

UKKOHALLA-PALJAKKA- STARTTIHANKE

HANKESUUNNITELMA ver. 1.8

Puolangan Kunta

1.1.2015 – 31.3.2016

SISÄLLYSLUETTELO

Sisällys

1. Tausta	2
2. Nykyisten masterplanien tila alueittain.....	3
3. Hankkeen sisältö	4
4. Tavoitteet ja mittari	6
5. Toimenpiteet	8
6. Toteutusaikataulu	11
7. Hankkeeseen osallistuja	12
8. Budjetti ja rahoitussuunnitelma	13

1. Tausta

Puolangalla sijaitseva Paljakan hiihtokeskus ja naapurikunnassa Hyrynsalmella sijaitseva Ukkohallan hiihtokeskus ovat noin 10 vuoden jälkeen taas yhdistyneet. Molemmat rinteet jatkavat toimintaansa Hiihtokeskus Ukkohalla-Paljakka Oy:nä. Ukkohalla-Paljakka matkailualueella on 31 rinnettä, 10 hissiä ja 3 parkkia, 200 km hoidettu latuverkosto, 500 km kelkkareitistö. Hissikapasiteetti on yli 10.000 hlö/tunti. Kausikortit ja hissiliiput ovat jatkossa yhteislippuja ja mahdollistavat laskettelon molemmissa paikoissa. Keskusten välillä kulkee jatkossa talvisin skibussi, jolla helpotetaan liikkumista alueella.

Ukkohalla-Paljakalla on jatkossa mahdollisuus tarjota koti- ja ulkomaisille asiakkaille vetovoimainen ja mielenkiintoinen ympärivuotinen matkailukohde. Alueet yhdistää jo ennestään monipuolinen hiihto-, vaellus- ja kelkkareitistö. Alueen hiihto- ja kelkkareitistöt ovat Suomen parhaimmista ja nyt syntyvä rinneyhtiö tavoittelee paikkaa Suomen 10 suurimman hiihtokeskuksen joukossa.

Rinnetoimintojen lisäksi rinneyhtiöön kuuluu caravan alueet Ukkohallassa ja Paljakassa sekä loma-asuntovälitys Lomarenkaan aluevaraamona. Vuokrattavia mökkejä ja huoneistoja alueella on lähes 450, josta 50 % on keskusvaraamon vuokravälityksessä. Lisäksi alueella on kaksi hotellia ja 400 vaunupaikkaa. Keskusten ulkopuolella on Puolangalla 1300 loma-asuntoa ja Hyrynsalmella 800 loma-asuntoa.

Tällä hetkellä alueille tarvitaan lisää yrityksiä jotka tarjoavat ohjelma- ja tapahtumapalveluja ja erilaisia käyntikohteita.

Paljakan ja Ukkohallan hiihtokeskusten, alueiden yritysten ja sidosryhmien välillä ei ole ollut yhteisen päämäärän saavuttavaa yhteistyötä. Tähän asti molemmat alueet yrityksineen ovat kehittyneet toisistaan riippumatta.

Alueiden asiakkaista valtaosa on kotimaisia asiakkaista ja alueilla ei ole systemaattista markkinointi kotimaan ulkopuolelle. Markkinointitoimenpiteiden pääpaino on ollut pääasiassa perinteisesti nettisivuissa ja messuosallistumisissa.

Kainuun maakuntaohjelmassa (2014-2017) todetaan seuraavaa: Kasvun edellytyksenä on jatkuva uudistuminen. Asiakkaat kaipaavat aitoja elämyksiä, käyttävät uusia kanavia tiedon hakuun ja ostamiseen sekä osallistuvat niin tuotekehitykseen kuin markkinointiin.

Matkailukenttä on muuttunut merkittävästi viimeisen parinkymmenen vuoden aikana, nykyisin matkailijat haluavat monipuolisia palveluita helposti. Matkailun yksi tärkeimmistä kasvualueista on luonto- ja virkistysmatkailu. Molemmissa keskuksissa on omat vahvuutensa sekä kesällä että talvella. Noin 200 kilometrin säteellä hiihtokeskuksista asuu noin puoli miljoonaa suomalaista.

