**Техническое задание**

**на разработку стратегии развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области на 2021 – 2025 годы**

I. Стратегия развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области на 2021 – 2025 годы (далее – Стратегия) должна учитывать:

А) различные риски, включая новую коронавирусную инфекцию COVID-19;

Б) развитие туристско-рекреационного кластера Мурманской области (далее – кластер) до 2020 года.

II. Стратегия должна быть разработана и представлена для публичного обсуждения Исполнителем с участниками туристско-рекреационного кластера Мурманской области не позднее 20.10.2020 по согласованию с Заказчиком. Замечания, дополнения и другие предложения по корректировке Стратегии должны быть внесены Исполнителем в течение 10 рабочих дней, следующих за днем проведения им публичного обсуждения для дальнейшего утверждения. Правки, которые могут возникнуть в ходе утверждения, Исполнитель обязан внести в течение 3 рабочих дней.

III. Объем Стратегии, без учета приложений, должен составлять не менее 60 страниц и не более 80 страниц, текстом 14 шрифт Times New Roman через 1,15 межстрочного интервала, поля: слева 2 см; вверху, внизу и справа 1 см.

IV. Стратегия должна состоять из следующих разделов:

**Раздел 1. Общие положения.**

**Раздел 2. Резюме стратегии (краткая форма).**

**Раздел 3. Текущее состояние кластера и его роль в экономике региона.**

Определение предпосылок развития кластера на территории Мурманской области:

* геоэкономическое положение территории размещения кластера;
* степень развития транспортной инфраструктуры;
* территориальное соседство;
* социально-экономическое положение региона и роль отрасли в регионе (с 2015 года):
  + число занятых на предприятиях отрасли;
  + темпы развития отрасли в масштабах региона;
  + объем выручки предприятий отрасли в динамике.

Анализ сферы туризма в Мурманской области по направлениям:

– виды туризма

- конкурентный турпродукт

- локальные кластеры

- инфраструктура и транспорт

- туристская инфраструктура

- кадры и образование

**Раздел 4. Цели и задачи туристско-рекреационного кластера Мурманской области (далее – кластер)**

4.1. Стратегическая цель развития кластера.

4.2. Задачи, направленные на достижение цели развития кластера.

4.3. Значения ключевых показателей эффективности развития кластера в состоянии до и после реализации Стратегии.

**Раздел 5. Основные направления и механизмы решения задач развития ТРК.**

**5.1. Организационное устройство ТРК**

5.1.1. Границы и ядро кластера:

* территориальное расположение участников кластера (*может быть вынесено в приложение*);
* основные предприятия и/или объекты показа и/или притяжения образующие ядро кластера.

5.1.2. Организационная схема кластера:

* участники кластера, в т.ч.:
  + представители бизнеса – якорные участники,
  + малые и средние предприятия;
  + научные и образовательные учреждения;
  + представители региональной исполнительной власти.
* технологический процесс производства и цепочка добавленной стоимости;
* технологическая схема кластера.

**Раздел 6. Маркетинговая стратегия кластера.**

6.1. Анализ перспектив развития целевых рынков сбыта, в том числе:

* оценка импортно-экспортной ситуации на рынках сбыта;
* описание основных импортеров продукции участников кластера;
* структура рынков сбыта;
* предпосылки роста целевых рынков сбыта.

6.2. Определение целевых объемов продаж:

* ключевые сегменты на рынках сбыта продукции участников кластера;
* объем продаж продукции/услуг участниками кластера (фактические и прогнозные значения);
* доля участников кластера на российском рынке (фактические и прогнозные значения);
* доля участников кластера в ключевых сегментах на российском рынке (фактические и прогнозные значения).

6.3. Система продвижения и повышения узнаваемости турпродуктов и территорий:

* определение целей маркетинговой стратегии кластера с учетом сложившейся конъюнктуры рынка;
* определение механизмов продвижения продукции участников кластера;
* сбытовая политика.

**Раздел 7. Целевой сценарий развития ТРК до 2025 года по направлениям:**

7.1. Виды туризма

7.2. Конкурентный турпродукт

7.3. Локальные кластеры

7.4. Инфраструктура и транспорт

7.5. Туристская инфраструктура

7.6. Кадры и образование

**Подраздел 7.А.** Локальные кластеры (субклатеры): **«Хибины», «Беломорье», «Ковдорский», «Ловозерский», «Кольский», «Мурманск», «Печенгский»**

7.А.1. Текущий статус

* Описание границ и экономико-географического положения ТРК;
* Специализация ТРК, включая портрет туриста;
* Динамика турпотока (5 летний период до 2020, трех сценарный прогноз на 5 лет после 2020 с учетом ограничений по COVID-19 в одном из сценариев);
* Анализ хозяйствующих субъектов в сфере туризма (КСР, объекты общественного питания) динамика, категорийность,
* Характеристика ключевых объектов показа
* Количество рабочих мест в сфере туризма;
* Объем выручки предприятий отрасли;

7.А.2. Перспективы развития

* Направления развития, включая реализацию инфраструктурных проектов в сфере туризма;
* Оценка земельных участков, пригодных для развития объектов туризма;
* Оценка мер поддержки для реализации инфраструктурных проектов, включая финансирование разработки ПСД (федеральный, региональный, местный уровни)
* Оценка трудовых ресурсов в сфере туризма, включая учебных заведений по их подготовке

**Раздел 8. Риски реализации стратегии.**

**Раздел 9. Механизмы реализации стратегии.**

9.1 Стратегия финансирования кластера

* Структура финансирования мероприятий по развитию кластера и кластерных проектов.
* Источники средств для финансирования мероприятий по развитию кластера и кластерных проектов.
* Перечень основных инвесторов и их доля в общей структуре финансирования мероприятий по развитию кластера и кластерных проектов.

9.2. Меры государственной поддержки

* Перечень программ и мер государственной поддержки, применимых к кластеру.
* Мероприятия, направленные на оказание государственной поддержки участникам кластера.

**Приложения:**

1. Анкета кластера

2. Территориальное расположение участников кластера

Другие

3. Картосхемы

3.1. Общая специализация локальных кластеров (субкластеров)

3.2. Картосхемы субкластеров

3.2.1. Локации КСР, объектов общественного питания, ключевых объектов показа

3.2.2. Свободные земельные участки, пригодных для развития объектов туризма