діяльність міської ради з центральними органами районного і обласного рівня щодо роботи з реалізації державної політики в туристичній і культурній галузях.
- Надавати інформаційну допомогу туристичним фірмам, які займаються дитячим та навчальним туризмом Україною та за кордон.
- Розробити та ввести в дію “Правила проведення екскурсій на території міста Золочів”.
- Розробити комп’ютерну базу даних фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів та гідів-перекладачів).



## План робіт

Дії	Часові рамки	Вимірюваний результат	Відповідальні	Можливе джерело фінансування
1. Створити Золочівську Асоціацію Розвитку Туризму при Золочівській міській раді.	6 місяців	Туристичну Асоціацію створено, приміщення для роботи забезпечене, повністю обладнане, персонал набрано, офіс працюючий	Золочівська Міська Рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.1. Консультація юриста, підготовка статуту.	постійно	Статут підготовлено	Золочівська Міська Рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.2. Складення плану реорганізаційних заходів.	1 місяць	План складено	Золочівська Міська Рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.3. Виконання плану, юридичне затвердження організації, проведення зборів із залученням туристичних організацій та підприємств інфраструктури обслуговування (тобто потенційних членів).	постійно	План виконано	Міська рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.4. Забезпечення приміщення для роботи Асоціації, яке буде надане Золочівською міською радою в центрі м. Золочева (можливо у приміщенні Міської Ради).	1 місяць	Повністю обладнаний офіс Асоціації	Міська рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.5. Набір та навчання робочого персоналу новоствореної Асоціації.	3 місяці	Персонал набрано, офіс Асоціації працює	Міська рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

2. Створити туристичний інформаційний центр (ТІЦ) Золочева та Золочівської ОТГ.	9 місяців	Активно працюючий, повністю обладнаний, відкритий для відвідувачів туристичний інформаційний центр, персонал набрано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.1. Розробити установчі документи та статут ТІЦ.	1 місяць	Положення та статут розроблено та затверджено, зареєстровано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.2. Приміщення ТІЦ в центрі міста (доречно в приміщенні новоствореної Асоціації).	1 місяць	Приміщення отримано та обладнано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.3. Підбір та навчання персоналу роботи в ТІЦ, виїзне стажування працівників у ТІЦ Львова або Жовкви.	3 місяці	Діючий ТІЦ, персонал набрано та проведено його навчання	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3. Остаточо сформувавши та ввести в дію "Правила ведення екскурсійної діяльності на території Золочева".	3 місяці	Сформовані, затверджені, доведені (опубліковані та розміщені на інтернет сайті) до відома туристичних організацій України та прикордонних країн Правила ведення екскурсій на території Золочева	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4. Розробити комп'ютерний банк даних екскурсоводів та гідів-перекладачів.	3 місяці	Створений і працюючий комп'ютерний банк даних екскурсоводів та гідів-перекладачів; максимальна кількість зареєстрованих осіб	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

4.1. Подати оголошення в газети.	1 тиждень	Об'яву опубліковано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.2. Провести реєстрацію всіх екскурсіводів.	1 місяць	Всіх гідів, що працюють на території міста, зареєстровано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.3. Видача посвідчень та офіційних 'беджів' (значків) екскурсводам.	3 місяці	Посвідчення екскурсводів видано	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5. Забезпечити організаційне вдосконалення, визначення ролі та відповідальностей відділу промоції та туризму Золочівської Міської Ради.	3 місяці	Роль та обов'язки відділу визначено	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6. Висвітлювати питання державної політики та законодавства в галузі туризму – доводячи все до відома туристичних (в т.ч. готелей, ресторанів, Золочівського Замку, ГО), організацій, що працюють у Золочеві.	Постійно	Ряд статей, громадських слухань, семінарів, розповсюдження інформації тощо	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

## **II. Стратегічний напрямок**

### **ПІДВИЩИТИ ПРОФЕСІЙНИЙ РІВЕНЬ ЛЮДЕЙ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ**

#### **Контекст**

2.1. м. Золочів страждає від якості обслуговування місцевими й іноземними непрофесійними екскурсоводами/гідами та іншими працівниками сфери туризму, яким необхідна сучасна навчальна підготовка. У Золочеві відсутні курси екскурсоводів і взагалі не діє система підвищення кваліфікації туристичних кадрів. Місту потрібно запозичити методологію та підходи, які успішно апробовані і діють у містах Львів і Жовква.

2.2. Так як місцеві освітні та навчальні установи не проводять навчання у галузі туризму і потребують сучасних методологій та викладачів із солідною базою досвіду у сфері туризму, існує необхідність в організації обмінів досвіду у сфері ведення туристичної діяльності, зокрема з питань проведення екскурсій, маркетингу в туризмі тощо. Це можна здійснювати шляхом залучення практиків-професіоналів з провідних туристичних компаній, котрі спеціалізуються на в'їзному туризмі у м. Львові.

2.3. Золочів має значні конкурентні переваги і може запозичити успішний досвід обласного центру, оскільки у м. Львові забезпечується підготовка кадрів з туризму середньої та вищої ланки, основою усіх програм є ліцензовані курси з організації туризму, менеджменту, туристичної географії. Золочеву необхідно також включити у програми середніх загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних училищ уроки-екскурсії по історико-архітектурних, сакральних та літературних пам'ятках міста.

#### **Стратегічні цілі та завдання**

- Створити муніципальну школу фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів і гідів-перекладачів).
- Методом проведення безкоштовних навчальних семінарів покращити професійний рівень працівників туристичної галузі.
- Створити систему та визначити базові організації стажування кадрів туристичної індустрії з Золочева у м. Львові.
- Організувати обмін досвідом у галузі туристично-екскурсійної діяльності з такими містами як: Тернопіль, Івано-Франківськ, Кременець, Галич, Луцьк, Збараж, Перемишль/Красічин/Ланьцут.

- Розробити галузеву довгострокову програму міжнародного співробітництва у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації службовців та керівників підприємств туристичної галузі.
- Включити до навчальних програм загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних училищ факультативні уроки та екскурсії з Золочівознавства із вивченням історико-архітектурних та інших пам'яток м. Золочева та Золочівської ОТГ.
- Визначити базові/пілотні туристичні організації різного профілю (готелі, ресторани, туристичні фірми, що займаються в'їзним туризмом), які би могли приймати студентів ВУЗів Львова на практику/стажування до м. Золочева.
- Щорічно проводити конференцію з питань розвитку туризму у м. Золочеві. У 2021 р. – закласти основу/базу для щорічного проведення такої конференції.
- Переорієнтація працівників музею Золочівський замок на креативні підходи в експонуванні; нетрадиційні екскурсії (театралізовані, із використанням різноманітних сучасних засобів – мультимедія, звукові, світлові та інші ефекти).

### План робіт

Дії	Часові рамки	Вимірюваний результат	Відповідальні	Можливе джерело фінансування
1. Організувати муніципальну школу екскурсіводів (МШЕ) у співпраці з ЛАРТ та іншими партнерами.	6 місяців	Активно працююча МШЕ.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.1. Оренда приміщення школи в одному з вузів міста.	1 місяць	Приміщення для 20 учасників.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.2. Розробка статуту та організаційної структури муніципальної школи екскурсіводів	1 місяць	Статут і свідоцтво муніципальної школи.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.3. Забезпечення методичною та навчальною літературою.	1 місяць	Бібліотека муніципальної школи - 1000 екземплярів навчальних матеріалів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

1.4. Провести конкурс для формування бази потенційних штатних та позаштатних екскурсоводів за різними туристичними напрямками з числа зацікавленої молоді для підвищення престижу професії екскурсовода у м. Золочів.	1 місяць	Конкурс проведено і створено базу даних зацікавлених слухачів курсу екскурсоводів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2. Покращення підготовки кадрів для туристичної сфери у вищих учбових закладах у співпраці з ЛАРТ, ЛНУ та ін.	постійно	Підготовка щорічно 10-20 менеджерів туризму (спеціалістів) в рік, 5-10 бакалаврів туризму в рік для туристичної галузі, 10-15 офіціантів, барменів та покоївок.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.1. Обладнання спеціалізованого класу з менеджменту туризму - у співпраці з ЛНУ.	6 місяців	Модельний клас для студентів, викладачів, тур фірм.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.2. Обладнання спеціалізованого класу з готельного господарства – у співпраці з ЛНУ.	6 місяців	Модельний клас для студентів та готельних працівників.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.3. Оновлення технологічного обладнання навчального ресторану і бару – у співпраці з Вищим ПТУ готельного та ресторанного сервісу м. Львів.	6 місяців	Навчальна база практики для студентів і працівників ресторанного комплексу Золочева.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3. Створення переліку та системи базових організацій Золочева, які би проводили навчання кадрів туристичної галузі - у співпраці з вузами Львова та навчальними центрами.	1 місяць	Забезпечення перепідготовки кадрів з організації туристичного комплексу.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

