

Úttekt á áhrifum Matvælasjóðs á tímabilinu 2020-2024

September 2025

Unnið fyrir:	Matvælaráðuneytið (nú atvinnuvegaráðuneytið)
Verkefni:	Úttekt á áhrifum Matvælasjóðs á tímabilinu 2020-2024
Dagsetning:	01. 09.2025
Framkvæmd:	Marta Einarsdóttir, Kristjana Baldursdóttir og Dana Rán Jónsdóttir
Undirbúningur og spurningalisti:	Marta Einarsdóttir, Kristjana Baldursdóttir og Dana Rán Jónsdóttir
Gagnaöflun:	Marta Einarsdóttir og Kristjana Baldursdóttir
Gagnavinnsla:	Marta Einarsdóttir og Kristjana Baldursdóttir
Skýrsla:	Marta Einarsdóttir og Kristjana Baldursdóttir
Ritstjórn og yfirlestur:	Marta Einarsdóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Dana Rán Jónsdóttir

© RHA Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri 2025

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

RHA-S-05-2025

L-ISSN 1670-8873

Efnisyfirlit

1	INNGANGUR	1
1.1	ÚTTEKT Á MATVÆLASJÓÐI	1
1.2	HLUTVERK MATVÆLASJÓÐS	1
1.3	STYRKARFLOKKAR MATVÆLASJÓÐS.....	2
	<i>Bára</i>	2
	<i>Kelda</i>	3
	<i>Afurð</i>	3
	<i>Fjársjóður</i>	4
1.4	UMSÓKNARFERLI MATVÆLASJÓÐS.....	4
1.5	STYRKVEITINGAR MATVÆLASJÓÐS	5
2	AÐFERÐIR	16
2.1	LOGIC MODEL ÁRANGURSLÍKANIÐ	16
2.2	SPURNINGAKÖNNUN	17
	<i>Úrtak</i>	17
	<i>Spurningalisti</i>	17
	<i>Framkvæmd</i>	18
	<i>Svarhlutfall</i>	18
	<i>Greining gagna</i>	19
2.3	VIÐTÖL.....	20

<i>Framkvæmd</i>	20
<i>Greining gagna</i>	20
3 NIÐURSTÖÐUR ÚR SPURNINGAKÖNNUN	21
3.1 SAMANTEKT SVARA SEM ALLIR ÞÁTTTAKENDUR SVÖRUDU	21
3.2 BAKGRUNNSUPPLÝSINGAR UMSÆKJANDA EFTIR FLOKKUM	32
3.3 SAMANTEKT EFTIR STYRKJAFLOKKUM	36
<i>Bára</i>	37
<i>Kelda</i>	39
<i>Afurð</i>	42
<i>Fjársjóður</i>	45
4 NIÐURSTÖÐUR ÚR VIÐTÖLUM	47
4.1 HELSTU NIÐURSTÖÐUR EFTIR FLOKKUM	47
<i>Bára</i>	47
<i>Kelda</i>	50
<i>Afurð</i>	54
<i>Fjársjóður</i>	59
4.2 HEILDARNIÐURSTAÐA VIÐTALA	64
5 MAT Á ÁRANGRI OG SAMFÉLAGSLEGUM ÁHRIFUM	66
5.1 FRAMLAG.....	66
5.2 AÐGERÐIR.....	66
<i>Þróun verkefna</i>	67
<i>Rannsóknir</i>	67
<i>Framleiðsla og vöruþróun</i>	67

	<i>Markaðsstarf og markaðsherferðir</i>	68
	<i>Fræðsla og miðlun þekkingar</i>	68
5.3	AFURÐIR	68
	<i>Nýjar afurðir eða vörur</i>	68
	<i>Nýir framleiðsluferlar</i>	69
5.4	ÁRANGUR	69
	<i>Auknar tekjur</i>	69
	<i>Fjölgun skammtímasterfa</i>	70
	<i>Aukin þekking</i>	70
	<i>Meiri samkeppnishæfni</i>	71
	<i>Nýir markaðir eða aukin markaðshlutdeild</i>	71
5.5	ÁHRIF	71
	<i>Samfélagsleg áhrif</i>	71
	<i>Aukin verðmætasköpun</i>	72
	<i>Betri nýting auðlinda</i>	72
	<i>Aukin nýsköpun</i>	72
	<i>Sjálfbærni</i>	73
	<i>Umhverfisáhrif</i>	73
5.6	SAMANTEKT	73
6	VIÐHORF TIL MATVÆLASJÓÐS OG ÁBENDINGAR OG TILLÖGUR FRÁ STYRKÞEGUM	74
6.1	VIÐHORF STYRKÞEGA TIL MATVÆLASJÓÐS	74
6.2	ÁBENDINGAR OG TILLÖGUR STYRKÞEGA TIL MATVÆLASJÓÐS	75
	<i>Umsóknarferlið</i>	75
	<i>Tímalengd styrkja</i>	76

<i>Hlutfall opinberra stofnana meðal styrkþega</i>	76
<i>Hraðari greiðslur og lægra mótframlag</i>	77
<i>Aukin eftirfylgni og ráðgjöf</i>	77
<i>Efling tengslamyndunar og samstarfsvettvangs</i>	77
<i>Sýnileiki árangurs</i>	78
7 HEILDARMAT Á ÁHRIFUM SJÓÐSINS	79
<i>Mikilvægi sjóðsins</i>	79
<i>Árangur verkefna</i>	79
<i>Nýting fjármuna</i>	79
<i>Áhrif á matvælageirann</i>	79
<i>Framhald og sjálfbærni</i>	80
<i>Lokaorð</i>	80
8 HEIMILDIR	81
9 VIÐAUKAR	83
9.1 HEILDARSAMANTEKT ALMENNRA SVARA	83
9.2 LISTI YFIR VIÐMÆLENDUR Í VIÐTALSRANNSÓKN.....	93
9.3 SPURNINGALISTI	95
<i>Hluti 1. Spurningar fyrir alla styrkþega</i>	95
<i>Hluti 2. Bakgrunnsspurningar:</i>	97
<i>Hluti 3. Sérækar spurningar eftir flokki</i>	98
9.4 SPURNINGARAMMAR	101
<i>Bára – Frá hugmynd yfir í verkefni</i>	101
<i>Kelda – Ný þekking í þágu matvælaframleiðslu</i>	102

