

Bygdeutvecklingsplan för Dikanäs

Plan utvecklad av bybor i Dikanäs

2013-12-31 inom ramen för

Leader-projektet:

Dikanäs - en nod in i framtiden

Dikanäs Bygdeutvecklingsplan

Planen är framtagen som ett projekt inom ramen för Leader-projektet –

Dikanäs en nod in i framtiden.

Foton: Evy Paulsson, Britt-Inger Wittavaara, Anders Haraldsson, Foto Dikanäs kyrka, hämtad från Vilhelmina kommuns fotoarkiv, okänd fotograf, bild nr: 00180

Kontakt: Sara Bodefors: sara@dikanas.se

Kan laddas ner som PDF på www.dikanas.dikaweb.se

Innehållsförteckning

Inledning.....	5
Arbetsätt.....	5
Bakgrund.....	6
Befolkningsutveckling.....	6
Föreningar och Samfund	7
Delområde 1: Turismstrategi.....	8
Turism – en allt viktigare näring	8
Destination Dikanäs - nuläge	9
Sagavägen	9
Kommunens strategi för Övre Voymådalen.....	10
Turistbyrå i Dikanäs	10
Workshop för turismutveckling.....	11
Turister – vilka är de?.....	12
Turister - vilka behov har de?	13
Tabell.....	15
Behov i alfabetisk ordning.....	15
Exempel på service och tjänster som finns i Dikanäs	15
.....	15
Dikanäs – vilka är våra styrkor?	16
Dikanäs – vilka är våra svagheter.....	17
Destination Dikanäs – möjligheter och problem	18
Destination Dikanäs – utvecklingspotential	19
Målgrupper.....	19
Profilområden	19
Samverkan	20

Företagsutveckling.....	20
Utbildning och kompetensutveckling.....	20
Kommunens roll.....	21
Kommunen som samordnare.....	21
Turistinformation i Dikanäs.....	21
Samverkan mellan kommunens olika verksamheter.....	21
En vision för Vojmådalen	21
Del område 2: Företagsstrategi.....	22
Företagsamhet och behovet av ett generationsskifte	22
Profilområden.....	26
Dikanäs – Vilka är våra styrkor?.....	26
Dikanäs – Vilka är våra svagheter?.....	26
Del område 3: Inflyttning och ungdomsstrategi.....	27
Samhällsservice.....	27
Unga Entreprenörer.....	27
Framtidsforum.....	28
Dikanäs – Vilka är våra styrkor?.....	30
Dikanäs – Vilka är våra svagheter?.....	31
Profilområden.....	31
Visioner/Utveckling.....	32
Resultat.....	33
Avslutning.....	33
Handlingsplan.....	34

Inledning

Inom Dikanäsbygden började en oro växa fram på grund av avfolkning, försämrade samhällsservice och inga tecken på en positiv utveckling. Om det inte sker någon inflyttning under den närmaste tioårsperioden kommer det inte längre att finnas något underlag för vare sig offentlig eller privat verksamhet. För att kunna bibehålla Dikanäs som en nod in i framtiden, utveckla orten på ett långsiktigt hållbart sätt och därmed även tillmötesgå det ökade intresset för rekreation i fjällen är det nödvändigt att skapa fler arbetstillfällen så att fler kan bo kvar men också att möjliggöra för människor att flytta till Dikanäs. Utifrån detta fanns en stark önskan om att något måste göras och att detta arbete borde inledas med en plan för bygdeutvecklingsarbete.

Syftet med en lokal utvecklingsplan är att tydliggöra och förankra visioner och mål för den egna bygden utveckling, för att lättare kunna diskutera och arbeta för gemensamma mål. För att uppnå detta är det nödvändigt att bredda företagandet och främja utvecklingen av ortens ekonomi med ett mer diversifierat näringsliv. Det kan ske både genom att ta utgångspunkt i befintliga resurser och ett utvecklat lokalt samarbete men också genom att utveckla innovativa strategier för olika nyckelverksamheter (ex. turismen) och nyckelgrupper (ex. ungdomar). Detta var början till att Dikanäs bygdeförening startade processen med en bygdeutvecklingsplan genom att ansöka om ett EU finansierat leaderprojekt.

Arbetssätt

Det samarbetet som på senare tid etablerats mellan föreningar och företag på orten har visat att behovet av en bygdeutvecklingsplan som inkluderar en turismstrategi, företagsstrategi och inflyttnings- och ungdomsstrategi för att på så sätt prioritera olika åtgärder. Utvecklingsplanen ska genomsyras av långsiktigt hållbar utveckling och baseras på ett omfattande deltagande av boende och besökare. Underlaget för bygdeutvecklingsplanen togs fram via olika forum och träffar i Dikanäs. Planen består av tre delområden som innehåller de framtagna strategierna från invånarnas egna bilder om hur framtiden skall se ut och analysen bygger på ett instrument för att ta fram bygdens styrkor och svagheter.

Bygdeutvecklingsplanen har arbetats fram genom ett leaderprojekt på två år med en projektledare som heltidsanställd. Där har företagare, föreningar och ortsbefolkning medverkat. Den bakgrund som tecknats ovan i inledningen, ger argument för att något måste göras. Utvecklingsmöjligheter finns och måste tillvaratas. För att få svar på frågan om vilken utveckling som är önskvärd eller nödvändig måste man starta med: - analyser av behov, - utredning om förutsättningar och möjligheter, - tillgängliga resurser, - förslag om åtgärder och struktur för insatser.

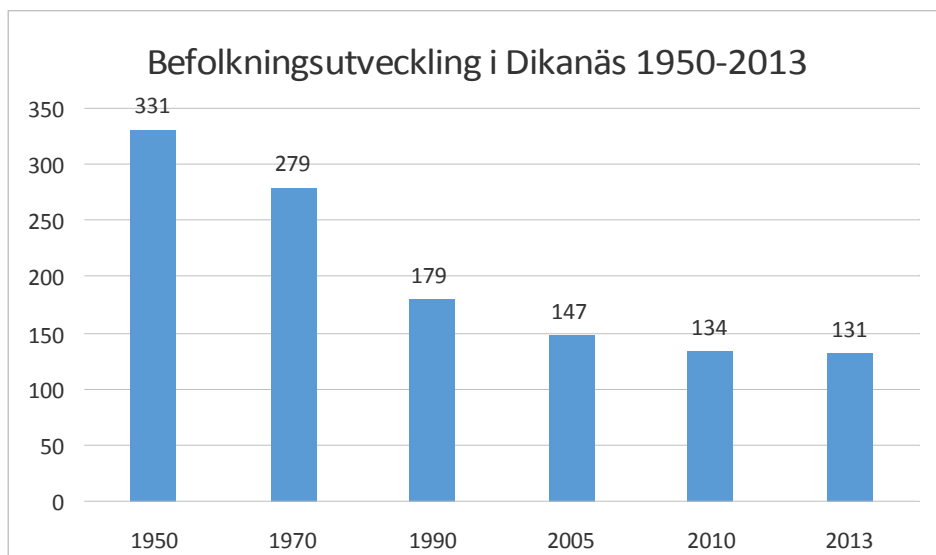
Bakgrund

Dikanäs ligger i Voymådalen, närmare bestämt i Övre Voymådalen i Vilhelmina kommun. Geografisk avgränsas den österut av odlingsgränsen, väster ut av den norska gränsen, söderut av Marsfjällsmassivet och i norr av Gardfjällsmassivet. Genom dalgången går Sagavägen.