3.1. Проведення професійних курсів, тренінгів, конкурсів для персоналу закладів харчування та готелів.	постійно	Підвищення кваліфікації 50-60 чоловік персоналу готелів, мотелів, ресторанів, барів на короткотермінових курсах.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.2. Тренінгові програми для менеджерів середнього рівня та керівників турфірм - у співпраці з ЛНУ.	постійно	Підвищення кваліфікації 5-10 менеджерів тур фірм.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.3. Організація курсів для офіціантів і готельних працівників середньої ланки за участю іноземних експертів – у співпраці з Вищим ПТУ готельного та ресторанного сервісу м. Львів.	що року	Підвищення кваліфікації 10-20 офіціантів і готельних працівників середньої ланки.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4. Забезпечення обміном досвіду у галузі туристично-екскурсійної діяльності.	постійно	Покращення співпраці та обмін досвідом між учбовими закладами і турфірмами різного профілю.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.1. Створення Золочівського відділення Асоціації викладачів туризму та проведення щопіврічних робочих нарад – у співпраці ЛНУ та іншими ВУЗами.	що пів-року	Об'єднання 10-20 викладачів туризму, готельної справи з вузів, коледжів, відповідних профтехучилищ міста Львова.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.2. Проведення щорічних регіональних наукових семінарів з практики туризму та підготовки кадрів.	що року	Обмін досвідом для 10-20 чоловік в галузі туризму та підготовки туристичних кадрів.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.3. Проведення робочих нарад-зустрічей працівників освітніх/навчальних закладів і турфірм – у співпраці з	що пів-року	Організація практик і стажування студентів м. Львова в туристичних фірмах Золочева.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

Золочівською Миською Радою.				
4.4. Проведення на базі муніципальної школи екскурсоводів семінарів з перепідготовки гідів-екскурсоводів.	що року	Підвищення кваліфікації 10-20 гідів-екскурсоводів.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5. Програма міжнародної співпраці.	1 місяць	Збільшення кількості професіоналів, які би могли працювати на сучасному міжнародному туристичному ринку.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1. Розробити довготермінову програму міжнародної співпраці у сфері навчання, перепідготовки та підвищення професійного рівня працівників та керівників, котрі працюють у галузі туризму – у співпраці з вузами та турфірмами.	3 місяці	Підвищення кваліфікації студентів, викладачів і працівників тур фірм.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.2. Запрошення викладачів та експертів з Польщі для ведення занять і методичної допомоги – у співпраці з Золочівською Асоціацією Розвитку Туризму.	постійно	Передача досвіду і впровадження відповідних стандартів освіти.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.3. Стажування та навчання керівників турфірм та працівників інформаційно-туристичного центру за кордоном.	що року	Підготовка менеджерів туризму у турфірмах і навчальних закладах Центральної і Західної Європи.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.4. Організація інфотурів до Золочева (туроператори та масмедіа Цт. та Зх. Європи).	що року	Передача зарубіжного досвіду та ознайомлення з туристичним продуктом міста	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти



6. Підтримка курсу “Золочівознавства” у школах, середніх спеціальних навчальних закладах Золочева.	постійно	Уроки Золочівознавства введено в навчальні програми відповідних закладів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6.1. Підтримка у виданні мінімально 2 книг з “ Золочівознавства ” для 8-9 класів, для прикладу таких як: “Історичне та культурне середовище Золочева” (книга 1) та “Популярні історичні нариси міста Золочева та околиць” (книга 2) – у співпраці з місцевими істориками, дослідниками та вчителями.	6 місяців	Забезпечення підручниками Золочева, принаймні 1000 екземплярів кожного виду підручників.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6.2. Створення навчального атласу міста Золочева.	1 місяць	Забезпечення шкіл міста, 1000 екземплярів	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

### III. Стратегічний напрямок

#### **СФОРМУВАТИ ІМІДЖ МІСТА ЗОЛОЧЕВА ЯК ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ**

##### **Контекст**

Потрібно визначити «родзинку» (пропозицію унікальної цінності) міста Золочева, яку би можна було пропагувати на міжнародному туристичному ринку.

Туроператори у різних країнах світу мають широкий вибір місць (який в свою чергу постійно розширюється), куди відправити своїх туристів. Таким чином, для того, щоб успішно просувати на ринку туристичний продукт Золочева, необхідно визначити спочатку, чим саме місто є унікальним, чим відрізняється від інших, що в ньому є особливого або такого, що особливо припало би до душі клієнту будь-якого потенційного ринкового сегменту.

3.1. Львівська Облдержадміністрація, ЛАРТ і окремі львівські туристичні фірми, що самостійно просувають свої послуги на ринку, так чи інакше рекламують можливості Золочева як туристичного місця прибуття. Вони самостійно розробляють туристичні маршрути Львівщиною, наймають екскурсоводів та перекладачів, видають туристичні путівники та брошури, а також в цілому промоціюють саме Львів чи Львівщину як туристичний центр в Україні та за кордоном. Однак, різні інтереси туристичних компаній, зокрема тих, що займаються виїзним туризмом, абсолютно не завжди враховують інтереси міста Золочева, і вони, як правило, пропонують у рамках маршруту “Золота Підкова” відвідати виключно Золочівський замок.

3.2. Створення туристичних продуктів та об’єднання їх у маршрут «Музейні скарби Золочівщини». Фактично мова йде про створення нового бренду, що покликаний пропагувати однойменний туристичний маршрут, що об’єднає локації: а) *“Шпацери старою частиною Золочева”*; б) *Музею-заповідника «Золочівський замок»*; в) *«Музею історії та культурної спадщини Золочева»*, г) *Музею-арт-галереї Гаварецької кераміки*; д) *Музею-садиби Маркіяна Шашкевича*.

Відповідне просування нового маршруту посприяло б збільшенню тривалості перебування туристів в місті до 2-х днів, що вплинуло б на кількість фінансових потоків від в’їзного туризму безпосередньо в приватний сектор міста і через податки в формування його бюджету.

3.3. Створення на першому етапі “позитивної енергетики” містам Золочів.

3.4. На сучасному інформаційно-рекламному туристичному ринку України про місто Золочів ми не маємо жодного путівника чи видання:

- Як виключення періодичне видання “Центру Європи” – “Галицька брама” (2007 р.)

3.5. У м. Золочів дуже не вистачає друкованих рекламних видань та картографічної туристичної продукції, які би рекламували і просували туристичний продукт міста. На ринку лишень присутні інформаційно-рекламні видання про туристичний продукт Золочівський замок, що пропагується ЛОДА, ЛАРТ, приватними туристичними фірмами.

3.6. На основі проведених досліджень експертами зроблено такі висновки стосовно промоції Золочева в Інтернеті (веб-сайти про Золочів та його атракції як інструмент промоції):

- Катастрофічно мала кількість сайтів.
- Недостатній рівень координації/контролю/догляду за станом інформації на веб сайтах.
- Інформація фрагментована (розміщена частинами на окремих веб сайтах).
- Не вистачає сталих промоційних елементів (напр., знаків, символів) та промоційної інформації.

- Мало практичної інформації для туристів.
- Немає лінків із сайтами приватних фірм (тобто, неможливо дізнатись, що вони пропонують).
- Більшість веб-сайтів є непрофесійними, непривабливими, низької якості.
- Відсутній переклад на англійську мову.
- Створюється поганий імідж (через невпорядкованість та через відсутність цілісної структури), враження, яке справляють діючі веб-сайти, впливають на імідж цілого міста!!!
- Односторонність (немає зворотнього зв'язку, який би дозволяв користуватись послугами через Інтернет).
- Необхідний „свіжий дух” (ребрединг), спланований дизайн, орієнтований на промоцію.
- В загальному: веб сайти про м.Золочів не дають відповіді на запитання: “Навіщо мені туди їхати та тратити там свої гроші?” Крім того, вони не промоціюють туризм у сучасному розмаїтті його форм.

3.3. м. Золочів практично не бере участь у міжнародному торгово-фінансовому, науковому, культурному та спортивному житті України. Така активність могла би позиціонувати і промоціювати Золочів як туристичний центр.

3.4. У Золочеві відбуваються культурно-мистецькі акції, серед яких: День міста, Заходи в Золочівському Замку.

3.5. 2019 року в м. Золочеві успішно проведено Всеукраїнський літературно-мистецький фестиваль «Шашкевич Fest». Фестиваль має стати візиткою культурно-мистецького життя Золочівського краю, потрібно щорічно нарощувати палітру видатних гостей і учасників та намагатися перебувати у топі наймасовіших культурно-туристичних подій у західному регіоні України.

### **Стратегічні цілі та завдання**

- Провести комплексне дослідження міського та краєзнавчого ресурсу м. Золочева крізь призму туристичної культурно-історичної самобутності.
- Створити інформаційну туристичну базу даних.
- Розробити ефективну маркетингову стратегію розвитку туризму, реалізацію якої здійснювала би громадська організація, включаючи наступне:
  - видання двомовної (укр.-англ.) рекламної брошури про Золочів – яка би включала ряд тематичних реклам, необхідні контактні дані організацій/установ, де можна дістати більше інформації, резервування готелів;

- рекламна продукція/презентаційні маркетингові матеріали про Золочів: друкована (поліграфічна реклама); – теле- і радіореклама; – реклама в пресі (газети і журнали); – зовнішня реклама (великогабаритний плакат, електрифіковані чи газоосвітлювальні світлові панно); – комп’ютерна реклама; – сувенірна реклама; – реклама на транспорті;
- адміністрування та постійне оновлення золочівської туристичної сторінки в міжнародній системі “Internet“;
- проводити масову пропаганду поїздок до Золочева під час проведення міжнародних туристичних ярмарків та виставок, у т.ч. у м. Львів;
- організація пропаганди туризму до Золочева у засобах масової інформації України;
- організувати рекламні тури до Золочева представників туристичних організацій, засобів масової інформації зарубіжних країн (і в першу чергу із Польщі);
- надавати практичну допомогу засобам масової інформації у підвищенні рівня інформаційно-рекламної роботи з питань туризму;
- Проводити масову пропаганду Золочева як центру для проведення туристичних заходів;
- Рекламна брошура з можливостями Золочева щодо проведення конгресу замково–палацового туризму.
- Підтримувати постійну співпрацю із управліннями розвитку туризму і курортів, культури ЛОДА по питанням планування мистецьких і промоційних заходів.
- Організація фольклорних фестивалів, спортивних заходів та релігійних молодіжних турів.
- Щорічно приймати участь у виставці “ТурЕКСПО” у Львові, Міжнародному туристичному салоні «Україна» - UITM у м. Київ, де просувати актуальну туристичну інформацію про Золочів широкому колу вітчизняних та іноземних туристичних компаній.
- Організувати презентації золочівських готелів, туристичних фірм та інших організацій на міжнародних туристичних ярмарках, у т.ч. у містах-побратимах.
- Просувати новий туристичний бренд **«Музейні скарби Золочівщини»** в комплексі з Золочівським замком через: мережу інтернет, львівські туристичні фірми, мережу туристично-інформаційних центрів, мережу візуальної реклами (біг борди) у Львові та на головних магістралях області в місцях скупчення великої кількості туристів (м. Жовква, м. Броди, м. Дрогобич, м. Трускавець, м.Моршин).
- Опрацювати ідеї 2-3 фестивалейних заходів в туристичний сезон тривалістю не менше 1-2 днів.