Ukkohalla-Paljakka alueen yrittäjät ja loma-asuntojen omistajat ovat esittäneet yhteisen kehityssuunnitelman tekoa. Kehitystoimenpiteet kohdistuisivat Ukkohalla-Paljakan matkailualueiden yhteistyötä ja rakenteiden kehittämiseen. Luotaisiin yhteismarkkinointiin sopiva yhtenäinen ilme ja toimintatapa jonka avulla lisättäisiin alueen tunnettavuutta. Hyrynsalmen ja Puolangan kunnanjohtajat ja elinkeinotoimijat ovat nähneet myös yhteistyön kehittämisen tarpeelliseksi kuntien ja kuntien yritysten välille. Perjantaina 19.9.2014 Puolangan ja Hyrynsalmen kuntien puheenjohtajisto ja virkamiesjohto kokoontuivat. Kokouksessa käsiteltiin Ukkohalla- Paljakkastarttihanketta. Kokouksessa todettiin yhteistyö tarpeellisuus niin kuntapäätäjien, rinnekeskusten ja yrittäjien välillä. Kokouksessa kunnat ilmaisivat halukkuutensa osallistua hankkeeseen.

Menestyvät ja tunnetut matkailukeskukset auttaa kuntakuvan kirkastamisessa ja markkinoinnissa. Myönteinen kuntakuva houkuttelee lapsiperheitä muuttamaan seudulle ja näin tukee taajamien kehitystä.

2. Nykyisten masterplanien tila alueittain

Paljakan marterplan-suunnitelman (v2008-2015) pohjalta alueelle on toteutettu mm. asemakaavan tiivistäminen, ATV (mönkijä) reitit, kalastuspuisto ja alueen infrastruktuurin parantaminen. Masterplanissa yksi tärkeimmistä tavoitteista majoituspaikkarakentaminen ei ole käynnistynyt.

Ukkohalla masterpaln- suunnitelman (2011–2018) mukaan alueelle on toteutunut kylpylä, kaapelivesirata, uimaranta, kävelysilta sekä huoneistoja.

Molempien alueiden masterplanit ovat jo lähes toteutuneet ja huomioiden alueiden yhdistyminen molemmille alueille on tehtävä uudet masterplanit vuoteen 2020 asti. Alueet tarvitsevat uuden yhteisen masterplanin jossa molempien alueiden ominaispiirteet otetaan huomioon ja jossa yhteismarkkinointi suunnataan monikanavaiseseen digitaaliseen mediaan.

3. Hankkeen sisältö

Hankkeen tarkoituksena on startata Paljakka-Ukkohallan matkailualueiden yhteistyö. Alueilla vallitsee tällä hetkellä otollinen ilmapiiri ja halu tehdä yhteistyötä yhteisen päämäärän saavuttamiseksi. Starttivaiheessa luodaan perusta alueiden, yritysten ja kuntien yhteistoiminnalle.

Hankkeen keskeisessä roolissa on koulutus joka ohjaa yhteistyön kehittymistä. Kun alueiden prosessien kehittämiseen liitetään oppiminen, parantaa se yrittäjien kykyä kehittää alueiden ja omaa palvelutarjontaa.

Hankkeen aikana etisitään uusia innovatiivisia toimintatapoja tuottaa palveluja ja markkinointi-informaatiota alueiden saavutettavuuden parantamiseksi. Luodaan innovatiivinen oppimisympäristö jossa haetaan uudenlaista markkinointia. Hankkeessa etsitään sopivia tapoja toteuttaa sosiaalista mediaa asiakaspalvelussa, sisäisessä viestinnässä. Sosiaalisen median työkaluja voidaan hyödyntää myös esimerkiksi tuotekehityksessä. Yritykset voivat kuunnella mihin suuntaan tuotekehitysideoita voi viedä ja onko niille kysyntää. Hankkeen jälkeen yritykset pystyvät kohdentamaan toimintaansa hyväksi todettuihin tapoihin markkinoida ja hankkeen jatkumona toteuttaa uusia innovaatioita valituille alustoille.