Dikanäs har under lång tid utgjort en central nod i övre Voymådalen. Det var här som offentlig service i form av skola, sjukvård, post, polis, tull, men även svenska kyrkan och ett antal frikyrkor tidigt etablerades för att ge service till omgivande byar. Dikanäs utgjorde även en viktig mötesplats för det samiska samhället och de nybyggare som flyttade till området. Här finns fortfarande offentlig service i form av skola, barn- och äldreomsorg, samt en läkarmottagning men även restauranger och handel. Här finns således det mesta om än i liten skala till gagn för både boende och besökare, men som de flesta mindre orter lider Dikanäs av konsekvenserna av minskat befolkningsunderlag och minskad lokal service.

Befolkningsutveckling

Till följd av utflyttning och en åldrande befolkning befinner sig samhället i en negativ spiral. Om det inte sker någon inflyttning under den närmaste tioårsperioden kommer det inte längre att finnas något underlag för vare sig offentlig eller privat verksamhet.



Under de senaste åren har befolkningsmängden minskat och det behövs ett återflöde av en yngre generation.

Föreningar och Samfund

Dikanäs har ett aktivt föreningsliv och arrangemangen är många för alla åldrar men de är mest koncentrerad till sommarperioden. Då blomstrar fjällbygden med många kulturella arrangemang, för turister och bofasta. Föreningen är motorn i byn och samverkar med de övriga föreningarna i området. Att det finns så många föreningar och därmed många som arbetar med föreningsliv stärker också gemenskapen. Byn fungerar också som en grannsamverkan utan att vara organiserad med den trygghet det innebär.

I Dikanäs finns många styrkor och tillgångar som bygger på ett starkt engagemang i bygden och den starka sammanhållningen. Det är tillgångar som man ganska enkelt kan använda när det handlar om trivsel, företagande och information/marknadsföring. Det finns många mötesplatser och årligen återkommande arrangemang såsom Dikanäs sommar, byafest, hösthelg, skoterorientering och julfest.

- ✧ Dikanäs Bygdeförening.
- ✧ Dikanäs Idrottsförening.
- ✧ Dikanäs Skoterförening.
- ✧ Dikanäs Jaktskytteklubb.
- ✧ Dikanäs PRO.
- ✧ Fjällbygdens Nybyggarförening.
- ✧ Övre Vojmådalens Bygdeförening.
- ✧ Kittelfjälls Skoterförening.
- ✧ Matsdals Hembygdsförening
- ✧ Filadelfia.
- ✧ Vilhelmina/Stensele församling.

Delområde 1: Turismstrategi



Turism – en allt viktigare näring

Turismen fortsatte att växa sig stark under 2012. Det märks inte minst i effekter på sysselsättningen i förhållande till den totala sysselsättningsutvecklingen i Sverige. Mätt i medeltal sysselsatta har antalet personer som arbetar med turism ökat med cirka 28 procent sedan 2000, jämfört med åtta procent av den totala sysselsättningen. Idag är antalet sysselsatta inom turismnäringen fler än i många storföretag tillsammans (Tillväxtverket 2013).

Om vi bryter ner detta till Vilhelmina kommun utgör den totala omsättningen för turismen 226 miljoner kronor, av dessa genereras 131 miljoner från övernattningar. I Vilhelmina kommun är 194 personer årstidsysselsatta inom turismen. Turismen ger 12,6 miljoner i skatteintäkter från sysselsättning i de företag som direkt påverkas av besökares utlägg. Den samhällsekonomiska effekten av skatteintäkterna är 32,9 miljoner.

Den kommersiellt största boendeformen är hotell, vilket genererar drygt 17 miljoner kronor. Den omsättningsmässigt största kategorin är dagsbesök inklusive skiddagar och liftkort, vilket står för 27 % av den totala turismomsättningen i kommunen. Besök hos släkt och vänner och i fritidshus beräknas vara 56 % av de totala övernattningarna och i omsättningsandel 37 % (Andersson, 2012).

Turismen är således en tillväxtbransch med potential att generera fler jobb, särskilt för unga, och det är därför av stor vikt att utforma mål och strategier för att om möjligt kunna ta del av den växande kakan. Enligt Vision 2020 är målet att fördubbla besöksnäringen. Viktiga framgångsfaktorer anses vara platsens eller aktivitetens attraktionskraft. Platsen i sig lockar emellertid inte besökare om det inte finns en stödjande infrastruktur. För att skapa konkurrenskraft är ett utvecklat samarbete mellan många olika aktörer – privata och offentliga - nödvändigt.

Syftet med den här turiststrategin är att identifiera styrkor och svagheter samt hot och möjligheter för Dikanäs som turistdestination som ett första steg på vägen mot ett fördjupat samarbete mellan företag och föreningar samt Vilhelmina kommun.

Destination Dikanäs - nuläge

Dikanäs ligger i Vojmådalen, närmare bestämt Övre Vojmådalen i Vilhelmina kommun. Geografisk avgränsas den österut av odlingsgränsen, väster ut av den norska gränsen, söderut av Marsfjällsmassivet och i norr av Gardfjällsmassivet. Genom dalgången går Sagavägen.

Dikanäs fungerar som servicecentrum i dalgången där det finns förskola, skola, distriktssköterskemottagning, livsmedelsbutiker, diverseaffär, café, matservering, bensinmackar, taxi, säsongssöppen turisminformation, kyrka, idrottsanläggningar, längdskidspår, rumsuthyrning, stugby och äldreboende mm. Dikanäs hade år 2010 134 bofasta innevånare.

Den största turistorten i dalgången är Kittelfjäll. I Kittelfjäll finns det skidbackar och liftanläggningar, två hotell, tre matserveringar, ett flertal rums- och stuguthyrningar, ett stort antal fritidshus, längdskidspår och flera olika aktivitetsföretag. I Kittelfjäll sker det i dagsläget en snabb utveckling av turismen. Såväl antalet bäddar som antal skidområden ökar. I byn Grönfjäll finns det i dagsläget två stugbyar, en verkstad, en frisör och en massör. Turistföretagen i byn utvecklar sin verksamhet kontinuerligt. I byn Gränssjö uppe vid Norska gränsen utvecklar turistföretaget Gränssjöarna sin verksamhet med fisketurism och stugby. I byn Matsdal finns även en viss stuguthyrning. Tidigare har det även funnits slalombacke och matservering i byn. Dessa är nu nedlagda.

Sagavägen

Dikanäs når man antingen genom att köra längs Sagavägen eller via avfarter från E12an (Slussfors) eller E45an (sydväst om Stensele). Sagavägen som löper genom Övre Vojmådalen, sträcker sig mellan Örnköldsvik på Högakusten vid Östersjön via Åsele, Vilhelmina, Dikanäs, Kittelfjäll, Hattfjelldal, Vefsn, Grane och ut till Sømna, Brønnøy, Leirfjord, Alstahaug, Vevelstad, Vega, Herøy och Dønna i Helgeland vid Atlant kusten. Sagavägen är en helårs öppen väg som fått sitt namn efter de många sagor och sägner som om fjällen ute vid Helgelandskusten. Mellanriksvägen öppnades mellan Sverige och Norge 1967. Samma år som vägen öppnades instiftades även Sagavägenföreningen ett samarbete mellan kommunerna som vägen löper genom. Sagavägenföreningen bildades för att man skulle arbeta med utveckling av näringsliv, kultur och turism. De har tidigare varit aktiva med att stötta utbyte mellan skolor och idrottsföreningar. Sagavägen har drivit olika utvecklingsprojekt i regionen med syfte att utveckla näringslivet och turismen. Det har i flera år varit tal om att man ska

ta fram en ny broschyr och en ny hemsida, men det har ännu inte skett.