Для цього необхідно:

1. Провести опитування серед цільової групи про доцільність проведення даного заходу/фестивалю у відповідні терміни.

2. Провести (самим або звернутись до організацій, які мають досвід) підготовку заходу та інформування цільової групи про проведення даного заходу/фестивалю.
3. Проведення широкої рекламної кампанії про захід (на радіо та телебаченні, розмістити рекламні біг борди у м. Львові, Жовкві. Бродах, Дрогобичі, Трускавці та інших малих туристичних містах Львівщини і районних центрах сусідніх областей).

### План робіт

Дії	Часові рамки	Вимірюваний результат	Відповідальні	Можливе джерело фінансування
1. Заповнення інформацією та постійне оновлення туристичного WEB-сайту Золочева у мережі Інтернет із використанням професійних послуг дизайну та розкрутки сайту.	6 місяців	Завершений дизайн та схема функціонування туристичного веб-сайту Золочева	Золочівська міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.1. Професійний дизайн та формування структури туристичного WEB-сайту Золочева.	6 місяців	Представлення дизайну і структури сайту на ознайомлення громаді Золочева	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.2. Збір інформації для заповнення туристичного WEB-сайту. Кваліфікований переклад на англійську, французьку, німецьку, польську мови – у співпраці з турфірмами, із залученням професійних перекладацьких послуг.	6 місяців	Заповнена основними даними та промоційною інформацією про Золочів WEB-сторінка	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.3. Підключення до мережі INTERNET, збільшення пропускної здатності каналу зв'язку, реєстрація на основних пошукових серверах.	1 місяць	Підключена інтерактивна WEB-сторінка, яку легко знайти в INTERNETі в більшості країн	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2. Налагодження співпраці з метою розвитку туризму.	6 місяців	Співпрацю покращено та розвинуто	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.1. Підтримка співпраці з управліннями туризму і культури ЛЮДА у сфері планування мистецьких та	6 місяців	План проведення культурних, спортивних,	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація	Місцевий бюджет, кошти підприємців,

інших культурно-масових закладів та інформування про їхнє проведення у місті.		наукових та святкових заходів на 2021 р. складено	Розвитку Туризму	грантові кошти
2.2. Налагодити співпрацю з відділом культури Львівської ОДА з метою вдосконалення плану роботи установ культури, які підпорядковані облраді, для забезпечення культурної програми для вітчизняних та іноземних туристів в період піку туристичного сезону.	6 місяців	Офіційний лист-клопотання до Голови ЛОДА. Узгоджений план співпраці на 2021 р.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3. Різноманітна маркетингова продукція про Золочів.	6 місяців	детально нижче	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.1. Промоційні буклети про Золочів (формат А-4) українською, англійською, польською мовами (підготовка, редагування, макетування, оформлення, переклад та видання буклету для розповсюдження на ярмарках, виставках, прийомах делегацій та індивідуальних туристів, для розсилки у посольства та туристичні асоціації).	6 місяців	3000 буклетів (1000 на кожній із мов)	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.2. Щоквартальне видання повноколірного туристично-інформаційного довідника/брошури (типу "...у Вашій кишені") акомпонованого із тримовним веб-сайтом на англійській, українській та польській мовах.	3 місяці	1000 екземплярів при кожному тиражі та публікація всієї інформації на веб-сайті	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.3. Презентаційна папка для туристичних програм та документів.	1 місяць	1000 виготовлених папок	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.4. Розробка та видання туристичної карти міста.	3 місяці	3000 виготовлених карт міста з вулицями	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація	Місцевий бюджет, кошти підприємців,

			Розвитку Туризму	грантові кошти
3.5. Промоційні футболки.	1 місяць	1000 виготовлених футболок	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.6. Промоційна брошура про можливості Золочева як центру конгрес-туризму та міського екотуризму: підготовка макету, редагування, переклад, друк.	6 місяців	1000 брошур	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.7. Видання маленьких буклетів з планами експозицій Золочівських музеїв/ремесел/традиційних страв: (українською та англійською мовами) – розробка макетів та видрук.	6 місяців	6000 буклетів (2000 по кожному з даних музеїв)	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4. Організувати промоційні тури до Золочева із залученням туроператорів та ЗМІ зарубіжних країн, вкл. країни СНД.	1 місяць	Проведено 3 різних промоційних тури	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.1. Промоційний тур для Аташе по культурі/туризму Посольств Польщі, Австрії, Німеччини, Франції, Великобританії, США, Канади, Японії, Південної Кореї, Данії, Голландії, Ізраїлю (14 осіб).	1 місяць	14 учасників	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.2. Рекламний тур для акредитованих в Україні журналістів (10 осіб).	1 місяць	10 учасників	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.3. Рекламний тур для працівників освіти, журналістів, турагентів та представників міст-побратимів, одного з телевізійних каналів Польщі (10-15 осіб).	1 місяць	10 учасників	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.4. Рекламний тур для туроператорів Великобританії, Польщі, Німеччини, Ізраїлю до Золочівщини.	1 місяць	10-20 учасників	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

5. Використовувати всі можливості, щоби промоціювати тури до Золочева під час міжнародних туристичних ярмарків, конференцій, мистецьких фестивалів.	постійно	Проведено ефективну промоцію	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1. Розповсюдження рекламних та промоційних матеріалів про Золочів, робота на національних стендах, підписання конкретних угод із конкретними турагентами, зацікавленими у скеруванні туристів – у співпраці із Золочівською Міською Радою, ЛОДА, АТ “ГалЕКСПО”, тур. організаціями, організаторами акцій/заходів, ЗМІ.	постійно	Відвідано принаймні 2-3 виставки, укладено угоди із принаймні п’ятьма новими міжнародними туроператорами	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.2. Підготувати, розробити та виготовити мобільний варіант постійної експозиції/стенду туристичних пропозицій міста Золочева для представлення на туристичних форумах в Україні та за кордоном.	2 місяці	Підготовка тематико-експозиційного плану (ТЕП), відбір експонатів та експонатів, виготовлення мобільної експозиції в стандарті “pop-up”, придбання відеопроєкційної техніки та комп’ютера типу “ноутбук” для демонстрації оглядових та інформаційних матеріалів	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.3. Взяти участь у роботі значних туристичних форумів (Київ, Одеса, Прибалтика, Варшава, Берлін, Париж, Лондон...) – у співпраці з Львівськими туристичними асоціаціями та туроператорами.	6 місяців	Робота делегацій на виставках, проведення акцій по промоціонуванню туристичних можливостей Золочева	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.4. Здійснення широкомасштабної рекламної кампанії по заохоченню іноземних туроператорів та агентів до того, щоб вони привозили	2 місяців	Проведення реклами в зарубіжних ЗМІ, в каталогах зарубіжних виставок,	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти



туристів до Золочева; а також до проведення спеціалізованих акцій/заходів для іноземних учасників виставки “Тур-ЕКСПО” в рамках їхнього перебування у Львові/Львівщині – у співпраці із ЛОДА, ЛМР, АТ “ГалЕКСПО”.		шляхом розсилки промоційних та маркетингових матеріалів, проведення виставок		
6. Організувати систематичну пропаганду/промоцію туризму до Золочева та маршруту «Золота підкова» - в українських засобах масової інформації.	постійно	Здійснено ефективну промоцію	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6.1. Серія статей про Золочів, як культурно-туристичне місто (пам'ятки архітектури, історія, музеї, парки, околиці) в газетах та журналах України.	6 місяців	10 опублікованих статей протягом року у регіональних та національних виданнях	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6. 2. Організувати серію інтерв'ю, телепередач присвячених Золочеву. Направити промоційні фільми, які вже є в наявності, до місцевих телестудій для безкоштовної демонстрації – у співпраці із ЛОДА.	6 місяців	Кількість передач (в квартал): 5 – національного масштабу; 15 – на східні області; 5 – по Львівській області	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
6.3. Публікація про туристичні атракції Львова – у журналі “Welcome to Ukraine” (що розповсюджується міжнародними авіалініями та під час виставок/ярмарок).	1 місяць	Опубліковано статтю	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7. Організація фольклорних фестивалів.	12 місяців	Проведено фольклорні фестивалі із максимальною кількістю учасників	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7.1. «Великодень у Золочеві» – етнокультурний фестиваль (із виставкою просто неба «Відродися, писанко!») (в час Великодніх свят за участю усіх освітніх і	1 місяць	7-10 заходів; 10000-20000 учасників та гостей, максимальна ‘паблісіті‘	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