Afurð – Afurð úr hráefnum

104

Fjársjóður – Afurð á markað með styrk frá sjóðnum

105

Töfluyfirlit

TAFLA 1. FJÖLDI VEITTRA STYRKJA EFTIR FLOKKUM Á ÁRUNUM 2020-2024 7

TAFLA 2. UPPHÆÐ VEITTRA STYRKJA Í MILLJ. KR. Á ÁRUNUM 2020-2024 EFTIR FLOKKUM 11

TAFLA 3. FJÖLDI SVARA OG SVARHLUTFALL EFTIR FLOKKUM 19

Myndayfirlit

MYND 1. HLUTFALL ÞEIRRA UMSÓKNA SEM HLUTU STYRKI Á ÁRUNUM 2020-2024 AF HEILDARUMSÓKNAFJÖLDA..... 6

MYND 2. HLUTFALL AF HEILDAFJÖLDA STYRKJA EFTIR FLOKKUM 2020-2024 8

MYND 3. FJÖLDI STYRKJA EFTIR FLOKKUM Á ÁRUNUM 2020-2024 9

MYND 4. HLUTFALL HEILDARUPPHÆÐAR STYRKJA AF HEILDARUPPHÆÐ UMSÓKNA HVERS FLOKKS Á ÁRUNUM 2020-2024..... 10

MYND 5. HLUTFALL AF HEILDARUPPHÆÐ STYRKJA EFTIR FLOKKUM 2020-2024 12

MYND 6. UPPHÆÐIR STYRKVEITINGA EFTIR FLOKKUM Á ÁRUNUM 2020-2024..... 13

MYND 7. VEITTIR STYRKIR EFTIR LANDSHLUTUM 2020-2024 14

MYND 8. KYNJAHLUTFÖLL VERKEFNASTJÓRA SEM HLUTU STYRKI 2020-2024..... 15

MYND 9. STAÐA VERKEFNA Í BYRJUN OG Í DAG 22

MYND 10. BREYTINGAR Á TEKJUM STYRKÞEGA OG AÐGANGUR AÐ FJÁRMAGNI 23

MYND 11. FJÖLGUN STARFA, ÞEKKING OG FÆRNI 24

MYND 12. SAMKEPPNISHÆFNI..... 25

MYND 13. AUKIN VERÐMÆTA- OG NÝSKÖPUN..... 26

MYND 14. AUKIÐ SAMSTARF 27

MYND 15. ÁVINNINGUR FYRIR SAMFÉLAGIÐ	28
MYND 16. MIKILVÆGI STYRKS	29
MYND 17. FRAMVINDA VERKEFNISINS	30
MYND 18. UMSÓKNARFERLI OG EFTIRFYLGNI MATVÆLASJÓÐS	31
MYND 19. STYRKÞEGAR EFTIR FLOKKUM	32
MYND 20. STARFSMANNAFJÖLDI STOFNUNAR/FYRIRTÆKIS EFTIR FLOKKUM	33
MYND 21. LANDSVÆÐI ÞAR SEM VERKEFNIÐ VAR UNNIÐ, EFTIR FLOKKUM	34
MYND 22. UNDIR HVAÐA FLOKKA EÐA AFURÐIR FELLUR STYRKURINN	35
MYND 23. FERLI VÖRUNNAR	37
MYND 24. ÁFRAMHALDANDI STYRKIR.....	38
MYND 25. AUKIN ÞEKING OG TÆKNI	39
MYND 26. ÁHRIF STYRKSINS	40
MYND 27. ÁFRAMHALDANDI STYRKIR.....	41
MYND 28. FERILL VÖRUNNAR	42
MYND 29. MARKAÐSFERILL VÖRUNNAR	43
MYND 30. ÁFRAMHALDANDI STYRKIR.....	44
MYND 31. ÁHRIF STYRKS Á TEKJUR, SÝNILEIKA OG MARKAÐSSTARF	45
MYND 32. SAMKEPPNI OG ÁFRAMHALDANDI STYRKIR	46
MYND 33. STAÐA VERKEFNA Í BYRJUN OG Í DAG	83
MYND 34. BREYTINGAR Á TEKJUM STYRKÞEGA OG AÐGANGUR AÐ FJÁRMAGNI	84
MYND 35. FJÖLGUN STARFA, ÞEKING OG FÆRNI	85
MYND 36. SAMKEPPNISHÆFNI.....	86
MYND 37. AUKIN VERÐMÆTA- OG NÝSKÖPUN.....	87
MYND 38. AUKIÐ SAMSTARF	88

MYND 39. ÁVINNINGUR FYRIR SAMFÉLAGIÐ	89
MYND 40. MIKILVÆGI STYRKS	90
MYND 41. FRAMVINDA VERKEFNISINS	91
MYND 42. UMSÓKNARFERLI OG EFTIRFYLGNI MATVÆLASJÓÐS	92

Helstu niðurstöður

Þessi skýrsla gerir grein fyrir úttekt á áhrifum Matvælasjóðs á tímabilinu 2020–2024. Úttektin var framkvæmd af Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri (RHA), fyrri hluta árs 2025, að beiðni stjórnar Matvælasjóðs. Send var út spurningakönnun á 225 styrkþega Matvælasjóðs en allir sem höfðu fengið styrk á tímabilinu voru í þýðinu. Svarhlutfall var 52,4%. Einnig voru tekin viðtöl við 16 styrkþega. Á árunum 2020–2024 voru veittir 283 styrkir að upphæð 2.701 m.kr. í fjórum flokkum: Báru, Keldu, Afurð og Fjár sjóði. Einungis 25% þeirra sem sóttu um fengu styrk sem undirstrikar mikla eftirspurn eftir stuðningi.

Í heild má segja að Matvælasjóður skapi umtalsverðan ávinning fyrir íslenskan matvælageira. Sjóðurinn hefur það markmið að stuðla að aukinni nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni. **Úttektin bendir til þess að þessum meginmarkmiðum sjóðsins sé náð.** Yfirgnæfandi meirihluti styrkþega, eða um 90%, taldi að styrkirnir hefðu verið grundvallarforsenda þess að verkefni þeirra næðu fram að ganga, og flestir sögðu að verkefnið hefði einfaldlega ekki orðið að veruleika án styrksins.

Nýsköpun og þróun

Úttektin sýnir að styrkirnir hafa ýtt undir nýsköpun á öllum stigum. Í Báru fengu frumkvöðlar svigrúm til að prófa hugmyndir með minni áhættu. Í Keldu var lögð grunnþekking sem nýtist bæði í fræðasamfélagi og atvinnulífi. Í Afurð voru hugmyndir mótaðar í afurðir, og Fjár sjóður styrkti markaðssókn íslenskra fyrirtækja innanlands og erlendis. Þannig sýna niðurstöður að markmiðum sjóðsins um að ná til verkefna á öllum stigum og að efla nýsköpun um land allt er náð.

Tekjur og fjölgun starfa

Meirihluti styrkþega greindi frá tekjuaukningu í kjölfar verkefnanna, sérstaklega í Fjár sjóði þar sem 94% töldu tekjur hafa aukist. Um helmingur styrkþega taldi einnig að skammtímastörfum hefði fjölgað og að þekking og hæfni starfsfólks hefði aukist.

Aðgangur að frekari fjármagni og samkeppnishæfni

Um og rétt yfir helmingur styrkþega greindi frá auknu aðgengi að öðru fjármagni og/eða styrkjum í kjölfar úthlutunar. Þá taldi mikill meirihluti styrkþega að samkeppnishæfni sín hefði aukist. Nokkrir styrkþegar nefndu að styrkurinn hefði gefið þeim aukið sjálftraust til að prófa sig áfram og gera sig sýnilegri og auka þannig möguleika sína á samstarfi við innlenda og erlenda aðila.