Uudella toimintatavan tarkoituksena on:

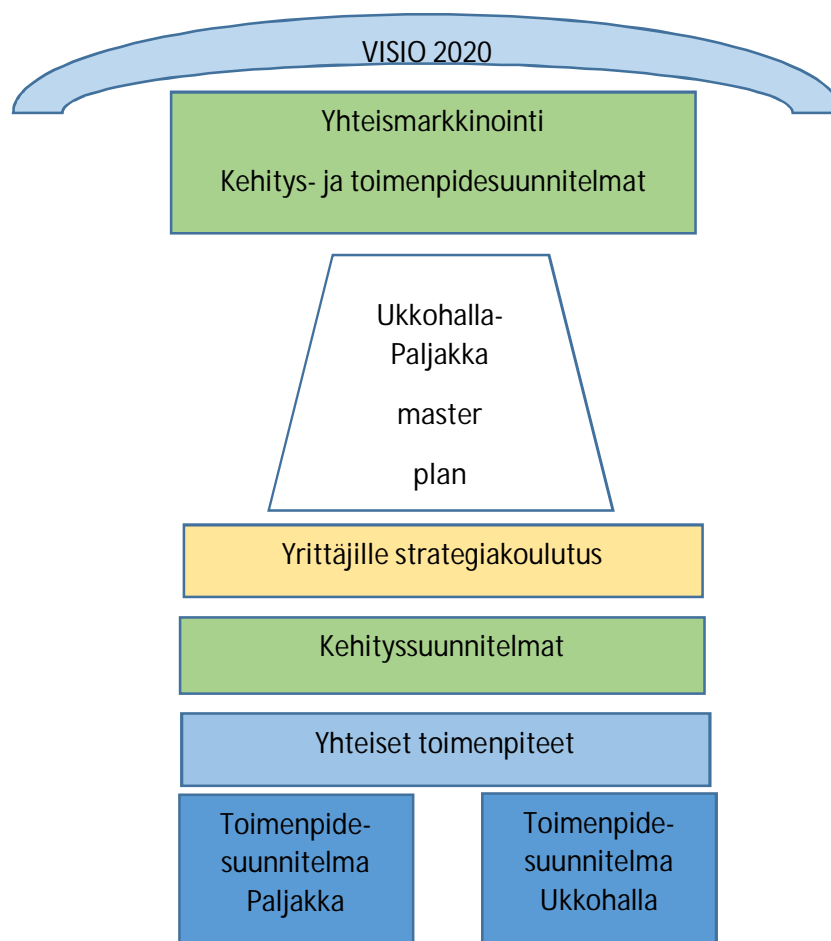
- Vahvistaa suhdetta sidosryhmiin ja asiakkaisiin kotimaassa ja ulkomailla
- Rakentaa ja kehittää yrityksen brändiä
- Vuorovaikuttaa
- Hankkia tietoa ja oppia uutta

Hankkeessa haetaan toimintatapaa joka edistää alueilla olevien yritysten verkottumista ja parantaa yritysten kasvua ja kilpailukykyä.

Starttivaiheen jälkeen alueilla on kokonaisvaltainen toimintasuunnitelma, jonka pohjalta alueet kehittyvät vetovoimaiseksi ja mielenkiintoiseksi ympärivuotiseksi matkailukohteeksi sekä koti- että ulkomaisille vieraille. Ukkohalla-Paljakka alueella on mahdollisuus nousta vartenotettavaksi vaihtoehdoksi niin koti- kuin ulkomaisille asiakkaille. Sijainniltaan alueen kehittyminen ympärivuotiseksi matkailualueeksi on luontaisempaa kuin esim. monella Lapin keskuksilla. Yhdessä keskuksat voivat tarjota ainutlaatuisen luontoympäristön talvi- / kesäreitistöineen ja rinnealueineen (31 rinnettä) ja tarjota aidon vaihtoehdon Lapin suurille keskuksille (Ylläs, Ruka, Levi). Ympärivuotisuus mat-

kailussa tarkoittaa vuodenaikojen mukaista muuntautuvuutta. Matkailutuotteet räätälöidään ja muutetaan niin, että niitä voidaan tarjota eri muodoissa eri vuoden aikoina.

Hankkeessa alueille tehdään yhteinen masterplan (kehityssuunnitelma ja koulutus) ja toimenpide ehdotukset, jotka saattavat alueet yhteiseen uuteen kehitysvaiheeseen ja jotka tukevat yhteismarkkinointia.



Kuva. Paljakka-Ukkohalla starttihankeksen keskeinen sisältö

4. Tavoitteet ja mittari

Tavoitteet

Ukkohalla-Paljakka starttihankeena on saada alueiden ja eri toimijoiden välille positiivinen ja yhteismarkkinointia (koti- ja ulkomailla) tukeva toimintasuunnitelma ja koulutus.

Tavoitteen on yhteistyön käyntiin saattaminen kuntien ja yritysten kesken ja tehostaa alueen yritysten osallistuminen yhteismarkkinointiin, tuoteyhteistyöhön ja toimenpiteisiin sekä koulutuksiin.