культурних закладів міста); (учасники- жителі Золочева, туристи з України та зарубіжних країн, художні колективи. На території міста та парку «Молодіжний» та Золочівського Замку: виставка-продаж творів Золочівських художників та народних майстрів України, виступи художніх фольклорних колективів естради, вечір авторської пісні в амфітеатрі – коло озера, катання на конях, народні ігри та конкурси, нічні забави біля вогню і води – у співпраці із художніми колективами, самодіяльними туристичними клубами, радіостанціями, телеканалами, транспортними організаціями, рестора- нами, готелями та ін.				
« <b>Золочівська гаївка</b> » – етнокультурний фестиваль із відкритим дитячим конкурсом просто неба «Ми кривого танцю йдемо...» (в час Великодніх свят).	1 місяць	3-5 заходів; 10000-20000 учасників та гостей, максимальна ‘паблісіті‘	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
Всеукраїнський літературно-мистецький фестиваль « <b>Шашкевич Fest</b> » 15 вересня. Необхідно щорічно збирати у Маркіяновому краї провідних українських літераторів, поетів і митців – усіх небайдужих, хто відроджує спадщину і творить етнокультуру сучасної Української держави.	1 місяць	5-10 заходів; 10000-20000 учасників та гостей, максимальна ‘паблісіті‘	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
Всеукраїнський фестиваль історії і культури народів Центральної Європи « <b>Королівські фестини у Золочівському замку</b> »;	1 місяць	3-5 заходів; 10000-20000 учасників та гостей, максимальна ‘паблісіті‘	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7.2. Зимовий фестиваль Різдвяне Дійство Віри « <b>Хода Трьох Царів</b> » за	1 місяць	Участь Золочів’ян та гостей з	Золочівська Міська рада, Золочівська	Місцевий бюджет, кошти

участю усіх церковних громад міста Золочева; (концерти різдвяної церковної та класичної музики, фольклорних колективів, конкурс вертепів, концерт зірок української естради, катання на санях, зимові забави в парку «Молодіжний», дитяче свято, конкурси, спеціалізовані вистави в театрах, виставки-продажі творів Золочівських художників та народних майстрів у Золочівському замку... Театралізовані дійства на центральних площах та вулицях Золочева, у співпраці із театрами, художніми колективами, самодіяльними туристичними клубами, радіостанціями, телеканалами, транспортними організаціями, ресторанами та готелями та ін.		України, СНД, сусідніх країн	Асоціація Розвитку Туризму	підприємців, грантові кошти
7.3. Пропаганда традиційних Золочівських мистецьких фестивалів та свят в Україні та за кордоном – у співпраці із аташе по культурі Посольств України за кордоном, ЗМІ, туристичними фірмами.	12 місяців	Приїзд гостей з України та з-за кордону, промоція у засобах масової інформації	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8. Розробка туристичного бренду, бренд буку.	2 місяці	Обрати бренд та написати брендбук	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8.1. Провести конкурс на найкращий логотип та гасло, яке б добре звучало всіма мовами – у співпраці із місцевими художниками та журналістами.	2 місяці	Готовий логотип та гасло	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
9. Професійне виготовлення промоційних репрезентаційних матеріалів (тобто відеороликів про Золочів).	6 місяців	Виготовлено презентаційний туристичний відео-фільм	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація	Місцевий бюджет, кошти підприємців,

		(тривалістю 1-3 хв.).	Розвитку Туризму	грантові кошти
--	--	-----------------------	------------------	----------------

#### **IV. Стратегічний напрямок**

### **СТВОРЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ СПРИЯННЯ ПРИТОКУ ТУРИСТІВ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

#### **Контекст**

4.1. Скільки туристів щороку відвідує м. Золочів встановити не вдалось із-за відсутності системи збору аналітичної інформації. Однак достеменно відомо, що переважна більшість туристів у м. Золочеві зупиняються на кілька годин і прямують далі. І це стало можливим завдяки тому, що екскурсоводи Львова, Дрогобича, Трускавця розробили власні екскурсії в залежності від запланованого часу перебування в місті. Інколи туристи залишаються у місті на 1 день (вкрай рідко – на 2 дні) та ночують у готелі. Така ситуація не приносить позитивних результатів для економічного розвитку міста, адже туристи користаються з усіх благ міста (доріг, історико-архітектурної та культурної спадщини, комунікацій тощо), не залишаючи в ньому суттєвих грошових коштів.

4.2. У місті Золочеві є готелі, якість послуг яких відповідає сучасним запитам. У місті знаходяться приватні ГПК «Золота підкова» і «У Шептицьких», готелі «WEST FORT», «Галичина» і «Гостинний дім», державний готель «Україна», хостел «Хостел» та мотелі «Золочів» і «Закуток».

#### **Стратегічні цілі та завдання**

- Розробити Стратегію залучення національного та зарубіжного капіталу в культурно-туристичний бізнес міста, сприяти створенню спільних підприємств.
- Сприяти оновленню та розвитку всіх об'єктів інфраструктури міжнародного рівня, включаючи виконання такої роботи:
  - обладнати двомовними вказівниками маршрутного орієнтування центральну частину міста, у т.ч. вокзал;
  - залучення інвестицій для реставрації об'єктів згідно з Генпланом міста;
  - створення належних санітарно-гігієнічних умов в місцях масового перебування туристів (тобто туалети, смітники);
  - створення в центральній частині міста обладнаних стоянок для паркування туристичних автобусів, авто (із блоками зарядки електроавтомобілів) та велостоянок;
  - забезпечення безпеки іноземних туристів, у т.ч. встановлення камер відео-спостереження;

- створити умови для торгівлі місцевою сувенірною продукцією;
- видавати повноколірне періодичне довідкове видання про туризм і відпочинок у Золочеві;
- покращити культуру та якість обслуговування туристів у всіх місцях туристичного перебування гостей міста;
- Розробити довгострокову комплексну маркетингову програму спільного розвитку туризму з містами-побратимами м. Золочева.
- Створити туристичну інфраструктуру по новоопрацьованому маршруту **«Музейні скарби Золочівщини»** (ремонт доріг, тротуарів, велосипедні доріжки, знакування, паркувальні майданчики, еко-кемпінги для туристів тощо).
- Створити відпочинкові місця у парку та алеях міста.
- Подумати над забезпеченням оглядовості старої частини Золочева з різних його точок (центр, парк), створити два оглядових майданчики до 2022 року;
- Рекомендувати власникам підприємств у центральній частині міста привести свої заклади до загальноприйнятого санітарного та естетичного рівня (провести ремонти, переглянути асортимент пропонованих товарів та способу їх пропонування покупцям).
- Рекламні вивіски підприємств у центральній частині міста привести до єдиної стилістики (метод виготовлення, художнє оформлення, кольороподіл, підсвітка, металопластика тощо) – все має бути витримано в стилі, притаманному Золочеву (з елементами барокко або сецесії).
- Бажано приміщення, які знаходяться на балансі міста в його центральній частині, здавати в оренду під відповідний вид діяльності: сувенірна торгівля, кав'ярні, галереї тощо.
- Провести зустріч з представниками туристичних компаній та фахівцями туристичного супроводу, котрі пропонують/обслуговують туристичні маршрути по м. Золочів (і особливо представників із міст Львова і Тернополя) з метою інформування їх про нові об'єкти туристичної інфраструктури та можливості налагодження більш тісної співпраці між підприємствами та організаціями в місті.
- Постійний пошук фінансових ресурсів на реставрацію культурно-історичних пам'яток.
- Пошук дофінансування на втілення ідей/проектів громадсько-державного партнерства. Написання проектів та подання на грантові програми та програми міжнародної технічної допомоги.
- Пошук та освоєння зовнішніх джерел ресурсів:
  - в перші два роки реалізації Стратегії залучити до розвитку туризму міста Золочева в середньому не менше половини мільйона гривень на рік з зовнішніх ресурсів (Європейський Союз, Польща, країни Балтії, українські донори та інші джерела фінансування галузей туризму і культури);

- збільшити кількість фінансових ресурсів з зовнішніх джерел в наступні роки на 20 відсотків щорічно.

- Підвищення рівня безпеки туристів під час їх перебуванню Золочеві.

### План робіт

Дії	Часові рамки	Вимірюваний результат	Відповідальні	Можливе джерело фінансування
1.1. Створити Туристично-Інформаційний Центр в центральній частині міста Золочева, а також Туристично Інформаційні Пункти на вокзалі та Золочівському замку (обов'язково).	12 місяців	ТЦ та ТПІ створені та працюють	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.2. Провести навчання персоналу працівників котрі працюватимуть в Туристично-Інформаційному Центрі/Пунктах.	1 місяць	1 група/10 осіб.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.3. Провести навчання персоналу працівників (правила поведження з туристами і етикет спілкування) котрі працюють в Золочівському замку.	1 місяць	1 група/10 осіб.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.4. Провести навчання персоналу працівників міської поліції (правила надання інформаційної допомоги туристам, базові знання англійської мови).	1 місяць	1 група/10-20 осіб.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
1.4. Відслідковувати кількість туристів (збирати статистичні дані та проводити анкетування в ТЦ/ТПІ), котрі прибувають до Золочева.	Постійно	Звіт складений представництвом ТЦ	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2. Вдосконалити транспортну систему міста Золочева.	Впродовж періоду зазначеного нижче	Впродовж періоду зазначеного нижче	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