Sjálfbærni, nýting auðlinda og umhverfisáhrif

Fjöldi verkefna byggði á nýtingu hliðarafurða eða vannýtttra strauma og stuðlaði þannig að betri nýtingu náttúruauðlinda og minni sóun. Styrkþegar í öllum flokkum töldu verkefnin hafa aukið verðmætasköpun úr hráefni sem ella hefði farið til spillis. Styrkþegar úr Fjársjóði töldu að styrkirnir eflðu þannig ímynd Íslands sem upprunalands sjálfbærra matvæla í háum gæðaflokki.

Samfélagsleg og afleidd áhrif

Verkefnin höfðu víðtæk áhrif á nærsamfélög, einkum í dreifbýli þar sem þau styrktu atvinnu og byggð. Niðurstöðurnar sýndu þannig að fjárfesting í nýsköpun getur haft margfeldisáhrif, hún styrkir ekki aðeins einstaka framleiðendur, heldur eykur umsvif og tækifæri hjá tengdum greinum, stuðlar að þekkingarflutningi, eflir innlenda verðmætasköpun og skapar tækifæri fyrir ungt fólk.

Áskoranir og umbótatillögur

Þó almenn ánægja hafi verið meðal styrkþega með Matvælasjóð, komu fram ábendingar um að einfalda umsóknarferlið, hraða greiðslum og lækka mótframlag, sérstaklega fyrir minni fyrirtæki. Þá var lögð áhersla á meiri eftirfylgni og ráðgjöf eftir úthlutun.

1 Inngangur

1.1 Úttekt á Matvælasjóði

Matvælaráðuneytið (nú atvinnuvegaráðuneytið) fól í mars 2025 Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri (RHA) að gera úttekt á styrkveitingum Matvælasjóðs á árunum 2020-2024. Þetta er fyrsta úttektin sem gerð er á styrkveitingum sjóðsins. Styrkveitingar sjóðsins námu alls 2.701 milljón kr. á tímabilinu og var markmið úttektarinnar að meta efnahagsleg og samfélagsleg áhrif sjóðsins og úthlutana hans ásamt áhrifum á styrkþega. Áhersla var lögð á að skoða hvort styrkirnir hefðu stuðlað að aukinni nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni í íslenskri matvælaframleiðslu, í samræmi við markmið sjóðsins (Matvælasjóður, 2020a). Lagt var upp með að úttektin fælist í spurningakönnun til styrkþega sjóðsins og viðtölum við styrkþega úr hverjum styrktarflokki. Gögnum var safnað á tímabilinu 5. júní til 28. ágúst 2025. Marta Einarsdóttir var verkefnastjóri úttektarinnar og ásamt henni skipuðu Dana Rán Jónsdóttir og Kristjana Baldursdóttir rannsóknarteymi RHA. Tengiliður þeirra hjá ráðuneytinu var Snæfríður Arnardóttir og tengiliður Matvælasjóðs var Gréta Bergrún Jóhannesdóttir, formaður stjórnar. Eru þeim veittar bestu þakkir fyrir samstarfið. Einnig eru viðmælendum í viðtalsrannsókninni og þátttakendum í spurningakönnuninni færðar þakkir og öðrum sem komu að úttektinni með einum eða öðrum hætti.

1.2 Hlutverk Matvælasjóðs

Matvælasjóður var stofnaður með lögum nr. 31/2020 og hefur hann það hlutverk að styrkja þróun og nýsköpun við framleiðslu og vinnslu matvæla úr landbúnaðar- og sjávarafurðum. Einnig styður sjóðurinn við vöruþróun og markaðssókn á innlendum og erlendum mörkuðum. Markmið sjóðsins er að ná til verkefna á öllum stigum, allt frá hugmyndum, til hagnýtra rannsókna og markaðssetningar og efla þannig nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu um land allt. Sjóðurinn fylgir eftir heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna um sjálfbæra þróun og tekur mið af stefnu stjórnvalda hverju sinni. Fjórir einstaklingar skipa stjórn sjóðsins og eru þeir skipaðir af ráðherra til

þriggja ára í senn. Einn er skipaður samkvæmt tilnefningu Bændasamtaka Íslands, einn er tilnefndur af Samtökum fyrirtækja í sjávarútvegi og tveir eru skipaðir án tilnefningar og er annar þeirra formaður sjóðsins. Varamenn eru skipaðir á sama hátt (Matvælasjóður, 2025).

1.3 Styrktarflokkar Matvælasjóðs

Matvælasjóður veitir styrki í fjórum flokkum: Báru, Keldu, Afurð og Fjársjóði, sem hver og einn miðast við ákveðið stig á leið frá hugmynd að markaðssettri matvöru.

Bára

Bára styrkir verkefni á hugmyndastigi. Markmið Bárunnar er að „kanna fýsileika og greina eða útfæra hugmynd tengda íslenskum matvælum og afurðum þeim tengdum“ (Matvælasjóður, 2025, bls. 5). Bára er ætluð einstaklingum og fyrirtækjum með undir 300 milljóna króna veltu. Opinberir aðilar geta ekki sótt um en mega vera meðumsækjendur. Allt að 20% styrksins má nýta til gerðar markaðskannana og/eða markaðsáætlana. Hámark styrks er 3.000.000 kr. og hámarkstímalengd verkefnis er sex mánuðir. Bára er sá styrktarflokkur sem hefur hvað skýrasta áherslu á frumpróun og tilraunastarf í matvælageiranum. Verkefnin sem hljóta styrki úr Báru eru oft á fyrstu stigum þróunar, þar sem hugmyndir eru mótaðar, vinnsluferlar prófaðir og möguleikar á nýtingu hráefna kannaðir áður en ákvörðun er tekin um markaðssetningu í stærri skala. Þessi sérstaða gerir Báru að mikilvægu tæki fyrir fyrirtæki og frumkvöðla sem vilja prófa nýjar hugmyndir án þess að fjárhagsleg áhætta verði of mikil. Í mörgum tilvikum felur styrkurinn í sér að hægt er að umbreyta vannýttum eða óhefðbundnum hráefnum í verðmætar afurðir, þróa nýjar framleiðsluaðferðir eða skapa vörur með sérstöðu fyrir afmarkaða markaði (Matvælasjóður, 2025).

Kelda

Kelda miðar að því að styðja rannsóknir og afla nýrrar þekkingar sem verður grunnur að verðmætasköpun til framtíðar. Markmiðið er að safna gögnum og þróa nýjar leiðir sem geta eflt sjálfbærni og nýsköpun í íslenskri matvælaframleiðslu. Sérstaða Keldunnar er því að skapa þekkingu sem ekki er til staðar á markaði en sem getur orðið undirstaða nýrra afurða og atvinnugreina síðar meir. Í umsóknum til Keldu er skilyrði að rannsóknin tengist nýtingu á íslenskum matvælum annað hvort frumhráefnum eða hliðarafurðum sem til verða í framleiðsluferlinu. Ef um samstarfsverkefni er að ræða verður hlutur aðalumsækjanda að vera a.m.k. 30% af heildarkostnaði (Matvælasjóður, 2025). Hámarksstyrkur er 30.000.000 kr. og hámarkstímalengd verkefnis er 18 mánuðir.