Det finns bussförbindelse mellan Vilhelmina och Dikanäs. Den ringbil som tidigare länkade mellan E12 och Dikanäs har dessvärre lagts ned.

Närmaste flyg finns i Hemavan och Vilhelmina, men det finns även flygplatser i Norge (Mo i Rana och Mosjöen).



Kommunens strategi för Övre Voymådalen

I sina övergripande mål för Vilhelmina kommuns budget och strategiplan 2011 – 2014 (Vilhelmina kommun, 2010) framgår det att den politiska ledningen vill utveckla kulturhelger som Hembyggsdagarna, Mikaeli och Fatmomakkehelgerna. Ingen kulturell helg i Voymådalen nämns i utvecklingsplanerna. Målen för Övre Voymådalen är enligt denna strategiplan att man vill skapa förutsättningar för jakt- och fisketurism, utveckla hyreshuset i Dikanäs, behålla skolan i Dikanäs samt ge förutsättningar för äldre att bo kvar i närområdet. Några övriga politiska mål eller strategier finns inte för Övre Voymådalen. I den strategi som vidareutvecklats på tjänstemannanivå lyfts Sagavägens utvecklingspotential fram.

Turistbyrån i Dikanäs

Turismen i Voymådalen domineras under vintern av alpin skidåkning i Kittelfjäll, skoterturism, stugägare och fisketurism. På sommaren utgörs den i stor utsträckning av fisketurism, fjällvandring och fritidshusboende och på hösten jakt- och fisketurism, bärplockning. I Kittelfjäll är det än så länge stort fokus på vinterturism medan Dikanäs har turister året runt men med viss övervikt på sommaren.

Dikanäs Bygdeförening har under flera år erbjudit olika arrangemang och aktiviteter för turister och bofasta, främst under sommaren. Dikanässommar har vid det här laget blivit ett etablerat begrepp. Föreningen har i samarbete med Vilhelmina kommun drivit en turistinformation under sommarmånaderna i Dikanäs som har fungerat som ett nav för sommaraktiviteterna. Igenom snitt 892 besökare per månad.



Workshop för turismutveckling

För att utveckla en väl förankrad strategi för Destination Dikanäs inbjöds företag och föreningar till en workshop för att analysera styrkor och svagheter, hot och möjligheter för turismutveckling i Dikanäs. Genom en så kallad SWOT-analys strukturerades arbetet kring en rad frågeställningar. SWOT-analys är användbar för att utveckla verksamheten ur ett turismperspektiv, när man ska formulera en verksamhetsidé eller värderingar.

Workshopen strukturerades kring följande frågeställningar.

- Turister- vilka är de?
- Turister – vilket behov har de?
- Dikanäs – vilka är våra styrkor? Vad kan vi erbjuda?
- Dikanäs – vilka är våra svagheter? Vad saknas idag?
- Dikanäs – vilka är utvecklingsmöjligheterna och problemen?
- Vad kan vi utveckla själva – vad behöver vi hjälp med?



Turister – vilka är de?

För att få en bild av flödet av turister fick deltagarna i uppgift att identifiera vilka olika typer av turister som besöker Dikanäs samt under vilken årstid. Som figur x visar är skillnaderna mellan årstiderna inte särskilt stora. Vissa kategorier av turister besöker Dikanäs året runt medan andra kategorier är mer säsongsbundna.

Hemvändare, d.v.s. de som har rötter i Dikanäs, är kanske inte turister i egentlig mening. De besöker emellertid Dikanäs året runt och utgör därmed en stabil kategori av besökare med god kännedom om vad som finns respektive inte finns att tillgå i Dikanäs. De är också lätta att identifiera och kontakta för undersökningar av behov och önskemål.

Fritidshusboende är en annan kategori som dyker upp under samtliga årstider. Eftersom de har valt att bygga fritidshus i området är de också förhållandevis trogna området. I vissa områden har de organiserat sig i intresseföreningar.

Vissa kategorier av turister är mer säsongsberoende. Campingturism förekommer främst under sommar och höst, liksom även fjällvandring, cykel och MC-turism. Skoterturism och skidåkning är helt naturligt koncentrerade till vinter halvåret inklusive vårvintern. Fisketurism förekommer under vinter, vår(vinter) och sommar men inte höst. Under hösten förekommer däremot jaktturism, samt svamp och bärplockning. En kategori som besöker Dikanäs året runt är naturfotografer.

Det som skiljer kategorierna av turister åt är dels boendeform dvs om den är mer eller mindre permanent, om turismen är förknippad med olika aktiviteter och om aktiviteterna är säsongsberoende eller inte.

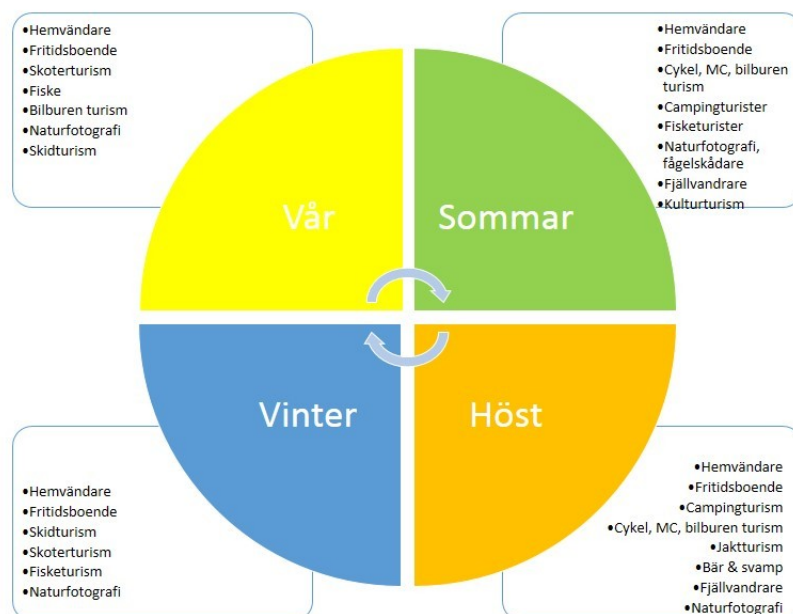
Turister - vilka behov har de?

Deltagarna på workshopen identifierade vilka behov de olika kategorierna av turister har. Dessa kan delas in i **basala behov** som till exempel boende, mat och bränsle, samt **aktivitetsrelaterade behov**.

En viktig förutsättning för att turister ska kunna stanna till i Dikanäs är att det finns någon form av boende. Boende kan utgöra såväl fritidshus, campingstugor, tältplatser, husvagns-/husbilsplatser, vandrarhem och hotell. För att locka olika kategorier av turister och året runt krävs ett brett utbud som kan tillgodose olika behov av boende på kort respektive längre sikt men även beroende på årstid.