2.1. Затвердити перелік стоянок для екскурсійних автобусів у місті – у співпраці із обласною патрульною поліцією.	3 місяці	Затверджений перелік	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2.3. Впорядкувати під'їзд транспорту до всіх наявних готелів та Золочівського замку - у співпраці із обласним управлінням транспорту та міськвиконкомом.	12 місяців	Відкоректовані маршрути міського транспорту, відремонтовані шляхи	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3. Впорядкувати роботу закладів, в яких можна прийняти і розмістити туристів.	6 місяців	Впродовж періоду зазначеного нижче	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.1. Створити каталог закладів для розміщення туристів у Золочеві та Золочівській ОТГ(включно з гуртожитками, хостелами, зеленими садибами та приватними помешканнями).	6 місяців	Каталог друкований 1000 копій та розмістити електронний каталог на новоствореній туристичній веб-сторінці міста Золочева.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.2. Забезпечити видання двомовних (укр./англ.) буклетів про послуги в цих закладах та про наближеність таких закладів до центру міста та основних міських установ - у співпраці із керівництвом готелів, гуртожитків, приватними фірмами, котрі здають помешкання в оренду.	6 місяців	1000 виданих буклетів та розмістити електронний каталог на новоствореній туристичній веб-сторінці міста Золочева.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.3. Розробити комплекс заходів для безпечного перебування туристів і мешканців Золочеві - забезпечити освітлення вулиць центральної та історичної частини	12 місяців	Забезпечено комплексну безпеку туристів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

міста, парків, громадських місць; - забезпечити доступ туристів до послуг медзакладів; - проводити щорічний моніторинг злочинності в місті, в тому числі стосовно туристів, - відслідковувати тенденції та формувати пропозиції щодо покращення ситуації; - встановити системи відео нагляду в громадських місцях; - популяризувати серед туристів номери екстреного виклику.				
3.4. Організувати та провести кваліфікаційний тренінг для персоналу готелів.	6 місяців	3 групи (15 чол. в кожній)	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3.5. Сприяти вирішенню питання тепло та економного енергопостачання у готелях (створити економічні стимули для інсталяції автономних систем водо- та енергозабезпечення шляхом залучення кредитів, інвестицій та створення СП) – у співпраці із ЛОДА.	6 місяців	Цілодобове водо та енергопостачання; аналітичне інженерне бюро	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4. Вдосконалити систему громадського харчування та обслуговування приїжджих гостей.	3 місяці	Впродовж періоду зазначеного нижче	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.1. Створити список закладів харчування, гостинних до туристів – у співпраці із закладами харчування.	3 місяці	1000 копій та розмістити електронний каталог на новоствореній туристичній веб-сторінці міста Золочева.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.2. Організувати кваліфікаційні	3 місяці	3 групи (15 чол. в кожній)	Золочівська Міська рада,	Місцевий бюджет, кошти



навчання персоналу закладів харчування.			Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	підприємців, грантові кошти
4.3. Опрацювати та видрукувати двомовні меню.	3 місяці	1000 меню	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.4. Виробити концепцію зовнішнього вигляду виносних кав'ярень на території міста Золочева.	3 місяці	Концепція, оперативна громадсько-архітектурна аналітична група створена.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4.5. Побудувати екоресторани з традиційною місцевою кухнею в паркових та рекреаційних зонах.	12 місяців	Пілотні/модельні ресторани у паркових зонах	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5. Вдосконалити стан об'єктів, що відвідуються туристами.	12 місяців	Впродовж періоду зазначеного нижче	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1. Залучити інвестиції для реставрації ряду об'єктів згідно з Генпланом міста.	12 місяців	Створено консультативну групу; залучено інвестиції.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.1. Створити довідник з інвестиційних можливостей на базі архітектурних, паркових та спортивно-рекреаційних об'єктів міста Золочева.	6 місяців	Довідник з елементами бізнес-плану, 250 копій та розмістити електронний довідник на новоствореній туристичній веб-сторінці міста Золочева.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.2. Створити перелік, концепцію відновлення та систему регулювання щодо використання об'єктів, які потребують пешочергової реставрації - пам'яток архітектури, парків, спортивно-	6 місяців	Перелік, концепція.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

рекреаційних зон, внутрішніх подвір'їв в старій забудові, запускених споруд в центрі міста Золочева, в т.ч. археологічних об'єктів: в межах міста, на його околицях та в межах Золочівської ОТГ.				
<p>5.1.3. Приготувати і затвердити нормативні акти міської влади для:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- збереження функцій колишніх історико-культурних будівель в центрі міста;</li> <li>- використання в туристичних цілях внутрішніх подвір'їв у старій історичній забудові;</li> <li>- підпорядкування нових забудов унікальному ландшафту міста, як давнього і автентичного Золочева;</li> <li>- відновлення парків та інших рекреаційних зон як важливого чинника популярності Золочева;</li> <li>- реконструкції археологічних об'єктів: в межах міста, на його околицях та в межах ОТГ;</li> <li>- введення в МР посад гол. ландшафтного архітектора та гол. археолога;</li> <li>- розпочати створення відділу охорони і регульованого використання природних ресурсів міста з підсекцією "парки, водоймища та рекреація".</li> </ul>	6 місяців	Затверджені документи	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.4. Розробити програму з проектами реконструкції і розвитку міських	6 місяців	Програма з проектами; бюро архітектурного дизайну	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

паркових, водних та інших рекреаційних зон для туристично-екскурсійних маршрутів, культурно-масових та спортивних функцій.			Розвитку Туризму	
5.1.4.1. Видати путівник/брошуру з інформацією про паркові, водні, спортивні та ін. зони-місця відпочинку.	6 місяців	Путівник/брошуру 1000 копій та розмістити електронний довідник на новоствореній туристичній веб-сторінці міста Золочева.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.5. Створити систему нових туристичних маршрутів, у т. ч.: 1) парки Золочева; 2) «Блакитний еко-маршрут» - понад руслом р. Золочівка; 3) Зелений веломаршрут; 4) кінні маршрути в центрі (бричками від замку у центр на шпацири) та верхом у парках міста; 5) Археологічний маршрут; 6) Драйв-маршрут з використанням електричних самокатів типу Sigway.	12 місяців	Готові до використання маршрути	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.6. Побудувати модерний спортивно-розважальний центр: - Визначити місце; - Розробити бізнес-план; - Знайти інвестора.	6-12 місяців	Пілотний об'єкт Документ Бізнес-план Протокол намірів	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
5.1.7. Створити відповідні санітарно-гігієнічні умови у місцях масового перебування туристів (тобто, туалети, смітники) – у співпраці із приватними фірмами.  А. Впорядкувати існуючі туалети	6 місяців	Впорядковані об'єкти.	Золочівська Миська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

<p>Б. Впровадити систему переносних біо-туалетів (в т.ч. спеціальних кабінок для людей з інвалідністю) та смітників в місцях масового відвідування та при проведенні масових заходів.</p> <p>В. Впровадити в дію парк мініатюрної спеціалізованої техніки для обслуговування скверів, газонів, парків, важкодоступних місць в житловій забудові Золочева.</p>		<p>Впорядковані пілотні об'єкти.</p> <p>Закуплено пілотний парк техніки.</p>		
<p>6. Створити систему інформування туристів у м. Золочеві.</p>	<p>6 місяців</p>	<p>Впродовж періоду зазначеного нижче</p>	<p>Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>
<p>6.1. Обладнати центральну частину міста - історико-культурні пам'ятки, паркові та спортивно-рекреаційні зони, вулиці, вокзал двомовними вказівниками (укр.-англ.), які показують напрями та пролягання туристичних маршрутів, інформаційними щитами, таблицями, інформаційні щити та табло, зокрема:</p>	<p>6 місяців</p>	<p>Встановлені вказівники, щити, табло</p>	<p>Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>
<p>6.1.1. Біля в'їздів у місто з боку Львова та Тернополя.</p>	<p>2 місяці</p>	<p>Виготовлені та встановлені вказівники</p>	<p>Золочівська Міська рада</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>
<p>6.1.2. Вказівники на англ. мові, що показують дорогу до готелів міста.</p>	<p>2 місяці</p>	<p>Виготовлені та встановлені вказівники</p>	<p>Золочівська Міська рада</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>
<p>6.1.3. Двомовні вказівники (вкл. англ.) на зал. вокзалі, автовокзалі, біля пам'ятника</p>	<p>2 місяці</p>	<p>Виготовлені та встановлені вказівники</p>	<p>Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>

М.Шашкевичу, Золочівського замку.			Розвитку Туризму	
6.2. Встановити інформаційний щит з картою центральної частини міста – біля будинку Міської Ради.	2 місяці	Щити, табло виготовлені та встановлені	Золочівська Міська рада	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7. Ініціювати створення механізму стимулювання підвищення якості обслуговування туристів.	6 місяців	Впродовж періоду зазначеного нижче	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7.1. Створити профільовані асоціації професіоналів у сфері інфраструктури обслуговування туризму – у співпраці туристичними організаціями.	6 місяців	Семінари, конференції, асоціації	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7.2. Організувати конкурси на звання найкращого фахівця (в різних номінаціях) – у співпраці із туристичними організаціями.	6 місяців	Щорічні конкурси в стилі традиційних міні-шоу та фестивалів	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
7.3. Створити механізм незалежної експертної оцінки якості сервісу - у співпраці із туристичними організаціями.	6 місяців	Професійна рада	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8. Ініціювати і поетапно втілювати передову європейську концепцію «Золочів – місто приязне до людей з інвалідністю».	12 місяців	Сприяння реалізації державної політики щодо забезпечення доступності об'єктів житлового та громадського призначення, а також інформації та послуг, необхідних для осіб з інвалідністю, задля гарантування рівних прав і можливостей усім громадянам.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8.1. Створити при Міській Раді комітет з доступності міського середовища м.Золочева.	постійно	Комітет створено та проводяться зібрання членів щоквартально.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8.2. Провести аудит доступності історико-архітектурних споруд	3 місяці	Аудит проведено та задокументовано і оприлюднено	Золочівська Міська рада, Золочівська	Місцевий бюджет, кошти