Afurð

Verkefni sem hljóta styrki í Afurð eru komin lengra en hugmyndastigið en þurfa stuðning til að móta, betrumbæta og fullþróa vörur áður en þær fara á markað. Þetta gerir Afurð að lykilverkfæri í virðiskeðju íslenskra matvæla þar sem nýsköpun í framleiðslu verður að áþreifanlegum afurðum. Afurðirnar eiga að auka verðmætasköpun, nýsköpun, sjálfbærni og samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu og skilyrði er að notuð séu hráefni sem tengjast íslenskum matvælum, annað hvort frumhráefnum eða hliðarafurðum sem verða til í framleiðsluferlinu. Kostnaður vegna markaðsinnviða svo sem markaðsáætlana, gerðar markaðskannana og hönnun markaðsefnis má nema allt að 30% af heildarkostnaði verkefnisins. Opinberir aðilar mega ekki sækja um í Afurð en geta verið meðumsækjendur en þá verður hlutur aðalumsækjanda vera að lágmarki 30% (Matvælasjóður, 2025).

Fjársjóður

Hlutverk Fjársjóðs er að styðja við markaðssókn og útflutning íslenskra afurða í matvælageiranum. Verkefni sem hljóta styrki í þessum flokki eru komin með fullmótaðar vörur og hafa lokið frumþróun og vöruþróunarstigum en þurfa fjárhagslegan og faglegan stuðning til að ná fótfestu á markaði innanlands og erlendis. Með þessu gegnir Fjársjóður lykilhlutverki í að koma afurðum á næsta stig, frá hugmynd og þróun til raunverulegrar sölu og tekjumyndunar. Fjársjóður styrkir einstaklinga og fyrirtæki vegna sérstaks markaðsátaks en einnig vegna uppbyggingar markaðssóknar erlendis. Skilyrði styrkja er að varan sé að meginhluta unnin úr íslenskum hráefnum. Opinberir aðilar geta ekki verið aðalumsækjendur en þeir geta verið meðumsækjendur og skal þá hluti aðalumsækjanda vera að lágmarki 50% (Matvælasjóður, 2025). Eins og í Keldu og Afurð er hámarksstyrkur 30.000.000 kr. og hámarkstímalengd verkefnis 18 mánuðir.

1.4 Umsóknarferli Matvælasjóðs

Fagráð Matvælasjóðs sjá um að meta umsóknir og gefa þeim umsögn. Fagráðin eru sjö talsins, eitt fyrir umsóknir í Báru en tvö fyrir hvern hinna flokkanna. Í hverju fagráði eru fjórir til sjö starfsmenn sem stjórn sjóðsins skipar til fjögurra ára í senn. Í hverju fagráði er settur formaður sem er tengiliður við stjórn sjóðsins.

Að jafnaði er auglýst eftir umsóknum í febrúar ár hvert. Umsóknarfrestur er um fjórar vikur. Þegar umsóknarfrestur er liðinn senda sérfræðingar Matvælaráðuneytisins þær umsóknir sem hafa borist á viðkomandi fagráð. Þegar allar umsóknir hafa verið metnar af fagráðunum fá þær umsögn viðkomandi fagráðs. Við mat á umsóknum er horft til þeirra áherslupátta sem nefndir eru í stefnu sjóðsins. Þá er einnig horft til gæða verkefna, þ.e. markmiða og skipulags, hagnýtingargildis, verðmætasköpunar o.fl.

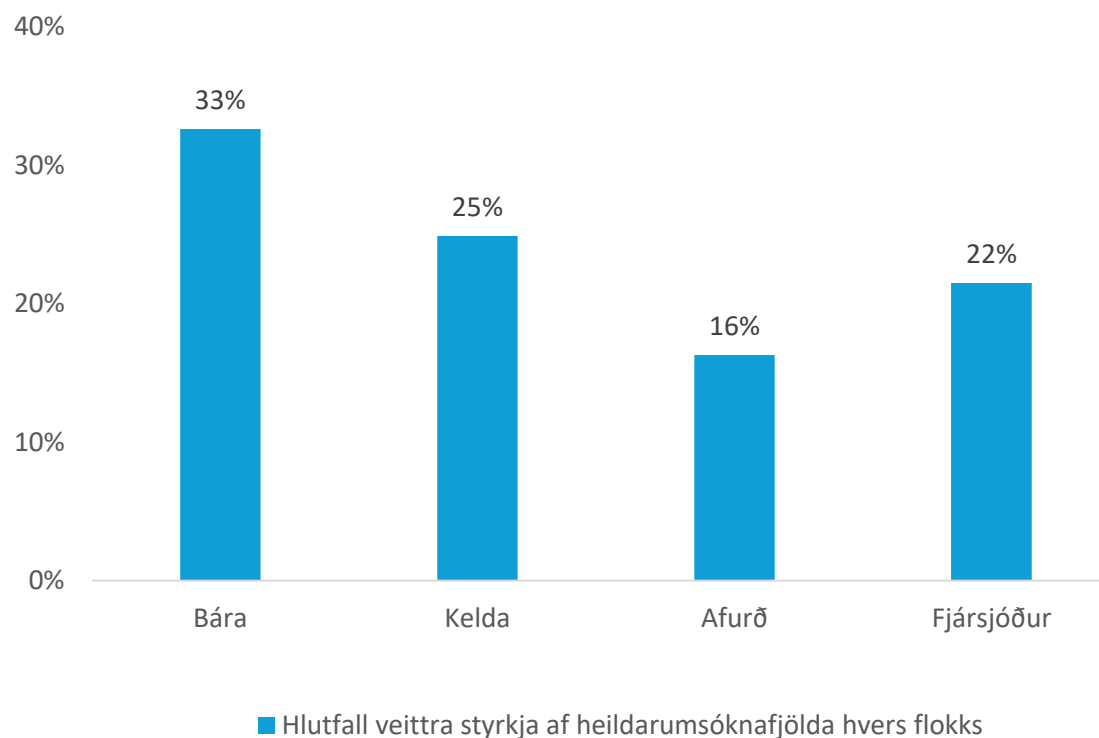
Formenn fagraða kynna niðurstöður á mati hvers fagraðs fyrir stjórn sjóðsins. Síðan gerir stjórn Matvælasjóðs tillögu um úthlutun styrkja og leggur fyrir matvælaráðherra til ákvörðunar. Þegar ákvörðun hefur verið tekin um úthlutun, er umsækjendum svarað og tilkynning birt á vef sjóðsins. Þegar verkefni er lokið ber umsækjanda að skila lokaskýrslu.

Styrkir eru greiddir út í tvennu lagi, helmingur við upphaf verkefnisins og helmingur þegar verkefni/þeim verkhluta sem styrkurinn nær til er lokið og lokaskýrsla hefur verið staðfest (Matvælasjóður, 2025). Verkefni í Báru skulu taka að hámarki 6 mánuði en í hinum þremur flokkunum er tímaramminn 18 mánuðir.