Alueen markkinoinnin tavoitteena on löytää uudet innovaatioiset menettelytavat ja löytää yhteiset tavoitteet seuraaviin kysymyksiin: Mitä kohderyhmiä tavoitellaan? Miten dialogi heidän kanssaan toimii (ulkomaalaiset)? mitä hyötyä kohderyhmälle on tästä kaikesta?

Keskeisenä tavoitteena on löytää uudenlaisia kanavia ja tapoja toimia kansainvälisten asiakkaiden suhteen (esim. Venäläiset asiakkaat).

Masterplan-suunnitelman tärkeimmät kehittämistoimenpiteet ja tavoitteet ulottuvat vuoteen 2020 saakka, johon sitoutuvat alueen keskeiset toimijat ja sidos-ryhmät. Masterplanin avulla luodaan perusta alueen imagon ja tunnettavuuden nostolle ja se on myyntiesite uusien toimijoiden saamiseksi alueelle.

Ympärivuotisen ja vetovoimaisen matkailukohteen kehittämiseksi tarvitaan:

1. Alueiden yhteinen visio
2. Päätös asiakaskohderyhmistä koti- ja ulkomailla
3. Kaavoitusta ohjaava pitkän tähtäimen strategia
4. Ideapohjainen yleissuunnitelma alueille
5. Puitteet alueiden kehittämiselle
6. Koota yhteen alueita koskevat hankkeet ja suunnitelmat
7. Selkeyttää alueiden/yrityksien välisiä kehitysnäkymiä
8. Sovittaa yhteen eri intressiryhmien tarpeita ja odotuksia
9. Muodostaa yhteinen näkemys vuoteen 2020 asti
10. Saada eri toimijat ponnistelemaan yhteisen päämäärän saavuttamiseksi
11. Palvelutarjonnan monipuolistaminen ja tehostaminen
12. Ympärivuotisuuden panostaminen (Ylä-Kainuun tapahtumien vuosikello)

13. Markkinoinnin ja viestinnän yhdistäminen ja tehostaminen (alueen tunnettavuus)
14. Alueen vetovoimaisuuden lisääminen uusille asiakasryhmille ja palveluntarjoajille

Mittarit

Hankkeen mittarit:

- Yhteinen masterplan vuoteen 2020 asti
- Masterplansuunnitelman pohjalta vuoteen 2020 mennessä:
 - Kuntien investointeja 2 kpl
 - Paljakan kaukolämpöverkko investointi
 - Ydinalueen kehittäminen (mm. lisäpaikoitusalueen rakentaminen, n. 1.milj. euroa)
 - Yritysten tekeminä investointeja 4 kpl
 - Ukkohallassa vuoteen 2020 suunniteltuja investointeja on 10 milj. euron edestä.
 - Paljakassa Tonkopuron kaava-alueelle majoitusrakentamisen liikkeelle saaminen.
 - Alueita yhdistäviä investointeja 2 kpl
 - Reittien kehittäminen ja rakentaminen yhdessä metsähallituksen kanssa.
 - Alueella uusia toimijoita 2 kpl
 - Lomarakentaminen kärkenä
- Uudet innovatiiviset markkinointitoimenpiteet (muut kuin messut, esitteet)
 - Alueella on kaksi toimivaa some-markkinointikanavaa.
- Alueiden yritysten yhteistoimintamalli
- Alueet yhdistäviä erilaisia teematapahtumia 4kpl (esim. alueiden välinen hiihtotapahtuma, kesätapahtumia 2)
 - Kukin tapahtumissa 500 osallistujaa/ tapahtuma
 - Tapahtumat jättävät alueelle 200€/osallistuja, josta syntyy uutta matkailutuloa 400 000 euroa / vuosi.