м. Золочева у співпраці із експертом Ярославом Грибальським — координатором програм з безбар'єрності Національної Асамблеї інвалідів.		виявлені недоліки на засіданні Комітету з доступності.	Асоціація Розвитку Туризму	підприємців, грантові кошти
8.3. Скласти перелік недоступних історично-архітектурних об'єктів м.Золочева і поетапно ліквідувати виявлені урбаністичні бар'єри у місті (понижувати тротуари, встановляти пандуси, звукові світлофори, тактильні плитки тощо.).	постійно	Прелік недоступних історичних об'єктів складено та проводяться першочергові роботи з ліквідації наявних бар'єрів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
8.4. Розпочати створення і встановлення тактильних (в масштабі 1:20) бронзових моделей історичних об'єктів для осіб в вадами зору.	постійно	Прелік історичних об'єктів складено та проводиться діяльність з пошуку до фінансування.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
9. Розробити концепцію щодо підсвітки архітектурних елементів.	1 місьць	Відповідні документи та дозвола оформлено.	Золочівська Міська рада,	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
9.1. Втілити масштабний проект фасадного та дорожнього освітлення всіх туристичних об'єктів та інформаційних елементів, використовуючи різнокольорові світлодіодні лампи з урахуванням стильового оформлення.	3 місяці	Підсвітку заінстальовано і місто, під час туристичного сезону і в період державних та релігійних свят, освічує (в нічний час) архітектурні об'єкти.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти

## **V. Стратегічний напрямок**

**ВИХОВУВАТИ СЕРЕД МЕШКАНЦІВ ЗОЛОЧЕВА ПОЧУТТЯ ТОГО, ЩО ЦЕ Є РІДНЕ МІСТО КОЖНОГО ІЗ НИХ, І ТОМУ КОЖЕН ІЗ НИХ ПОВИНЕН НАЛЕЖНИМ ЧИНОМ СТАВИТИСЬ ДО ТУРИСТІВ**

### **Контекст**

5.1. Потрібно заохочувати місцевих мешканців виражати позитивне та гостинне ставлення до туристів, а також заохочувати в них розуміння того, що

практично кожен житель міста певним чином несе відповідальність за те, яке саме враження від перебування в його місті складеться у туриста.

5.2. Туристи, які відвідують Золочів, так само як і туроператори, постійно робитимуть для себе порівняння між Золочевом та іншими місцями, які вони відвідували. Таким чином, постійно необхідно прикладати максимум усіх можливих зусиль для того, щоб втримувати на належному рівні та старатись покращувати якість обслуговування туристів в місті, добиватись їхнього максимального задоволення від перебування у Золочеві. А також, потрібно забезпечити відповідну вартість послуг, якими туристи користуються під час їхнього візиту до Золочева, переслідуючи прагнення добитись зразкового рівня у наданні усіх послуг та забезпеченні умов перебування туристів, викриваючи та засуджуючи незадовільні випадки та допомагаючи підвищити стандарти шляхом проведення навчання та вкладення інвестицій.

### Стратегічні цілі та завдання

- Гарантувати забезпечення місцевими туристичними фірмами / ресторанами / готелями (і особливо працівниками Золочівського замку) відповідної вартості послуг та максимально задовольняти очікування туристів, які приїжджають до Золочева, а також покращити стандарти обслуговування та умов перебування туристів у місті, таким чином покращуючи загальне враження туристів від перебування у Золочеві.

### План робіт

Дії	Часові рамки	Вимірюваний результат	Відповідальні	Можливе джерело фінансування
1. Організувати і проводити шкільні квести чи відкриті уроки з вивчення історії міста Золочева.	3 місяці	Квести складено, апродовано і проводяться відкриті уроки для школярів.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
2. Встановити соціальні біг-борди у місті.	2 місяці	Концепцію опрацьована та встановлено принаймні 3 біг-борди.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
3. Проводити соціальну пропаганду важливості туризму по місцевому радіо ФМ/пресі/ у соціальних мережах тощо.	6 місяців	Текстова інформація опрацьована та подається через засоби комунікації із місцевими мешканцями.	Золочівська Міська рада, Золочівська Асоціація Розвитку Туризму	Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти
4. Проводити (і усіляко пропагувати) навчання і	6 місяців	Залучено викладачів,	Золочівська Міська рада,	Місцевий бюджет, кошти

<p>підготовку екскурсиводів із числа місцевих жителів та наукових кадрів міста.</p>		<p>опрацьовано текстовий та фотоматеріал. Виготовлені ксерокопії текстів для слухачів. Апробовано перший і безкоштовний тримісячний курс (теоретичні та практичні заняття).</p>	<p>Золочівська Асоціація Розвитку Туризму</p>	<p>підприємців, грантові кошти</p>
<p>5. До 600-річниці Золочева виготовити медалі: «Почесний громадянин Золочева», «Меценат Золочева», «Митець Золочева», «За внесок в розвиток Золочева» тощо.</p>	<p>6 місяців</p>	<p>Концепцію опрацьовано та встановлено принаймні 4 відзнаки.</p>	<p>Золочівська Міська рада</p>	<p>Місцевий бюджет, кошти підприємців, грантові кошти</p>



## **VI. ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА. МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ**

### **Система моніторингу Стратегії**

З метою моніторингу та оцінювання Стратегії суб'єкти, що реалізують Стратегію, скликають Моніторинговий Комітет (далі – Комітет). Він складатиметься з двох представників Золочівської Міської Ради, комерційних та некомерційних партнерів (разом 6 членів), а також голови комітету (Міського голови). Всього Комітет складатиметься з семи осіб і повинен скликатися щонайменше один раз на рік/або найкраще раз в півроку.

#### **До завдань Комітету буде входити:**

1. Здійснення заходів, метою яких буде визначення відчутного прогресу (досягнення цілей Стратегії), – моніторинг;
2. Аналіз результатів діяльності, що здійснюється відповідно до Стратегії стосовно території, яку охоплює даний документ, – оцінювання.
3. Рекомендації суб'єктам, що реалізують Стратегію щодо здійснення подальшої діяльності для внесення відповідних змін в Стратегію: цілей, місії, процедур, показників діяльності, оціночних планів тощо.

В кінці кожного року Комітет звертається з проханням до окремих установ: (Міської Ради та партнерів) про надання статистичних та кількісних даних. Міська Рада збирає ці дані, а також зіставляє їх та порівнює з таблицями показників, які складають інтегральну частину Стратегії.

#### **Показники оцінювання Стратегії:**

1. Збільшення кількості баз даних та їх наповнення.
2. Збільшення кількості Інтернет-сторінок.
3. Інформаційні видання.
4. Брошури, карти, путівники, каталоги, диски.
5. Сувеніри, традиційні продукти.
6. Кількість організацій, які працюють над створенням туристичного продукту.
7. Кількість нових працівників відділу туризму та рекреації і Центру туристичної інформації та Пункту туристичної інформації.
8. Збільшення кількості осіб, які пройшли навчання і працюють в сфері туризму.
9. Збільшення кількості партнерських договорів з новими організаціями та містами-партнерами.
10. Нові транскордонні туристичні продукти.
11. Збільшення кількості документів в галузі туризму – рішення Золочівської міської ради, розпорядження міського голови, рішення виконавчого комітету, накази.
12. Збільшення кількості нових виставок, експозицій, маршрутів.

13. Збільшення протяжності маршрутів і туристичних трас.
14. Нові масові заходи, події, мистецькі акції, спортивні, бізнесові заходи, семінари тощо.
15. Збільшення кількості нових маршрутів, прогулянок, мандрівок.
16. Комп'ютерні програми та продукти, нові місця, маршрути.
17. Збільшення кількості оформлених, привабливих об'єктів.
18. Збільшення кількості об'єктів, доступних для осіб з інвалідністю.
19. Збільшення протяжності освітлених вулиць і освітлених історико-архітектурних об'єктів.
20. Нові системи моніторингу.
21. Команда допомоги туристам у кількості осіб з розрахунку: один співробітник на 10000 туристів.
22. Кількість нових туристичних об'єктів.
23. Нові місця прокату вело спорядження.
24. Нові дитячі майданчики.
25. Кількість новостворених місць для ночівлі.
26. Кількість нових гастрономічних закладів.
27. Відновлені пам'ятки історії.
28. Відновлені зелені і водні території.
29. Нові рекреаційні зони.
30. Довжина маркованих та ознакованих маршрутів, вулиць, ділянок відносно загальної довжини туристичних трас.
31. Нова система візуальної комунікації.
32. Нові об'єкти та місця для проведення заходів.
33. Кількість нових місць для паркування туристичних автобусів і наявність велопарковок.
34. Нові та модернізовані дороги.
35. Нові проекти, фінансовані з зовнішніх джерел.
36. Вартість поданих та реалізованих грантових проектів/проектів міжнародної технічної допомоги.
37. Інвестиційно-туристичний план міста Золочева.
38. Кількість залучених коштів у туризм з бюджету міста.
39. Кошти, залучені з джерел бізнесу, а також освоєні новоствореною Золочівською Асоціацією Розвитку Туризму.
40. Збільшення кількості туристів в місті Золочеві.

### **Критерії та процедура оцінки результатів Стратегії**

Оцінювання – це систематичне соціально-економічне дослідження, що визначає якість та цінність Стратегії, а також інструмент, що покращує ефективність її реалізації. Воно забезпечує нам зворотний зв'язок між оцінкою реалізації та актуалізацією Стратегії, а також будовою наступної.