1.5 Styrkveitingar Matvælasjóðs

Ráðstöfunarfé Matvælasjóðs samanstendur af fjárveitingu af fjárlögum hverju sinni og úthlutað er úr sjóðnum árlega. Fyrst var úthlutað úr sjóðnum árið 2020. Eftirfarandi samantekt er byggð á gögnum Matvælasjóðs 2020–2024 (sjá heimildaskrá).

Á árunum 2020 til 2024 fengu alls 283 verkefni styrk að upphæð samtals 2.701 milljón kr. Eftirspurn eftir styrkjum úr Matvælasjóði hefur alltaf verið mikil og hefur sjóðurinn einungis getað styrkt hluta þeirra verkefna sem sótt hafa um. Mynd 1 sýnir hlutfall þeirra umsókna sem hlutu styrki á tímabilinu (eftir flokkum) af heildarumsóknafjölda hvers flokks. Á árunum 2020 til 2024 bárust 1125 umsóknir en veittir styrkir voru 283 eða 25% umsókna. Á mynd 1 sést að hlutfallið var hæst í Báru þar sem 33% þeirra verkefna sem sótt var um styrk fyrir hlutu styrk en lægst í Afurð þar sem 16% verkefna hlutu brautargengi.



Mynd 1. Hlutfall þeirra umsókna sem hlutu styrki á árunum 2020-2024 af heildarumsóknafjölda í hverjum flokki

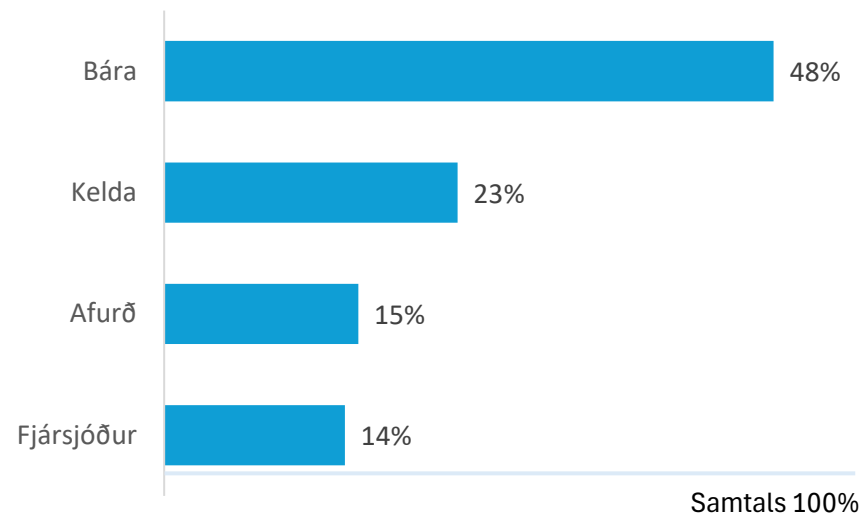
Fjöldi verkefna sem sótt var um var misjafn eftir flokkum og veittir styrkir eftir flokkum endurspeglar það að nokkru leyti. Bára var með flestar styrkveitingar eða 135 en tafla 1 sýnir hvernig fjöldi styrkja skiptist eftir flokkum.

Tafla 1. Fjöldi veittra styrkja eftir flokkum á árunum 2020-2024

Fjöldi veittra styrkja 2020-2024	
Bára	135
Kelda	65
Afurð	43
Fjársjóður	40
Alls	283

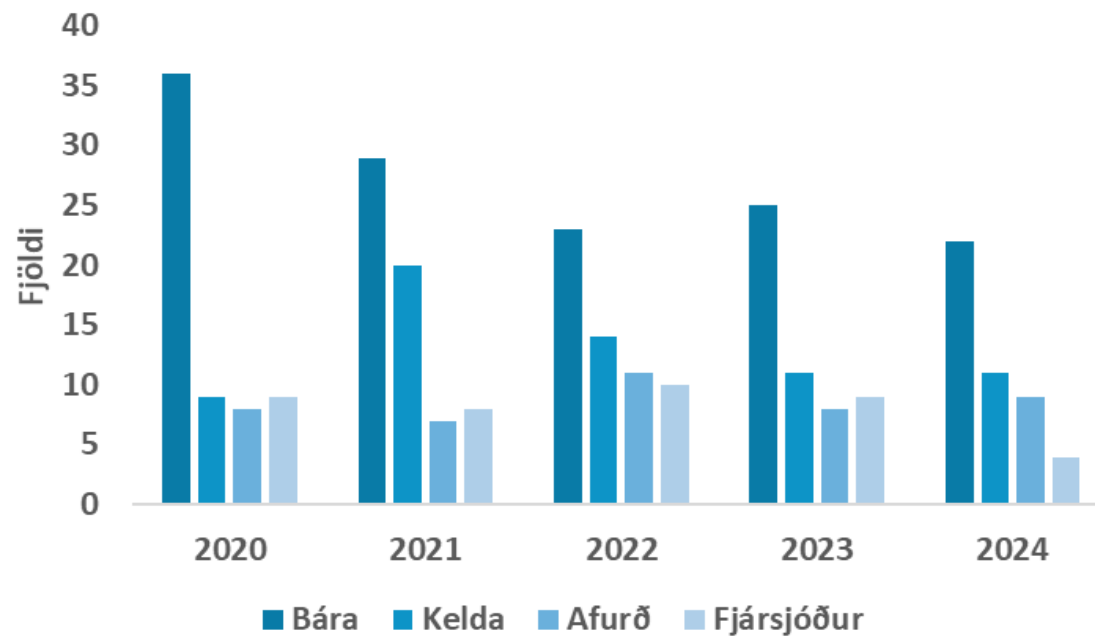
Þessa skiptingu styrkja á milli flokka skv. töflu 1 má sjá hlutfallslega á mynd 2 á næstu blaðsíðu.

Á mynd 2 má sjá hvernig fjöldi veittra styrkja á árunum 2020 til 2024 skiptist hlutfallslega á milli flokka. Sem dæmi var Bára með 48% styrkveitinga (miðað við fjölda verkefna, sjá töflu 1) á árunum 2020 til 2024.