Kuntapäätäjien, yrittäjien ja sidosryhmien (metsähallitus jne.) yhteistapaamiset masterplanin suunnittelun yhteydessä

- Ukkohallan ja paljakan yrittäjien säännölliset tapaamiset

5. Toimenpiteet

Ukkohalla-Paljakka starttihankeen kärkitoimenpiteet:

1. Startata Paljakka-Ukkohalla alueen matkailualueiden yhteistyö
 - a. Määritellään yhteinen visio vuodelle 2020
 - b. SWOT-analyysi (alueittain ja yhdessä)
 - c. Yhteinen masterplani (yhteiset ja alueelliset kehityssuunnitelmat)
 - d. Toimenpidesuunnitelman aikataulutus

2. Koulutus
 - a. 6-8 päivän koulutus strategia- ja liiketoimintakoulutus masterplanien päivityksen yhteydessä
 - b. Tarpeiden mukaan tuotteistuskoulusta
 - c. Käytännön yhteistyömallin luominen

3. Yhteismarkkinointi
 - a. Monikanavainen markkinointistrategia
 - b. Kehittämistoimenpidesuunnitelma
 - c. Uusien tiedotuskanavien ja välineiden valinta ja niiden sisällöntuotantosuunnitelma
 - d. Sisällön tuottaminen kahteen valittuun nykyaikaiseen markkinointikanavaan (ei printti)
 - e. Yhteisesiintyminen matkamessuilla 2015
 - f. Alueet yhdistävien tapahtumien suunnittelu ja toteutus

4. Uusien – ja alueelle etabloituvien yritysten neuvonta sekä alueella jo toimivien yritysten liiketoiminnan kehittäminen
 - a. Toimintamallien ja yhteistyön suunnittelu
 - b. Liiketoimintasuunnitelman teko ottaen huomioon alueen erityispiirteet
 - c. Uusien liiketoimintamahdollisuuksien ja kasvun edistäminen jo toimiville yrityksille.

Master Plan

Alueen yhteinen master plan tehdään työpajoissa. Työpajoja pidetään 6-8 päivää, työpajat organisoii projektipäällikkö ja prosessin vetää ostopalveluna hankittava asiantuntija. Työpajapäivinä osallistujille tarjotaan strategiakoulusta jolla tuetaan yritysten mahdollisuuksia oman liiketoimintansa kehittämiseen yhdessä alueen muiden yrittäjien kanssa. Työpajojen välisinä aikoina tarvittavista toimenpiteistä vastaa projektipäällikkö ja hankkeeseen osallistujat. Hankkeen ohjausryhmä osallistuu ja ohjaa masterplanin toteutusta.

Starttihankeessa koulutuksen ja työpajatoiminnalla määritetään Ukkohalla-Paljakka alueen strategian keskeiset tavoitteet ja toiminnan suuntaviivojen valinta toimintaympäristössä. Strategia pitää sisällään sekä tavoitteet että toiminnan keskeiset suuntaviivat / toimintalinjat. Kysymys on valinnasta lukemattomien vaihtoehtojen joukosta, asioiden panemisesta tärkeysjärjestykseen ja myös tietoisesta kieltäytymisestä sinänsä monista hyvistäkin vaihtoehdoista. Alueiden yrityksissä tiedetään ja tiedostetaan tehdyt valinnat yhdessä, jotta ne voidaan myös toteuttaa määrätietoisesti ja kurinalaisesti

Yhteisen koulutuksen ja strategian avulla alueen yrityksillä on parempi valmius kohdentaa toimenpiteitään eri asiakasryhmiin niin kotimaisessa kuin KV asiakas-segmenteissä. Yhteisillä toimenpiteillä pyritään muokkaamaan ja vaikuttamaan valittuihin asiakasryhmiin ja sopeutumaan tapahtuviin muutoksiin.

Yhteisesti koulutettavia ja sovittavia asioita ovat:

- Perusarvot
- Visio
- Missio
- Strategia

Alueen perusarvot heijastavat yritysten ja omistajien näkemyksiä ja maailmankatsomusta. Ne voivat olla tapauksesta riippuen hyvinkin erilaisia, mutta yleensä ne kohdistuvat liiketoimintaan liittyviin tärkeinä pidettäviin asioihin.

Visio on Ukkohalla-Paljakka matkailualueen tulevaisuuden kuva. Se on näkemys siitä, millainen alue haluaa olla tulevaisuudessa 2020. Vision on oltava riittävän yksinkertainen ja ymmärrettävä. Hyvä visio on motivoiva ja innostava ja se luo mielekkyyttä tehtävälle työlle.

Suomeksi missio tarkoittaa toiminta-ajatusta. Se kertoo miksi Ukkohalla-Paljakka matkailukeskus on olemassa, ketkä ovat sen asiakkaita, mitä tuotteita ja palveluita se tuottaa ja millaisia tarpeita yritys tyydyttää. Tässä yhteydessä tehdään SWOT-analyysi. SWOT-analyysin avulla alue asemoidaan nykytilanteessa ja vuoden 2020 suhteessa kilpailijoihin ja asiakkaisiin. Samalla kartoitetaan lähiympäristön (Suomussalmi, Kuhmo, Ristijärvi ja Paltamon) yritysten mahdollisuudet tuottaa palveluja ja tehdä yhteistyötä.