Відповідно до європейської практики поточного та кінцевого оцінювання враховуються чотири оціночних критерії:

- ефективності (effectiveness);
- продуктивності (efficiency);
- корисності (utility);
- тривалості (sustainability).

Вони дозволяють відповісти на наступні питання: Чи цілі Стратегії були досягнуті? Наскільки сильний вплив зовнішніх факторів? Які були успіхи Стратегії? З якими проблемами зіткнулися? Чи вибрані інструменти виявилися відповідними?

**Завданням оцінювання Стратегії буде:**

1. Удосконалення стратегічного планування.
2. Покращення процесу реалізації Стратегії та контроль якості.
3. Збільшення відповідальності суб'єктів за її запровадження.
4. Підтримка процесів навчання (висновки для інших Стратегій, програм та проектів, сприяння добрій практиці).
5. Зміцнення партнерських відносин та почуття спільної відповідальності за результати Стратегії.

Раз на рік, в останньому кварталі, Керівний комітет, оголошує план оцінювання на наступний календарний рік.

**Оцінка відповідності стратегії зовнішнім документам.**

Опрацювання Стратегії розвитку туризму в місті Золочеві Львівської області базувалося на попередніх стратегіях та дослідженнях, що дало можливість зробити оцінку базового стану території на 2020 рік.

Документи, що використовувались:

1. Стратегія розвитку Львівської області на період до 2027 р.;
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року;
3. Соціально-економічна програма «Промоція міста Золочів Львівської області на 2018-2020 роки»;
4. Програма розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018 – 2020 роки.

Окрім того, при опрацюванні Стратегії, з метою врахування глобальних і регіональних тенденцій з розвитку туризму, були враховані поради експертів, котрі оприлюднено під час проведення: міжнародного туристичного форуму «Перемагай з Левом»; експертських нарад/круглих столів, проведених управлінням туризму та курортів Львівської ОДА та управлінням туризму Львівської Міської Ради.

## VII. ВИСНОВКИ

7.1. Стратегія розвитку туризму в місті Золочеві сформована на основі аналізу PEST і SWOT та детального аналізу теперішнього стану туристичної галузі. Авторами використано повний набір документів, опрацьованих в процесі роботи під час численних консультацій, робочих зустрічей, круглого столу у м. Золочів, анкетувань/опитувань екскурсиводів в соціальній мережі та виїзного дослідження експертів. Велика кількість людей, котрі представляють різного роду установи, організації та компанії, тобто представники як державного, так і приватного сектору, зробили свій внесок до даної Стратегії, застосувавши свій професійний досвід, знання та приділивши цьому весь необхідний час, в результаті чого було досягнуто взаємного консенсусу стосовно прийняття механізму розвитку в'їзного туризму у м. Золочеві. Тому відповідальність за успішне втілення рекомендацій, що виникають з даної Стратегії, повинні нести усі мешканці міста, а не лише виконком чи депутати Золочівської Міської Ради.

7.2. Неминучим є те, що при поточній реалізації Стратегії багато чого із цього документу буде здійснюватись Міською Радою Золочева через «спроби та помилки». Деякі роботи будуть успішнішими, ніж інші, а деяких помилок важко взагалі уникнути, що в свою чергу може привести до чинення тиску на відносини між органом самоврядування, громадою та місцевим бізнес середовищем.

7.3. Для того, щоб міська рада Золочева досягла своїх цілей, і щоб туризм в місті розвинувся і досяг показників сталого зростання, для виконавчого Комітету Міської Ради суттєвим є часто спілкуватись та радитись із місцевим середовищем, а також, щоб останні надавали Міській Раді максимальну підтримку у проведенні спільно погоджених робіт, особливо під час початкового етапу втілення Стратегії.

7.4. На погляд експертів на перший план виходить необхідність запуску потужного інструменту змін, яким є ефективна співпраця в трикутнику: місцева влада – територіальна громада – місцевий бізнес.

7.5. Для м. Золочів в'їзний туризм повинен стати головною стратегією його подальшого соціального та економічного розвитку.

7.6. На переконання експертів, дуже перспективним є наполегливе формування спеціалізованого центру туризму, який базуватиметься на: 1) *замковому туризмі*; 2) *центрі туризму історичної спадщини*; 3) *пізнавально-культурному туризмі*.

7.7. З метою сприяння розвитку галузі туризму у м. Золочеві необхідно активно стимулювати підприємницьку ініціативу, створити сприятливий інвестиційний та підприємницький клімат, сприяти діловій активності населення у сфері послуг і постійному покращенні рівня обслуговування гостей.

7.8. Доцільно скооперувати зусилля Золочівської Міської Ради, громадських організацій та представників туристичного бізнесу на: створення і поширення туристично-інформаційних матеріалів, розробку нових туристичних маршрутів, спільного формування і втілення маркетингових заходів з просування туристичного продукту, використання інструментів фінансової допомоги ґрантових програм для розвитку туризму.

7.9. Адміністраціям міста і Золочівської ОТГ необхідно постійно концентруватися на утриманні в належному стані рухомих і нерухомих пам'яток історії, культури, мистецтва та архітектури, які становлять туристичну цінність.

7.10 Враховуючи обмежений бюджет міста на цілі промоції та маркетингу, слід спрямувати свої зусилля на чітко визначені ринки та сегменти:

- місто Золочів повинно зосередитись на обмеженій кількості країн (і відповідно здійснювати друк промоційної літератури (буклети, брошури, листівки і т.і.) саме для таких мовних груп та намагатись бути присутнім на туристичних виставках, які відбуваються в цих країнах, також розвивати та підтримувати актуальні інтернет сайти на мовах країн, які вибрані як пріоритетні): Україна, Польща, Ізраїль, англomовні та німецькомовні країни.
- В межах цих країн важливо спрямувати свої зусилля на ті регіони, звідки інтенсивність подорожей найвища, а саме:

А) Внутрішній туризм: Львів, Тернопіль, Рівне, Житомир, Київ, Вінниця, Одеса, міста Наддніпрянщини і сходу України;

Б) В'їзний туризм: Польща – 1 місце, Німеччина – 2 місце, Білорусь – 3 місце, Ізраїль – 4 місце.

Другорядні напрямки прибуття: США, Канада, Італія, Португалія, Велика Британія.

7.11 Щоб стати більш конкурентним містом, Золочів має дійти до спільного бачення диференційованого позиціонування міста, яке б враховувало його активи, музейну, культурну та історичну спадщину, релігійні місця і місцеві традиції, спільно задіяні, щоб привабити туристів. Узгодити маркетингові зусилля шляхом підписання Угод про спільну маркетингову діяльність як між представниками туристичного бізнесу (туристичною фірмою, готелями, ресторанами і т.і.), які працюють у місті Золочеві, так і між містами-партнерами, які також націлені на розвиток туризму на своїх територіях (Львів, Жовква, Дрогобич...), що дозволить збільшити свою присутність на потенційних туристичних ринках.

7.12. Усі зацікавлені сторони, і територіальна громада повинні усвідомлювати, що результатів у розвитку в'їзного туризму неможливо досягнути за декілька місяців. Синергетичні ефекти економічної, маркетингової та промоційної діяльності Золочівської міської ради можуть стати очевидними протягом трьох-п'яти років наполегливої праці.

## Додаток 1

Систематизований аналіз результатів опитування акредитованих фахівців туристичного супроводу і туроператорів м. Львова та області стосовно існуючих проблем та першочергових кроків до їх вирішення, що перешкоджають розвитку в'їзного туризму до міста Золочева (опитування проведено в період 03-20 вересня 2020 р. методом відкритого анкетування поширеного через соціальну мережу Facebook у google-form див. посилання [https://docs.google.com/forms/d/1ieOwBqfhhzwbRpf\\_MZqI7xOi7uPZ7uzJ5UkieZK7drl/edit](https://docs.google.com/forms/d/1ieOwBqfhhzwbRpf_MZqI7xOi7uPZ7uzJ5UkieZK7drl/edit) )

### Питання:

Чи існують на Ваш погляд бар'єри/проблеми, які перешкоджають розвитку в'їзного/внутрішнього туризму у м. Золочів? (Якщо так, коротко вкажіть, які саме?)

### Отримано 10 відповідей:

Не достатньо рекламної інформації про Золочів і його пам'ятки та історію.  
брак реклами

Дорога, короткі години роботи замку, відсутність інфраструктури туризму та цікавих циклічних культурних подій, жахливі дороги, незручне сполучення.

Мало інформації, відсутність фестивалів, нерозвинена інфраструктура туризму, за винятком замку.

Ні

Відсутність громадських вбиралень поза замком  
ремонт дороги у м. Винники

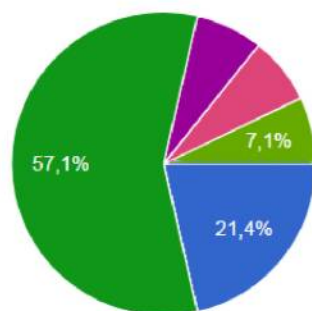
Найбільша проблема, бажання влади перетворити Золочів на центр туризму.

Перш за все це графік роботи замку, так як він залишається одним із пріоритетних об'єктів у м. Золочів, за яким їдуть туристи. Друге - це промоція, відсутність розроблених маршрутів по місту і його межами. Заклади тимчасового розміщення, якщо може йде про туриста, який запланував тут залишитись подай на одну ніч. І звісно окрім замку треба надавати значущість іншим об'єктам, розробити квест до прикладу стежками М. Шашкевича, природні локації, пікнік локації, ознакування до них. Також по місту розташовані LED-щити, не всі з них функціонують, потрібно розробити якісний контент, який би зміг зорієнтувати туриста куди ще піти, що відвідати, що скуштувати, де купити сувенір, тощо.