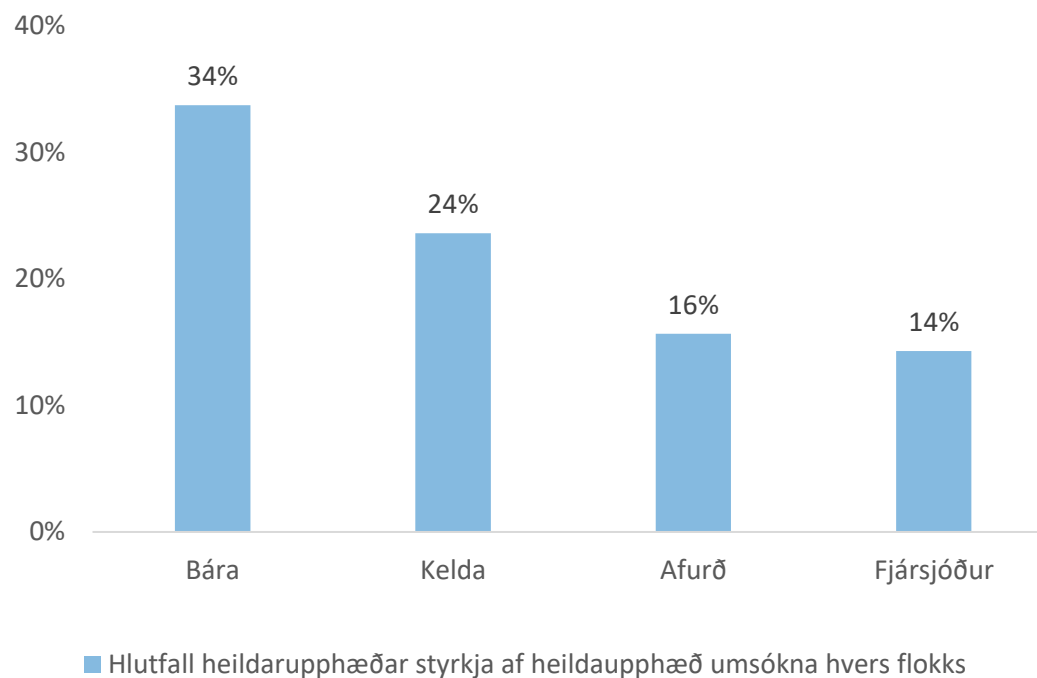
Mynd 2. Hlutfall veittra styrkja eftir flokkum 2020-2024

Ef styrkveitingar eru skoðaðar nánar eftir árum þá voru flestir styrkir veittir árin 2020 eða alls 62 og 64 árið 2021 en heldur færri síðustu tvö ár eða 53 styrkir árið 2023 og 46 árið 2024. Mynd 3 sýnir síðan hvernig fjöldi styrkþega (eftir flokkum) hefur þróast á árunum 2020 til 2024.



Mynd 3. Fjöldi styrkja eftir flokkum á árunum 2020-2024

Mikill munur var á þeirri upphæð sem unnt var að veita til verkefnanna og þeirri upphæð sem sótt var um styrk fyrir. Heildarupphæð styrkjabeiðna var 13.995 milljónir kr. á tímabilinu en upphæðin sem veitt var, 2.701 milljón kr., er tæp 20% af þeirri upphæð sem sótt var um. Á mynd 4 sést að styrkþegar í Báru fengu 34% af þeirri upphæð sem þeir sóttu um á meðan að umsækjendur í Fjársjóði fengu úthlutað 14% þeirrar upphæðar sem þeir sóttu um.



Mynd 4. Hlutfall heildarupphæðar styrkja af heildarupphæð umsókna hvers flokks á árunum 2020-2024

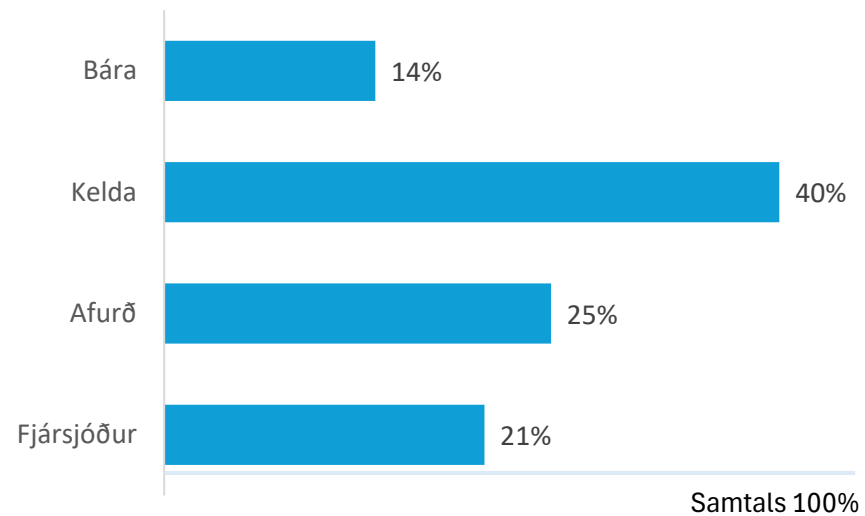
Eins og áður segir var heildarupphæð veittra styrkja Matvælasjóðs á árunum 2020-2024, 2.701 milljón kr. og tafla 2 sýnir skiptingu upphæðarinnar á milli flokka.

Tafla 2. Upphæð veittra styrkja í millj. kr. á árunum 2020-2024 eftir flokkum

Upphæð veittra styrkja í millj. kr.	
Bára	372
Kelda	1.084
Afurð	681
Fjársjóður	564
Alls	2.701

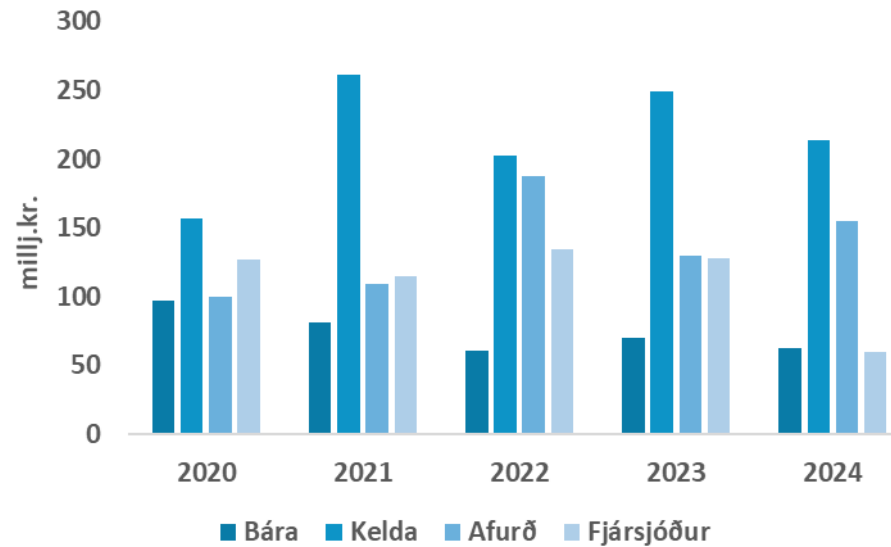
Þessa skiptingu má sjá hlutfallslega á mynd 5.

Mynd 5 sýnir hvernig upphæð veittra styrkja skiptist hlutfallslega á milli flokka. Hér má sjá að þó Bára hafi hlotið flesta styrki (sjá töflu 1) þá hefur sá flokkur hlotið lægsta upphæð styrkja sem helgast af því að upphæðir styrkja í Báru eru að hámarki 3 milljónir á meðan hámarksupphæðir í öllum hinum flokkunum eru 30 milljónir.