Strategia nivoo perusarvot, vision ja toiminta-ajatuksen yhteen ja kertoo kuinka toiminta-ajatuksen pohjalta, perusarvoja noudattaen kurkotetaan kohden visiota. Strategia asettaa suuntaviivat ja kehykset, jotka ohjaavat operatiivista toimintaa ja prosesseja. Strategian avulla määritetään mm. Ukkohalla-Paljakka matkailualueen ja alueiden ydinosaaminen, kriittiset menestystekijät, kilpailuedut ja kuinka näitä käytetään hyväksi liiketoiminnassa. On tärkeä tehdä asiat oikein, mutta vielä tärkeämpi on tehdä oikeita asioita yhteisen päämäärän saavuttamiseksi.

Ukkohalla-Paljakka matkailualueen yhteisen strategian (toimintasuunnitelman) jälkeen määritetään tavoitteet, hankkeet ja aikataulut:

- Ukkohalla-Paljakka matkailualueelle
- Molemmille alueille omansa
- Yksittäisille yrityksille

Markkinointikanavat ja sisältötuotanto

MaterPlan suunnittelussa tehdään toimiva markkinointistrategia. Markkinointistrategian tulee vastata kysymykseen kuinka Ukkohalla-Paljakka matkailualue erottuu kilpailijoista? mitkä ovat alueen vahvuudet? Mitä keinovalikoimaa käytetään koti- ja ulkomaan markkinoinnissa kohderyhmittäin? Miten hyödynnetään uusia innovatiivisia verkkomarkkinointiratkaisuja?

Markkinointisuunnitelman tulee sisältää suunnitelman alueen yleisilmeen, alueen palvelutarjonnasta, jakelukanavista ja niihin yhteensopivan sisältötuotantosuunnitelma.

Suunnitelmassa ilmenee mitä markkinointikanavia otetaan käyttöön:

- Kotisivut (kotisivujen analyysi, uudistustarpeet ja sisältömarkkinointi)
- Mobiilisivut (suunnitelma helposti latautuvista ja oleellisen sisältö)
- Miten hyödynnetään hakukonemainontaa (hakukoneoptimointi, mainokset ja aktivointikampanjat)?
- Mitä sosiaalisen median kanavia käytetään (Twitterin, Facebookin, YouTube, Slideshare, Pinterest, Issuussa jne.)?
- Miten eri jakelukanavat integroituvat yrityksen omille kotisivuille?
- Muut hankkeen aikana esille tulevat innovatiiviset mahdollisuudet.

Toteutetaan kahdelle valitulle markkinointikanavalle sisältö, joka jälkeen alueen toimijat jatkavat uuden sisällön tuotantoa ja kehittävät hankkeessa tuotettua sisältöä vastaamaan kulloisiakin tarpeita.

Yrityskohtainen asiantuntiapalvelut

Yrityskohtaisia asiantuntiapalveluja ostetaan yrityksille niiden toiminnan kehittämiseksi. Yksittäiset yritykset toiminnan kehittämisen toimenpiteet voivat liittyä talouteen, rahoitukseen, toiminnan suunnitteluun ja markkinointiin.

Hanke ostaa asiantuntiapalveluja uusille aloittaville yrityksille liiketoiminnan suunnittelussa ja rahoituslaskelmissa ja etabloituville yrityksille alueelle siirtymiseen liittyviin tarpeisiin.

Hankkeen projektipäällikön tehtävät:

Hankkeeseen palkataan kokoaikainen projektityöntekijä jonka tehtävät ovat:

- Kokoaikaisen projektityöntekijän koordinoi yhteistoiminnan kehittymistä ja ohjaa sitä.
- Osallistuu Ukkohalla-Paljakka alueen ja yritysten kehittämistyöhön ja johtaa sitä.
- Vastaa työpajojen toiminnan aidosta vuorovaikutuksesta ja innovoi työpaja-toimintaa osallistujia.
- Hän tekee työpajoissa sovittuja tehtäviä yksittäisten yritysten ja yhteisten päämäärien saavuttamiseksi.
- Luo yhteistyöverkoston ja yhteistyötoimintamallin.
- Johtaa ja koordinoi ostopalveluina hankittua erityisosaamista strategia/masterplansuunnittelussa ja markkinointistrategia laadinnassa.
- Suunnitella alueen yrittäjien kanssa yhdessä alueen yhteiset tapahtumat ja toteuttaa ne.
- Osallistuu markkinointisuunnitelman tekemiseen (ideointi markkinakanavista ja niiden sisällöstä).
- Kartoittaa alueiden ulkopuolisia palvelun tarjoajia, jotka olisivat halukkaita osallistumaan Ukkohalla-Paljakka alueen kehittämiseen tuomalla omat tuotteensa alueelle.
- Selvittää jo toteutettuja hyviä käytäntöjä muissa matkailukeskuksissa ja jalostaa niitä tarpeen mukaan alueen käyttöön.

6. Toteutusaikataulu

Ukkahalla-Paljakka starttihake toteutetaan ajalla 1.1.2015 – 31.3.2016

7. Hankkeeseen osallistuja

Hankkeeseen osallistuu:

Paljakka

- Matkailuyhdistys Puolanka-Paljakka Oy / Matti Heikkinen
 - Paljakan Lomamajat / Matti Heikkinen
 - Röllimaa Oy / Pekka Keränen
 - Scanhammer ky / Pertti Heikkinen
 - Ukkohalla-Paljakka Oy / Kimmo Kyhälä
 - KoneKari Oy / Kari Järvelä (toimii myös Ukkohallassa)
 - Kentso Oy / Olli Vikström (toimii myös Ukkohallassa)
 - K-Market Merituuli Kokkola / Harri Vikström (toimii myös Ukkohallassa)
 - Kuljetus Reijo Torvinen
 - Taksi Pasi Suorsa
 - Pirttijärvi-Haapalainen Oy / Mikko Pirttijärvi
 - Juhan Safari ja Lomamatkat / Juha Haanela

Ukkohalla

- Hiihtokeskus Ukkohalla Oy / Kimmo Kyhälä
- Ukkohallan ravintolayhtiö Oy / Lasse Karvinen
- Paljakan Kiinteistöhuolto Oy (Hotelli Gasthalla) / Eija Heikkinen
- Ukkohallan Matkailupalvelu Oy / Jarkko Tolonen
- KeilaUkko Oy / Jarmo Pekkarinen

Kunnat

- Puolangan Kunta
- Hyrynsalmen Kunta

Hankkeeseen otetaan mukaan yrityksiä myös keskusten ulkopuolelta (myös muista kunnista). Yritysten tulee sitoutua yhteisen vision saavuttamiseen ja heidän toimintansa tulee tukea sitä. Alueella keskeisesti toimivien yritysten tulee maksaa yritysosuusmaksu 1500€. Pienemmillä toimijoilla hyväksytään mukaan lähtö myös muilla summilla.

8. Budjetti ja rahoitussuunnitelma

Kustannuslaji	1.11.2014- 31.12.2015	1.1.2016- 31.3.2016	Yhteensä €
1. Henkilöstömenot	50 728	8 455	59 181
1.1 Palkkakustannukset	41 580	6 930	48 510
- projektityöntekijä	41 580	6 930	48 510
			0
1.2 Henkilösivukulut	9 148	1 525	10 672
2. Flat rate 24%	12 175	2 029	14 205
3. Laitteet, tarvikkeet ja aineet	0		0
4. Palvelujen ostot	60 000	3 346	63 346
3.1. Asiantuntijapalvelut Master plan	25 000		25 000
3.2. Yrityskohtaiset asiantuntijapalvelut	10 000	3 346	13 346
3.3. Markkinointikanavien ja sisältötuotannonsuunnittelu hankinta	25 000		25 000
3.4. Messut			0
4. Vuokrat	0	0	0
5. Muut menot	0	0	0
TULOT YHTEENSÄ	122 902	13 830	136 732

Puolangan Kunta ja Hyrynsalmen Kunta	18 435,3	2 074,5	20 509,8
Yritykset	18 435,3	2 074,5	20 509,8
Kainuun Liitto / EAKR	86 031,6	9 680,8	95 712,3
	122 902,2	13 829,7	136 731,9

	[%]		€
BUDJETTI			136 732
Puolangan Kunta ja Hyrynsalmen Kunta	15 %		20 510
Yritykset	15 %		20 510
Kainuun Liitto / EAKR	70 %		95 712
			136 732