Grundläggande service i form av matbutiker som kan tillhandahålla utlämning systembolag, apotek, svenska spel och post/gods är också av avgörande betydelse för att turister ska kunna vistas en längre tid i Dikanäs. Även tillgång till bränsle är av vikt i Dikanäs eftersom bilen utgör det primära färdmedlet för att ta sig till Dikanäs. Bränsle utgör också en viktig förutsättning för den växande skoterturismen.

Restauranger och caféer, d.v.s. att det går att få sig någonting att äta, är något som efterfrågas året runt av turister som besöker Dikanäs. Det rör såväl de som passerar Dikanäs under till exempel en längre bilresa men även de som vistas i Dikanäs under en längre period och som vill få lite variation mellan till exempel hemlagad mat i husvagnen och en restaurangmåltid.



Den basala servicen i form av butiker och restauranger – men även sjukvård - är något som även kommer de bofasta i Dikanäs till del.

Även specialbutiker som förmår att hålla byggvaror, inredning samt fiskedon och jakttillbehör är en viktig förutsättning för att turister av olika kategorier ska gynna orten framför andra. Detta är också något som de bofasta kan dra nytta av.

Behov som är kopplade till olika aktiviteter som till exempel försäljning av jakt- och fiskekort, uthyrning av skoter, cyklar och kanoter, guideverksamhet men även upprätthållande av vandringsleder på sommaren och skoter och skidspår på sommaren är service och tjänster – och därmed även potentiella arbetstillfällen - som den bofasta befolkningen kan erbjuda de som besöker Dikanäs. Ett problem med den här typen av service är att de ofta är säsongsberoende och att det kan vara svårt att ta betalt för tjänsterna (ex. skidspår, skoterleder) alternativt att ta tillräckligt mycket betalt för att kunna leva av att erbjuda tjänsterna.



Tabell

Behov i alfabetisk ordning	Exempel på service och tjänster som finns i Dikanäs
Aktiviteter	Sporthall, skridskobana, lekpark, elljus/skidspår, fotbollsplan, tennisbana, skyttebana, badplats
Apoteksombud	Konsum Dikanäs
Bensinstation/Kortautomat	Dikanäs Fjällhandel
Boende	Å – hemmet, Sagaboden
Byggvaror	Dikanäs Sport o Special, Björkängens Snickeri
Café	Café Koppen, Sagaboden
Föreningsliv	Bydeförening, idrottsförening, skoterklubb, jaktskytteklubb, PRO, Svenska kyrkan, Filadelfia
Infrastruktur	Fiberbaserat bredband
Jakt/fiskekort	Dikanäs Sport o Special
Kulturliv	MC-muséum, Kyrka
Leder/spår	Vandringsleder, skidspår, skoterspår
Matbutiker	Konsum Dikanäs Dikanäs Fjällhandel
Matservering	Sagabodens Mat & Café Sagagården - skolmatsal
Natur	Närhet till svamp och bärplockning, Klitvallen, pulkabacke
Post/ gods ombud	Dikanäs Fjällhandel Konsum Dikanäs
Sjukvård/omsorg	Distriktsköterska Deltids brandkår Sagagården - äldreboende
Skola	Fjällripan – dagis och förskoleklass Dikanässkola – grundskola till årskurs 9
Specialbutik	Dikanäs Sport o Special
Stuguthyrning	Kvarnforsens Camping Vildmarkscamp
Svenska Spel	Dikanäs Sport o Special
Systembolagsombud	Dikanäs Fjällhandel
Utförsäkning	Närheten till ca 59 nedfarter i en omkrets av 1 timme/10 mil
Övrigt	Snöröjning, vedförsäljning

Dikanäs – vilka är våra styrkor?

I nästa steg fick deltagarna i uppdrag att identifiera Dikanäs styrkor ur ett turistiskt perspektiv. Styrkorna gäller dels det geografiska läget och själva platsen Dikanäs; dels variation av aktiviteter och högt betyg vad gäller service och bemötande.

- **Det geografiska läget,**
 - centralt mellan flera flygplatser Vilhelmina, Hemavan och Mosjön i Norge.
 - Stort "upptagningsområde" för turister från Norge, Ö-vik, Umeå, Skellefteå, Boden och Luleå.
 - Sagavägen är inte enbart en viktig transportlänk utan erbjuder många platser med intressanta sägner och sagor längs hela sträckan.
 - Närhet till E12 och E45
- **Naturen,** oexploaterad natur med bra förutsättningar för
 - vandring, cykling, fiske och småviltsjakt
 - friluftsområden och naturreservat med goda möjligheter till åretruntturism (skidor, vandring, mountainbike m.m.)
- **Kulturen**
 - unik kulturhistoria (samisk och nybyggarkultur).
 - ett bra sommarprogram – "Dikanässommar"
 - hantverk, konst design
 - flera unika besöksmål, t.ex. MC museum och Vilhelmina Kommuns äldsta Kyrka



Dikanäs – vilka är våra svagheter

Även svagheterna identifierades. Svagheterna rör dels kommunikationerna och grundläggande infrastruktur dels Dikanäs som varumärke och hur det marknadsförs. Även om det finns många olika typer av aktiviteter är dessa i mångt och mycket säsongbetonade vilket identifierades som en svaghet.

- **Kommunikationer**

- Bil är i stort sett det enda realistiska färdmedlet att ta sig till Dikanäs. Bussförbindelserna är begränsade särskilt sedan ringbilen mellan E12 och Kittelfjäll lades ner. Förbindelserna mellan flygplatserna i Hemavan och Vilhelmina och Dikanäs/Kittelfjäll är även de begränsade.

- **Mat och logi**

- Utbudet av boende för korttidsuthyrning är begränsat. I nuläget finns endast ett begränsat antal rum för uthyrning. Stugbyn som ligger en bit utanför tätorten är till salu.
- Utbudet av restauranger och caféer är även det begränsat och till viss del säsongöppning.
- Trots fina råvaror och omfattande köttproduktion i dalgången är utbudet av lokala produkter och förädlad mat i restaurang och handel litet.

- **Marknadsföring och aktiviteter**

- Det är oklart vad som utmärker Dikanäs – avsaknaden av ett varumärke försvårar marknadsföring av orten.
- Det saknas resurser för marknadsföring och skyltning och turistisk information är bristfällig på många platser.
- Det finns ingen samordnad marknadsföring mellan exempelvis handel (och övriga näringslivet) kultur och turism.
- Många aktiviteter är säsongbundna.
- Få/Inga bokningsbara produkter.



Destination Dikanäs – möjligheter och problem

Även om en solnedgång över fjällen är en obeskrivbar upplevelse och väl värd att unna våra besökare, är det inte tillräckligt som "produkt" om vi ska kunna locka fler turister att besöka Dikanäs. Med produkter avses, förutom basal service som mat och boende, aktiviteter och upplevelser som utgör själva anledningen till besöket. Det är en fördel om produkten är lättillgänglig men kräver någon form av "bearbetning" som det går att ta betalt för. Exempel på produkter är paketresor, evenemang, temaparker och planerade rundresor.