Так - екстериторіальний острів під володінням Національної галереї

З яких країн світу чи регіонів України найчастіше прибувають до м. Золочів туристи/ гості?

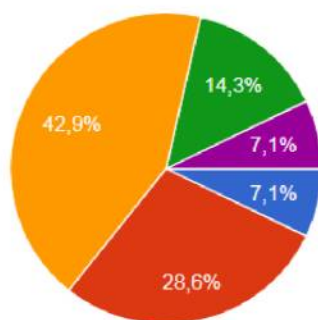
14 відповідей



- Польща ;
- Німеччина;
- Білорусія;
- Україна;
- Сусідні області: (Тернопільська, Івано-Франківська, Закарпатська, Волинсь...
- Інші країни (США, Канада, Туреччина, Австралія, Ізраїль...)
- Литва
- Україна (Західна Україна, Київ, Дніп...

В який період року, на Вашу думку, приїжджає найбільша кількість туристів у м. Золочів?

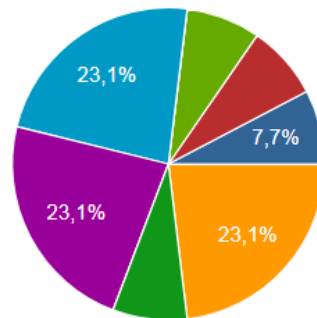
14 відповідей



- зима
- весна
- літо
- осінь
- весна-літо

Чи існує, на Вашу думку, проблема кваліфікованих кадрів з туризму у м. Золочів? Яких саме?

13 відповідей



- мало екскурсоводів і гідів перекладачів
- Мала кількість екскурсоводів у замку, коли Золочів відвідують велику групи туристів, гіді-перекладачі

▲ 2/2 ▼

### Які найчастіше скарги Ви чули від своїх туристів?

Отримано 12 відповідей:

Дороги

Зверхнє відношення до екскурсантів з сторони працівників замку.

Проблеми з відвідуванням Золочівського Замку.

Погані дороги, доступ до розписів Сосенка у церкві Св.Миколая тільки по передньому замовленню, Реставрація будинків і благоустрій міста: тротуари, озеленення, лавки, смітники; відсутність вказівників до пам'яток і об'єктів, відсутність достатньої кількості затишних кав'ярень і магазинів місцевих сувенірів.

Не відремонтовані будинки

Не чув

Обслуговування в закладах харчування

дороги і туалети

Поки не чула

останньо скарг не було.

Графік роботи замку, в той час як інші регіони працюють по 8 год.

Хамство і недружнє ставлення а також погана організація роботи працівників

Національної галереї у замку, проблема з парковкою там же.

**Які визначні туристичні місця міста Золочева потребують негайного втручання Золочівської Міської Ради/громадськості, щодо їх збереження і порятунку?**

Отримано 12 відповідей:

Оборонна церква

Замки

Займіться краще розвитком громадського простору ,а не туризмом. Крім замку і двох трьох об`єктів в Золочеві робити ні чо го.

озеро біля парку.

В'їзну вежу і стіни Замку, будинки в стилі історизму в центральній частині міста, колишні "спацери", кладовище,

Будинки в центрі

Надбрамна вежа та мури замку

впорядкування центру

Завершити ремонт на центральній площі



площа перед пам'ятником М. Шашкевичу

Монастир в с. Червоне, що знаходиться на вершині. Унікальне місце, гарні краєвиди, ідеально підійде для організації гастро-ярмарків, концертів, тощо.

Золочівський замок. Гіди неодноразово зверталися у цій справі всюди, але марно.

**Що на Вашу думку необхідно зробити, щоб турист залишався у місті Золочеві як найдовше?**

**Отримано 13 відповідей:**

Надавати більше інформації про Золочів і його околиці.

Покращення готелів

Золочів - транзитне місто, що б, Ви не робили ніщо не допоможе.

придумати якісь туристичні магніти.

Озеленити, завітчати, відремонтувати місто, організувати цікаві події, побудувати пристійний готель 3\*.

Більше фотолокацій, літніх майданчиків

Полегшити доступ до пам'яток поза замком

Майстер клас, дегустації....

облаштовані громадські майданчики

Більше інформації про Золочів

реклама від готелів і ресторанів

Заклади тимчасового розміщення, їх послуги, тематичні заклади громадського харчування, туристичні атракції.

Налагодити співпрацю з гідами, які на практиці формують програми екскурсій, розрекламувати сайт про Золочів, забезпечити живий стенд про місто на вході у замок, щоб люди пішли в центр хоча би пообідати і купити сувенір з міста.

**Які з минулорічних туристичних заходів чи фестивалів у місті Золочеві Вам найбільше запам'ятались? А може Ви чули про запланований захід, але не відвідали?**

**Отримано 9 відповідей:**

Не чула

Районний цент Золочів ніколи не стане туристичною мекою

Шашкевич фест.

Я чула тільки про "Зустрічай літо!" і "Золочіва"

На жаль, не чула.

Не чула про заходи

фестиваль Шашкевич Фест (але, на жаль, не відвідував)

Не можу прокоментувати

Чув, не багато людей чуло, треба працювати.

**Які саме туристичні місця Золочівської ОТГ, Ви рекомендуєте включити в одноденний маршрут до м. Золочева.**

**Отримано 11 відповідей:**

Глиняни

Підгорецький замок

Не видумуйте велосипед і не тіште себе надією.

с. Гавареччина.

Золочівський замок (1634 року). Китайський палац — єдиний в Україні й один з трьох у Європі зразків «східної» архітектури. Знаходиться на подвір'ї Золочівського замку. Палацовий парк Золочівський двір, який є найстарішою будівлею Золочева (XIV ст.). Вона розташована в центрі міста і саме її стосуються перші документальні згадки про місто. Оборонний двір (арсенал) (XIV століття) Церква святого Миколая (XVI століття)- розписи Сосенка. Костел Вознесіння Пресвятої Діви Марії (1763) Храм Воскресіння Господнього. Побудований 1624-1627. Пам'ятник Маркіянові Шашкевичу. Християнське кладовище. Пам'ятник на місці єврейського кіркуну. Центральні Вулиці міста + відвідання Музею килимарства в Глинянах, або Музея Шашкевича в Підліссі, або Гавареччини...

Центр, костел, церкву

Церкви та Костел, центральна площа

Унів, Гавреччина, Глиняни

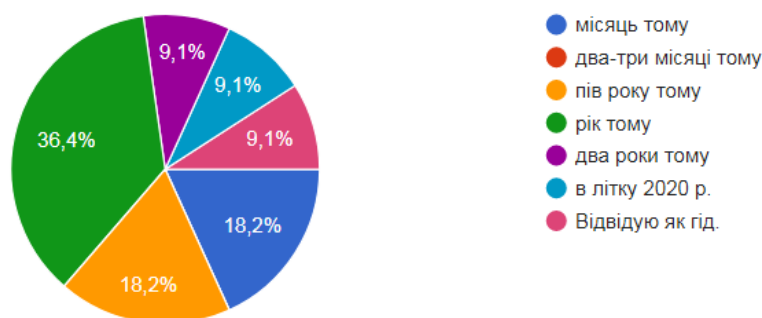
с. Підлісся

Села Сасів, Червоне

Треба розробити карту, фільми, фото і люди самі виберуть.

Коли Ви останній раз відвідали місто Золочів, саме, як турист.

11 відповідей



**Чи є у Вас конструктивні поради чи зауваження стосовно покращення діяльності Золочівського Замку?**

**Отримано 12 відповідей:**

Робота Золочівського замку як і інших необхідно збільшити робочий день в туристичний сезон, але надати працівникам 2 вихідних дня на тиждень.

Більше інтерактивної інформації

Змінити експозиції та підхід до сприйняття відвідувачів/туристи не кормушка для птахів і відвідувачі Вам нічого не винні.

продовжити час роботи Замку і культуру обслуговування туристів музейними працівниками.

Дуже короткий, не зручний для туристів час роботи, особливо у вихідні дні. Виховувати доброзичливість у працівників, проводити історичні реконструкції, музичні вечори, виставки...

Довші години роботи

Інтернет запис, опис експонатів, додати до експозиції інформацію про існування Шталагу в часи Другої світової війни, сувенірна продукція із зображенням експонатів, кольорові путівники по залах, потреба у безкоштовних туалетах

Довший час роботи, безкоштовний доступ гідів

паркінг, туалети, вхід облаштувати лавочками, смітниками

Зауваження є, але думаю, що міськрада на це впливу немає. І графік роботи, і ціна квитків, зникнення експонатів.

Вище зазначений графік роботи, недостатня кількість екскурсоводів в піковий період весна-літо.

Конструктивні :) Це магніт, навколо якого треба вибудувати рекламу міста, але на жаль люди туди їдуть раз, бачать ставлення і не зустрічаючи нікого більше із Золочева, думають що вони тут небажані. На парковці треба тупо поставити людину з безкоштовними картами на центру і ОТГ, яка буде розмовляти з людьми і заохочувати їх побачити місто та ОТГ а також рекламувати заходи і послуги місцевих гідів. Напр. полякам цікавий теж базар, що поруч. Що робити у Золочеві увечері? Ночівля - найкраще джерело прибутку.

Прийнято на ЛШ черговій сесії  
Золочівської міської ради  
VII демократичного скликання від  
10.11.2020 року