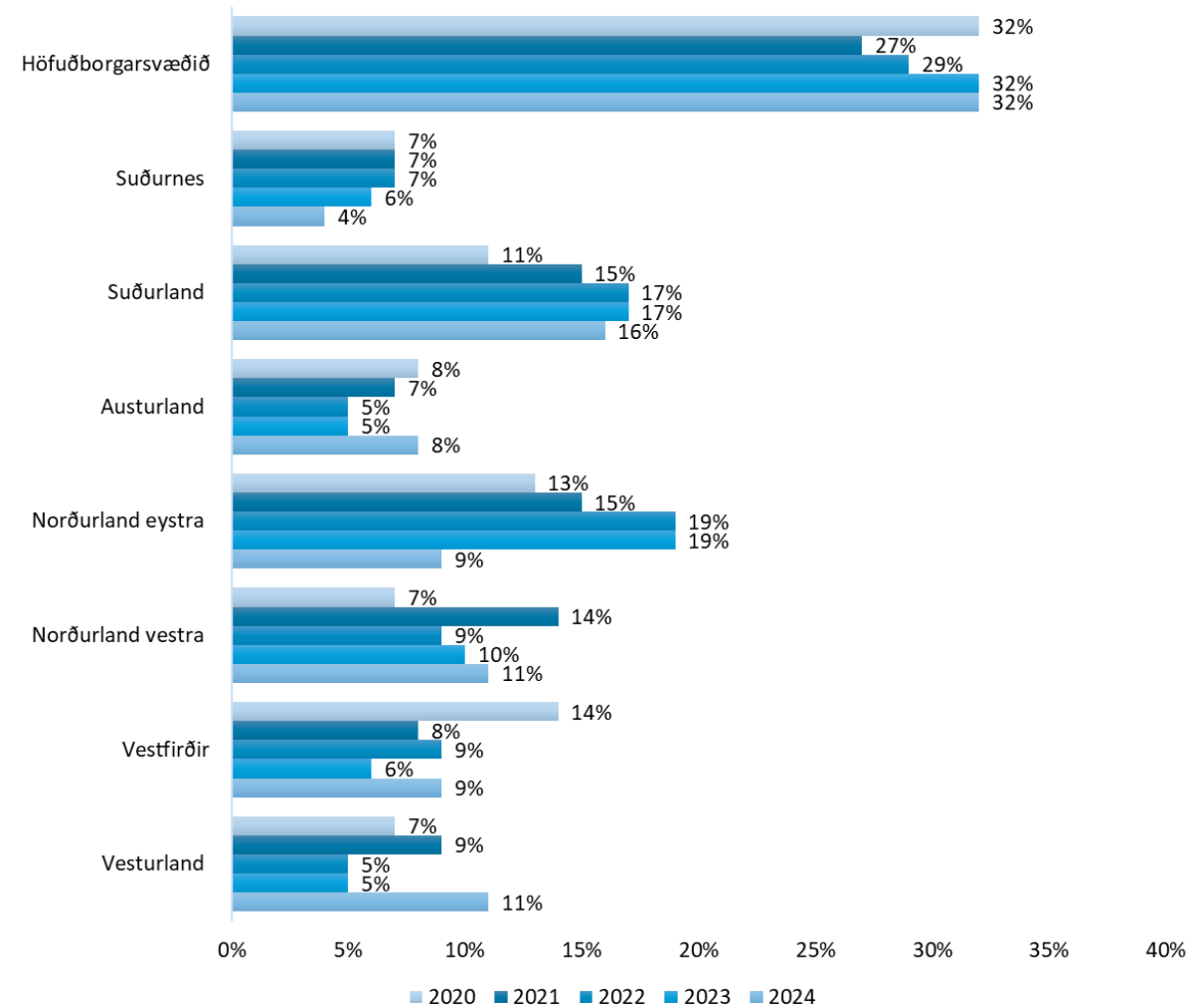
Mynd 5. Hlutfall af heildarupphæð styrkja eftir flokkum 2020-2024

Ef upphæð styrkja er skoðuð nánar eftir árum þá má sjá á mynd 6 hvernig styrkupphæðir hafa þróast eftir flokkum.



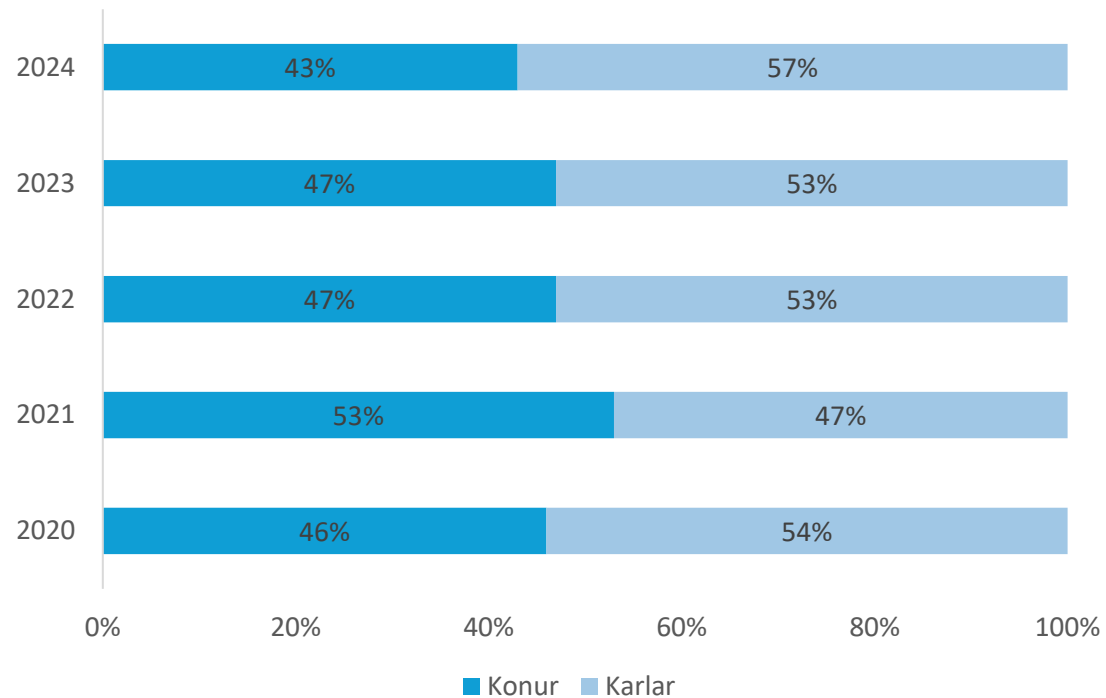
Mynd 6. Upphæðir styrkveitinga eftir flokkum á árunum 2020-2024

Styrkþegar þurfa að gefa upp hvar á landinu verkefni eru unnin og oft er um fleiri en einn landshluta að ræða í hverju verkefni. Mynd 7 sýnir hvernig veittir styrkir skiptust eftir landshlutum. Flest verkefni tengdust höfuðborgarsvæðinu eða um 30% en Suðurland og Norðurland eystra komu þar á eftir.



Mynd 7. Veittir styrkir eftir landshlutum 2020-2024

Matvælasjóður heldur einnig utan um upplýsingar um kyn verkefnisstjóra þeirra verkefna sem hafa hlotið styrki. Á mynd 8 má sjá kynjahlutfall verkefnastjóra þeirra verkefna sem hlutu styrki á árunum 2020-2024. Kynjaskiptingin er nokkuð jöfn en þó eru aðeins fleiri karlkyns verkefnastjórar öll árin nema eitt.