Deltagarna på workshopen enades om att produktutveckling alltså bör stå i fokus för Dikanäs som destination det närmaste decenniet. Det handlar både om att stärka existerande produkter liksom att skapa nya, i samverkan mellan aktörerna. För detta krävs kompetens, samarbete mellan företagen och stöd av kommunen och i vissa fall förmåga att attrahera kapital. Deltagarna på workshopen fick i uppdrag att lista produkter som vi kan utveckla själva respektive produkter där det kan behövs stöd och hjälp utifrån.

Produkter som vi själva kan utveckla:

- Attraktivare hemsida
- Badudden
- Camping i byn
- Fler boendeformer
- Fler utflyktsmål, aktiviteter
- Gatukök
- Klitvallen
- Maskinservice
- Pulkabacken vid "badtjärnen"
- Resurssamordnare (ex. stugservice)
- Skidspår
- Skoter -och vandringsleder
- Styrketräningslokal
- Utbilda lokala guider
- Uthyrning av friluftsutrustning



Produkter som vi är intresserade av men som vi inte kan/har kapacitet att utveckla själva

- Allmän service, bad och tvätt
- Badhus, SPA-anläggning
- Danslokal typ Folkets Hus
- Fler och utvecklade vandringsleder
- Kontanthantering
- Matservering året-runt ex. genom avtal om Sagagårdens kök
- Pub
- Put-and take-fiske
- Samlings- och konferenslokaler
- Större vägskyltar, rastplatser
- Turist-"appar" kopplade till besöksmål
- Uthyrning av kommunens lägenheter (möblerade)

Destination Dikanäs – utvecklingspotential

Workshopen bidrog till att lägga grunden för en strategi med syfte att utveckla Dikanäs som en attraktivare turistdestination.

Målgrupper

Vissa kategorier av turister besöker Dikanäs året runt, medan andra är säsongssanknuta och förknippade med vissa aktiviteter. Dessa kan delas in i följande viktiga målgrupper.

- **Hemvändare och fritidshusboende.** En viktig kategori är de så kallade hemvändarna och fritidshusägarna som är trogna orten och som besöker Dikanäs i stort sett året runt. Många av dessa deltar i och uppskattar det stora och varierade utbudet av aktiviteter som ingår i Dikanässommar. Här sker ett arbete med att utvärdera och uppdatera programmet och att tillmötesgå de åsikter som framkommit i samarbete med utvärderingen.
- **Aktiva besökare** – De som söker en fritid med nya utmaningar med möjlighet till fiske, vandring, naturupplevelser med mera.
- **WHOP** eller Wealthy Healthy Older People. Denna grupp är köpstark och ställer krav på en aktiv tillvaro. De spenderar gärna mer pengar för att få en upplevelse med hög kvalitet.
- **Besökare från andra länder** – många av våra besökare i dag kommer från Danmark, Tyskland och Holland. Dessa bör även i fortsättningen vara en av våra stora målgrupper.

Profilområden

Workshopen konstaterade att det är inte enbart den storslagna fjällmiljön som utgör en viktig attraktionskraft för Voymådalen utan kombinationen natur och kultur. Det är värdefullt att det finns en levande kultur, såväl nybyggar- som samisk kultur, som redan idag attraherar besökare men där det finns utvecklingspotential.

- **Naturen** – potential att utveckla olika aktiviteter relaterade till jakt, fiske, vandring och skid- och skoteråkning.
- **Kulturen** – potential (i dessa tider av gör-det-själv och handla lokalproducerad mat) att utveckla kurser i hur man tar tillvara på naturens produkter (matlagning) men även kurser i olika former av hantverk (slöjd).

Samverkan

Samverkan är ett nyckelord som bygger på att kommunen och besöksnäringen gemensamt strävar mot samma mål. Genom att utveckla nätverk och stärka de inbördes banden mellan företagen i form av kunskap om varandras verksamheter skapar man en konkurrenskraftig destination.

Gästen/besökaren är i fokus. Företagen ska enkelt kunna komma i kontakt med kommunens turismansvariga och få kvalitativ rådgivning och feedback. Det bygger på ett ömsesidigt engagemang som alltid ser till besöksnäringens bästa. Här är det viktigt att alla parter oavsett verksamhet är väl medveten om sin roll i besöksnäringen. Det allra bästa betyg som vi kan få är gäster som kommer tillbaka och som sprider ett positivt omdöme vidare till släkt och vänner.

Företagsutveckling

Det finns flera områden att fokusera på gällande näringsutveckling inom besöksområdet.

Några exempel är:

- Marknadsföring som blir allt viktigare för att nå rätt kundgrupper. En genomtänkt marknadsplan och gemensam strategi skapar bättre förutsättningar.
- Paketering av utbudet i samverkan med flera företag för att underlätta för kunden och för att lämna ett "all inclusive", vilket flera målgrupper efterfrågar.
- Webbsida som är en av de viktigaste kanalerna till kunden och ständigt måste uppdateras, utvecklas och förnyas.
- Online-bokning som blir allt viktigare men kräver en större administrativ organisation.

Men som workshopen konstaterade krävs också utveckling av boendeformer, matservering och aktiviteter. Det finns potential för den som vill och vågar starta företag inom dessa områden att lyckas.

Utbildning och kompetensutveckling

Workshopen konstaterade också att möjligheten att erbjuda företagen inom besöksnäringen kompetensutvecklande kurser och föreläsningar bör ses över. Genom att utbilda 10 lokala guider för både besöksmål, sevärdheter och naturguidning med fyra grundläggande teman; urskog, fiske/jakt, fjäll och historia kultur kan vi skapa nya besöksmål och upplevelser inom turismen. En större samverkan i fjällregionen kan öppna nya möjligheter för företagande och utveckling. Genom utbildningen får man även ett större nätverk där man kan utbyta erfarenheter mellan olika kulturer och tankesätt.

Kommunens roll

Det finns många aktiviteter eller produkter som kan utvecklas inom ramen för befintlig verksamhet eller som ett led i företagsutveckling. Men det är även många aktiviteter som vi inte kan eller har kapacitet att utveckla själva. I vissa fall krävs bistånd från kommunen.

Kommunen som samordnare

Workshopen konstaterade att kommunens turistverksamhet har en viktig funktion som samordnare. Förutom goda relationer till enskilda entreprenörer är det viktigt att utveckla och behålla god kontakt med föreningslivet och andra aktörer i hela kommunen. Här behöver lokala entreprenörer bistånd med god omvärldsbevakning på turism och besöksnärsområdet och förmedlade av kunskap om förändringar och trender. En central funktion är även marknadsföring.

Turistinformation i Dikanäs

En turistinformation ska arbeta med mottagande och fungera som en bokningscentral och förmedlare för både boende och aktiviteter. En annan viktig funktion är att personalen har god kunskap om sevärdheter, aktiviteter och så vidare för att kunna förmedla detta till besökaren via olika kanaler. Den viktigaste delen är att kommunens övergripande turistplanering måste inkludera turistinformatörer i tillväxtområdena "fjälldalarna". Utan turistinformation finns risken att turisterna kör förbi och inte stannar för att gynna affärer och andra näringsidkare. Det betyder att behoven och därmed sysselsättningen minskar i bygden. Eftersom denna verksamhet inte är planlagd och budgeterad av Vilhelmina kommun är det en årlig kamp att få denna verksamhet att fungera. Här krävs en långsiktig och stabil lösning som kan utgöra en grund för fortsatt utveckling i fjälldalarna.

Samverkan mellan kommunens olika verksamheter

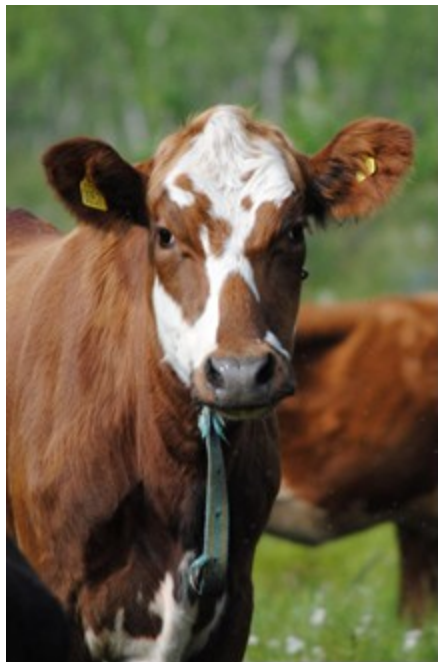
Kommunens alla enheter med påverkan på besöksnäringens utveckling, såsom kultur och fritid, miljö och bygg, tekniska och räddningstjänsten har stor betydelse för både de enskilda företagens möjligheter till utveckling och besökarnas trivsel. Dessa enheter måste samverka för att skapa de bästa förutsättningarna.

En vision för Voymådalen

Den vision som kommunen antagit för Övre Voymådalen och Dikanäs (se sid 5.) saknar övergripande mål och ambitioner för utveckling. Inför valet förväntar vi oss att samtliga partier presenterar en vision för hur de vill att turismen ska utvecklas i hela kommunen samt vilka specifika åtgärder de vill vidta för att vi ska kunna nå den visionen.

Del område 2: Företagsstrategi

Befolkningsutvecklingen påverkar i hög grad förutsättningarna för den kommersiella servicen på orten. Den bofasta befolkningen utgör en viktig bas för till exempel handeln, men i vilken utsträckning som tillresande nyttjar den lokala servicen är också av avgörande betydelse för de lokala butikernas och företagens lönsamhet. Konkurrensen från näringsidkare på andra orter och internethandeln påverkar också de lokala företagen. Dikanäs har emellertid ett bra och väl samlat affärscentrum som ligger på en strategisk plats i förhållande till trafikströmmarna och har därmed en hög potential för utveckling.



I Dikanäs finns ett stort antal småföretag baserad i olika näringsgrenar såsom rennäring, jordbruk, skogsbruk, servicenäringar, transport, byggnation, turism, bilreparationer, friskvård, hemslojd.

Området har 81st registrerade företag och under 2013 registrerades 6st nya företag. Även om vi ser förändringar i minskat företagande och arbetstillfällen har området en expansiv potential och bygden har möjlighet att utvecklas och överleva.

Företagsamhet och behovet av ett generationsskifte

I syfte att få en bättre inblick i vilka mål och behov företagen på orten har, genomfördes en intervjustudie med ett antal företagare på orten. Företagen som deltagit i studien är allt från affärsverksamhet till åkeri och åldrarna på dem är övervägande övre medelåldern men det finns även yngre representerade.

Intervjuerna strukturerades kring följande frågeställningar.

1. Vart är ditt/ert företag om 10 år?
2. Hur tar ni er dit?
3. Vad behöver ni för stöd/hjälp för att ta er dit?
4. Hur kan projektet bidra till utvecklingen?
5. Vad behövs för att gynna företagande i Dikanäs?



När det gäller den första frågan så tror hälften av de tillfrågade att deras företag är sålt eller har överlåtits till någon annan, medan en av dem tror att dennes företag är nerlagt. En av företagarna tror att denne själv inom något år kommer att ha minskat på arbetet och en annan tror att inriktningen på företagsidén har ändrats. Någon anser att dennes företag är oförändrat men det finns möjlighet till utveckling om en ny generation tar över verksamheten. Den siste av de intervjuade hoppas och tror att företaget utvecklats till heltidsarbete..

Intervjuerna visar att det inom kort kommer att finnas åtminstone fem företag till försäljning på orten. Det motsvarar ca 5-8 arbetstillfällen och är en viktig förutsättning för inflyttning!

Bland de företagare som ser att företaget finns kvar efter 10 år är det framförallt ett kunskapslyft som ska bidra till flexibla möjligheter till mångsyssleri, att kunna arbeta i flera olika branscher som resulterar i heltidsarbete. Flera av företagen är inom en bransch som har goda utvecklingsmöjligheter om hjälp till startkapital finns. Det behövs även större företagslokaler eller ett gemensamt företagshus för att kunna utveckla företagsidéer. Legotillverkning av flera olika produkter inom till exempel livs, trä och metallindustri skulle kunna produceras på orten. Några företag ser att deras verksamhet kan fortleva genom ett generationsskifte inom 10 år.

Slutsatser man kan dra av denna studie är att när man ser på företagarnas ålder, så börjar flera att närma sig pensionsåldern. Det kommer med andra ord att ske någon form av generationsskifte som antingen leder till att företag läggs ner eller att det skapas utrymme för nya företag genom försäljning av företag.

Av intervjuerna framgår det att några företagare menar att det är en livsstil och man måste vara medveten om både fördelarna och nackdelarna med att driva företag, man måste ha viljan och modet att våga satsa. De anser att det är viktigt med visioner, engagemang och samarbete, även företagare emellan. De önskar att handeln ska öka och att folk i bygden ska känna köptrohet till de företag som finns här i området. Företagarna tycker att gemensam marknadsföring behöver förbättras och annonsering efter entreprenörer och en riktad reklam om bygden behövs. De anser att ett bra kontaktnät är viktigt för företagarnas överlevnad, men även genom en förbättrad marknadsföring kan också kundkretsen öka. Intervjupersonerna tog upp de stora möjligheterna med Sagavägen och att de norska turisterna är köpstarka, genom dem kan handeln stärkas i området. De tycker att samarbetet och utvecklingen av Sagavägen föreningen skulle kunna effektiviseras. Området har stor potentiella att utöka besöksmål/sevärdheter. Åretrunt turism är några av nycklarna för ett utökat kundunderlag med fokus på ökat antal besökare men även med att få genomresande att stanna/vistas i byn, närområdet, dalgången.

Ett annat behov som framkommit är kompetenshöjning i bland annat yrkeskunskaper, entreprenörskap och företagsekonomi. Det behövs ett bättre samarbete med kommunens Lärocentrum som en kompetenshöjande åtgärd. Kunskap är viktig för entreprenörskap, inte bara inom

den befintliga lokalbefolkningen. Utan även för att attrahera inflyttande personer med rätt kompetens som skulle gynna rekrytering till företagen. Problematiken inom vissa branscher är de stora kostnaderna som tillkommer för de olika certifieringarna som de anställda behöver för att kunna utföra arbetet. Detta medför stora kostnader för företagen. För att stärka attraktionen till bygden behövs en servicecentral och i den lokalen föreslås arbetsförmedling, lärcentrum och turistbyrå inrymmas.

Några företagare efterlyste ett företagshus där verksamheter kan bedrivas året runt, där företag med legotillverkning kan förverkliga och utveckla sina idéer. Att utöva mångsyssleri är viktigt anser några företagare, speciellt att inte låsa sig inom ett område. De vill även att kommunen ska öka samarbetet med bygdens företagare. Ett exempel är när bygglov beviljas hos kommunen ges förslag på olika företag som kan utföra arbetet, men att dessa förslagna företag inte kommer från trakten. När upphandlingar ska göras bör det ges möjligheter till att flera lokala företag ska kunna samarbeta och lägga anbud. Det skulle gynna bygdens företagare. De tillfrågade anser att det ska vara på lika villkor för alla företag i kommunen, vad gäller konkurrens och företagsstöd. Företagarna ser även behovet av pengar för unga företagare, att kunna få tillgång till start kapital för att etablera eller köpa ett företag.



Företagarna hoppas på fortsatt gott samarbete med lokala och kommunala aktörer på marknaden för att kunna förankra och påverka beslutsfattarna på högre nivå. De anser att man får större slagkraft desto fler som samarbetar. Kanske kan man hitta nya vägar som skapar nya projekt men framförallt är företagarna inne på samverkan med kommunen, länsstyrelsen och andra aktörer. Området har många möjligheter till utveckling inom projektområdet och om viljan finns hos kommunen skulle de kunna utlokalisera arbete och skapa projektkontor som läggs i fjälldalarna för att skapa sysselsättning under hela året. Med en sådan satsning skulle kommunen vinna kraft och stabilitet som skulle öka befolkning och turismen i hela kommunen.

Till sist är alla företagarna överens om att bygden behöver inflyttning av barnfamiljer men även inflyttning från andra länder.

Trots områdets problematik finns en stark framtidstro bland företagare och befolkning här i bygden. Bygden står vid ett vägskäl där det finns flera möjligheter att välja. Genom denna optimism, samarbetsvilja och de nya kommunikationerna finns det goda förutsättningar för ökad företagsamhet och inflyttning till byn. Livsstilen som finns här uppe med närhet till den vackra naturen och lugnet lockar allt fler människor att vilja komma bort från stor städernas stress och kanske bosätta sig här.



Profilområden

Många företag i Dikanäs har möjlighet att utvecklas. Genom ett bra utbyggd fibernät i form av bredband kan vi erbjuda goda kommunikationer. Om vi kan använda våra styrkor och lokala resurser för att attrahera nya entreprenörer att etablera sig i området finns det möjlighet för en yngre generation att stanna kvar och därigenom få en hållbar utveckling av Dikanäs.

Dikanäs – Vilka är våra styrkor?

1. Många företag som har möjlighet att utvecklas.
2. Ett effektivt bredbandsnät.
3. Tillgången till duktiga hantverkare.
4. Tillgången till en maskinpark som klarar det mesta.
5. Många föreningar som jobbar för invånarnas bästa.
6. Invånarnas engagemang i byns angelägenheter.
7. Den starka sammanhållningen.
8. Viljan att hjälpa varandra.
9. Viljan att skapa möjligheter och intresse för unga att stanna i byn.
10. Den otroligt vackra trakt där Dikanäs är beläget med naturtillgångar utöver det vanliga.

Dikanäs – Vilka är våra svagheter?

- Dikanäs invånare har hög medelålder
- Risk att brist på bostad och arbete gör att yngre flyttar från trakten.
- Brist på yngre entreprenörer.
- Vikande kundkrets och köptrohet.
- Vissa delar av Dikanäs behöver röjas och snyggas upp



Del område 3: Inflyttning och ungdomsstrategi

Samhällsservice

Mycket av den service som tillhandahålls av det allmänna har i stora delar förbättrats. I jämförelse med hur den allmänna servicen har förbättrats i andra delar av landet och även i regionen, är en bygd som Dikanäs dock eftersatt i vissa delar. Inom äldreomsorg och barnomsorg fungerar dock servicen bra. När det däremot gäller allmän hälso- och sjukvård har försämringar skett. Nedläggning av tandvårdsfilialen och borttagande av den kommunala tvättstugan är exempel på försämrade service. Förutsättningar för exempelvis en bättre hälso- och sjukvårdsservice kan skapas genom olika former av samarbete mellan kommun och landsting. Med anledning av det minskade barnantalet i Dikanäs skola som innehar förskoleklass till och med årskurs nio finns en stor oro för att skolan ska försvinna och därmed ge bygden dödsstöten.

Vojmådalen kan karaktäriseras som en avfolkningsbygd. Det är långa avstånd för transporter, till närmaste större tätort, begränsad offentlig och kommersiell service. I ett utvecklingsarbete måste man framför allt ange de positiva möjligheter som denna bygd trots allt har. Avstånden bör presentera i hur lång tid det tar mellan olika orter och då kommer avstånden ses ur ett annat perspektiv. När det tar över en timme att hämta och lämna barnen i städerna då har vi i redan passerat 8 mil på samma tid. Bygden har unika tillfällen till friluftsliv genom i många avseenden orörd natur och stort antal fiskerika vatten, men framförallt belysa att området har Sveriges häftigaste skidturistområde Kittelfjäll inom 20 minuter. Områdets alla positiva sidor måste lyftas och presenteras i ett vinnande koncept.

Unga Entreprenörer

Ett samarbete med Dikanäs skola har inletts för att redan i tidig ålder uppmuntra till entreprenörskap. Eleverna har framtagit en produkt, där de ska studera marknadsföring, prissättning och försäljning. De kommer att besöka en lokal företagare och få möjlighet till att ställa direkta frågor rörande mångsyssleri och företagsamhet. Barnen belönas med utställning och vernissage. Det finns möjligheter att lyfta skolan i olika medier, visa vilken fin och bra skola vi har här upp i fjällen med behöriga lärare och en skolan i utveckling.



Framtidsforum

Syftet med forumet var att stärka och främja företagande i bygden och om möjligt öka inflyttningen och behålla ungdomarna. Projektledare för European Rural Parliament Inez Abrahamsson agerade som moderator under forumet. Vi bjöd in representanter för olika myndigheter, företag samt lokalbefolkning som föreläsare.



Först på programmet var Torbjörn Oskarsson från Arbetsförmedlingen i Storuman som talade om "gränsgångare", att jobba över landsgränsen till Norge. På länken: <https://www.nav.no/Arbeid/Arbeidss%C3%B8ker/Inntektssikring/Dagpenger/Grensearbeider.282163.cms> kan man läsa mera om att jobba som gränsgångare.

Per Lindberg, rektor för Vilhelmina kommuns gymnasieskolor, talade om stark framtidstro för bygden. Han pratade om att våga samarbeta till exempel med grannlandet Norge.

En av aktörerna, Rebecka Hansson, ägare av företaget SES Nordic, talade om att våga satsa, att våga vara egen företagare. Hon berättade lite kort om att starta eget företag, praktiska tips och eventuella fallgropar.

Några av ortens bybor och familjer fanns med på programmet. De berättade om familjepusslet, när en förälder arbetar borta. De anser trots detta dilemma, att det är värt pusslandet för att kunna leva och bo här för att det ger livskvalitet. Det har visat sig att många skulle vilja bo och leva här, men en av nackdelarna är för få arbetstillfällen.

En av barnfamiljerna på orten som deltog i forumet, nämnde den fantastiska barnomsorg som finns i byn. Rektor för Dikanäs skola Kristin Söderberg, talade varmt om vikten av barnomsorg och skola för Dikanäs överlevnad och förutsättningarna att växa.

Framtidsforumet har kommit till för att visa på att det finns möjligheter på landsbygden. Åsa Löfström, Åsa Össbo och Camilla Sandström är några av aktörerna som vill visa att det går att arbeta på annan ort, men jobba hemifrån så mycket som möjligt tack vare goda kommunikationer med fiberteknologi för bredband. De ville understryka vikten av att upprätthålla förbindelserna via vägnätet för att underlätta resandet.

Även affärsinnehavare Gustav Israelsson och hans sambo talade om bygdens överlevnad genom att kunna erbjuda god service. Renägare Marita Stinnerbom berättade att samerna i området vurmar för att denna service ska finnas kvar.



På den sista programpunkten stod Hans Lind, byns präst, och hans fru som båda är ny inflyttade. De båda talade om den underbara natur som finns runt omkring. De ser ljus på byns framtid och hoppet finns att Dikanäs ska växa.

Inez Abrahamsson avslutade dagen med ett inspirerande tal om Dikanäs framtid och möjligheten till bygdens överlevnad.

Framtidsforumet gav ett stort gensvar i bygden och visar på behovet av dessa typer av positiva injektioner för att påverka synsättet hos myndigheter och befolkning, att här i Dikanäs kan vi leva och bo. Detta blev ett uppskattat sätt att arbeta och ett framtida mål är att arrangera liknande forum, med återkommande teman för att synliggöra behov och utvecklingsmöjligheter.

Dikanäs – Vilka är våra styrkor?

I bygden finns god tillgång till olika service:

- ✧ Livsmedelsbutiker
- ✧ Diversehandel
- ✧ Bensinstation med lättare reparationer av små maskiner och cyklar
- ✧ Apotek- och systembolagsombud
- ✧ Gods, post och DHL ombud
- ✧ Lantbrevbäring.
- ✧ Frisör, massage och annan friskvård
- ✧ Jordbruk, skogsbruk och rennäring
- ✧ Det finns också tillgång till många skickliga hantverkare och hemslöjd.
- ✧ Snabb fiber för bredband.
- ✧ Boklåda via Folkbiblioteket en gång i månaden.
- ✧ Transporter Buss & Taxi
- ✧ Åkeriföretag
- ✧ Hotell & Restauranger
- ✧ Turistinformation
- ✧ F-9 skola och en förskola
- ✧ Åldringsvård och dagis
- ✧ Distriktssköterskemottagning
- ✧ Det finns en stor idrottshall och en idrottsplats med eljuspår.
- ✧ Stor bygdegård och en paviljong för sommaraktiviteter.
- ✧ Vid Dikasjön finns en fin badstrand med bastu.



Dikanäs – Vilka är våra svagheter?

- ✧ Brist på bostäder
- ✧ Lågt barnantal
- ✧ Minskad befolkning
- ✧ Bristande infrastruktur
- ✧ Få arbetstillfällen

Profilområden

För att öka inflyttningen i byn bör alla arbeta för att underlätta för nya fast boende att hitta bostäder i Dikanäs. Det kan arbetas med information/ marknadsföring av de tomter som är till salu och det behövs en gemensam satsning för att se till att Dikanäs upplevs attraktivt och snyggt. En annan möjlighet är att marknadsföra sig mot byn och de hus som står tomma, som kan säljas till en yngre generation. Ökas invånar antalet, höjs underlaget för handeln och då finns möjlighet att behålla servicen och utveckla bygden.



Visioner/Utveckling

Utifrån vad som arbetades fram under projektets olika träffar var det vissa inriktningar i utvecklingen som man ville arbeta mer aktivt med. Under varje område finns en målbild formulerad som Dikanäs kan sikta emot.

Service

Vi vill behålla och utveckla den service och infrastruktur som finns för att göra Dikanäs attraktivt för inflyttning.

Boende

I Dikanäs ska alla kunna hitta ett bekvämt och kvalitativt boende. Vi vill arbeta för en ökad inflyttning i Dikanäs.

Trivsel

I Dikanäs vill vi öka trivseln i byn genom olika slags arrangemang.

Kommunikationer

Vi vill arbeta för förbättrade kommunikationer till och från Dikanäs.

Företagare

Vi vill stötta och samverka med bygdens företagare för att skapa nya arbetstillfällen.

Information/Marknadsföring

Vi vill arbeta för att skapa en positiv bild av Dikanäs.



Resultat

I den rapport som här läggs fram finns ett stort antal förslag om utvecklingsprojekt för Dikanäs. Vissa förslag kräver ytterligare utredningar och överväganden medan andra kan förverkligas med det underlag som nu finns.

Dikanäs företag och föreningar får ett stort ansvar att samverka för att planerna ska realiseras. Arbetsformen för företag och föreningar kan utvecklas så att det blir ett stående inslag i utvecklingsarbetet. Det har visat sig vara väldigt framgångsrikt koncept som kan bestå via en bred arbetsplattform och en stark förankring i bygden.

Avslutning

Det är en hel del saker att ta tag i för att Dikanäs ska nå känslan som beskrivs i visionen. Det är ett långsiktigt arbete som hela bygden måste engageras i och samverka kring. Ett fortsatt samarbete mellan företag och föreningar är viktigt för att synliggöra bygdeutvecklingsplanen och handlingsplanen. Den är ett stöd till bygdens utveckling där det är viktigt med ett aktivt arbete med den, och att uppdatera den årligen för att arbeta målmedvetet med Dikanäs som en nod in i framtiden.

Handlingsplan

	Vad ska göras?	Vem gör det?	Tidsplan?	Hur?
Infrastruktur	Utvecklingsplattform	Företag o föreningar i samverkan	10 års period	Turismutveckling, Fiskevårdsområde, Upplevelse industri, Innovation mathantverk
Infrastruktur	Företagshus / Servicecenter	Företag o föreningar i samverkan	5 års period	Samverka med kommunen
Infrastruktur	Produktutveckling	Företagarna	5 års period	Paketresor, temaparker, guidade rundresor.
Infrastruktur	Arbetsstillfällen	Kommun o företagare i samverkan	5 års period	Dialog och aktiv annonsering.
Företagande	Generationsskifte	Företagarna	5 års period	Sälja eller överlåta
Företagande	Nya och unga entreprenörer	Samverkan med kommunen och lärcentrum	10 års period	Annonsering, en efterlysning av familjer och entreprenörer
Turism	Sagavägen	Sagavägen föreningen	2 års period	Sammarbetet med Sagavägenföreningen
Turism	Året runt aktiviteter	Företag o föreningar i samverkan	5 års period	Samverkan
Samhällsnytta	Marknadsföring	Företag o föreningar Sagavägen föreningen	3 års period	Broschyrer, foldrar, reklammaterial och olika mediaformer
Samhällsnytta	Inflyttning	Kommunen, skolan, företagare o föreningar i samverkan	10 års period	Folder: Här kan man leva och bo, Ut annonsering av tomter och hus
Samhällsnytta	Ungdom	Skolan o föreningar i samverkan	Årligen	Idrotts aktiviteter, ungdomsverksamhet
Samhällsnytta	Samspel mellan ortens alla aktörer	Företag o föreningar i samverkan	Årligen	Ökad gemenskap via hösthelg, byafest mm
Samhällsnytta	Trivsel	Ortens befolkning, Företag o föreningar i samverkan	5 års period	Auktion upprövning av byn med arbetshelger.