Mynd 8. Kynjahlutföll verkefnastjóra sem hlutu styrki 2020-2024

2 Aðferðir

Úttektin byggir á blandaðri aðferðafræði þar sem bæði var notast við spurningakönnun (megindleg gögn) og viðtöl (eigindleg gögn) til að meta áhrif Matvælasjóðs á styrkþega og samfélagið í heild.

2.1 Logic Model árangurslíkanið

Í skýrslunni er stuðst við Logic Model árangurslíkanið (W.K. Kellogg Foundation, 2004) til að greina áhrif Matvælasjóðs á styrkþega og samfélag. Logic módelið er greiningarrámmi sem sýnir hvernig aðgerðir og fjármunir breytast í afurðir og árangur til lengri tíma. Rámminn er víða notaður í mati á opinberum styrkjum og nýsköpunarverkefnum, þar sem hann gefur skýra mynd af orsakasamhengi milli framlags og áhrifa. Logic rámminn hentar vel til að sameina niðurstöður úr spurningakönnun og viðtölum. Verkefni styrkþega eru sett í samhengi og tengslin skoðuð á milli:

Framlags (e. inputs) eða þeirra fjármuna og stuðnings sem sjóðurinn veitir.

Aðgerða (e. activities) eða þeirra verkefna og aðgerða sem framkvæmdar eru fyrir styrkina svo sem rannsóknir, fræðsla, þjónusta eða þróunarvinna.

Afurða (e. outputs) sem eru beinar afurðir verkefnanna, t.d. nýjar vörur sem þróaðar eru, rannsóknir, útgefin skýrsla.

Árangurs (e. outcomes) sem eru þær breytingar sem verkefnið veldur til skemmri tíma svo sem aukin þekking, tekjur, störf eða ný viðskiptatækifæri.

Áhrifa (e. impact) sem eru þær breytingar sem verkefnið leiðir af sér til lengri tíma fyrir samfélag, atvinnugrein og efnahag, svo sem aukin verðmætasköpun, sjálfbærari nýting auðlinda eða bætt lífsgæði.

Niðurstöður úr könnuninni voru kortlagðar inn í mismunandi þætti móðelsins (t.d. auknar tekjur sem „árangur“), á meðan viðtölin gáfu dýpri innsýn í hvernig styrkirnir voru nýttir og dæmi um tengslin á milli þessara þátta. Þannig veitir Logic ramminn heildstæða mynd af því hvernig styrkir Matvælasjóðs umbreytast í áþreifanlegan árangur og langtímaáhrif.

2.2 Spurningakönnun

Úrtak

Netkönnun var send á netfang verkefnastjóra allra verkefna sem hlotið höfðu styrk á fimm ára tímabili frá upphafi sjóðsins 2020 til 2024. Því var þetta þýðisrannsókn. Miðað var við að verkefnum væri lokið eða þau langt komin. Því var ekki sent á þá sem hlutu styrk 2025 þar sem ekki var komin reynsla á þau verkefni þegar könnunin var send út. Netföngin voru fengin með því að fara í gegnum umsóknir í gagnagrunni Matvælasjóðs.

Spurningalisti

Spurningalisti var búin til af RHA. Úttektir sem gerðar hafa verið á Tækniþróunarsjóði (Hallgrímur Jónsson, 2010; Gunnar Óskarsson, 2018; Guðjón Helgi Egilsson, Gunnar Óskarsson og Ævar Þórólfsson, 2022) voru hafðar til hliðsjónar og Logic greiningarramminn sem greina átti gögnin eftir. Þar sem eðli sjóðanna er nokkuð ólíkur var ákveðið að auk almennra, sameiginlegra spurninga væru 6-9 spurningar tileinkaðar hverjum af hinum fjórum styrktarflokkum sjóðsins: Báru, Afurð, Keldu og Fjársjóði. Því voru spurningarnar 37-40 eftir því fyrir hvaða flokk svarað var. Þar sem verkefnastjórar verkefnanna voru ekki allir íslenskir að uppruna var spurningalistinn þýddur yfir á ensku og þátttakendum gefinn kostur á að velja á milli íslensku og ensku. Spurningalistann á íslensku má sjá í viðauka 9.3

Könnunin innihélt að mestu fullyrðingar sem voru mældar á kvarðanum 1–5, ásamt nokkrum opnum spurningum til að kafa nánar ofan í einstök svör. Einnig var opin spurning í lokin þar sem þátttakendum var gefinn kostur á að koma á framfæri athugasemdum.

Framkvæmd

Tölvupóstur með krækju á netkönnunina var sendur út 5. júní 2025. Forritið Sogolytics var notað til að senda út könnunina. Þrjár ítrekanir voru sendar, 12. júní, 20. júní og 26. júní. Spurningakönnunin var send út í fernu lagi, ein könnun fyrir hvern sjóð, þar sem hluti spurninganna var mismunandi fyrir ólíka flokka. Einnig var vitað að sumir styrkþegar hefðu fengið styrk úr fleiri en einum sjóði og með þessu móti gátu þeir séð fyrir hvaða sjóð var verið að svara hverju sinni. Einnig var tekið fram í haus könnunarinnar að ef styrkþegi hefði fengið fleiri en einn styrk úr sama sjóði ætti hann að svara fyrir það verkefni sem hann fékk fyrst. Það var gert með það í huga að lengri reynsla væri komin á eldri verkefni. Þá var tekið fram að ef styrkþegi hefði fengið tvo styrki sama árið ætti að velja það verkefni sem fékk hærri styrk. Til að lágmarka líkur á brottfalli var þess gætt að spurningarnar væru hóflega margar og gefið upp í tölvupósti að það tæki 5-8 mínútur að svara könnuninni.

Svarhlutfall

Tafla 3 sýnir heildarfjölda netfanga, fjölda netfanga sem tókst að senda á, fjölda svara sem bárust og svarhlutfall, samtals og eftir flokkum. Netföng verkefnisstjóra voru alls 250. Þau endurspegla þó fleiri verkefni þar sem sama netfang gat komið fyrir oftari en einu sinni í hverjum flokki ef viðkomandi hafði fengið styrk oftari en einu sinni. Af netföngunum voru 25 ógild. Flest netföng voru í floknum Bára eða 130 og þar voru einnig flest netföng ógild eða 13. Ógild netföng voru fleiri í byrjun en leitast var við að finna rétt netföng á veraldarvefnum. Með því tókst að ná til nokkurra í flokkunum Báru og Afurð sem komnir voru með nýtt netfang. Svarhlutfall var í heildina 52,4% sem verður að teljast mjög gott þar sem svarhlutfall í könnunum hefur almennt farið ört lækkandi síðustu ár (Jabkowski og Cichocki, 2024). Samkvæmt Kantar kannanafyrirtækinu er 5%-30% svarhlutfall í spurningakönnunum ásættanlegt og allt yfir 30% svarhlutfall frábært (Le Masson, 2025).

Líklega má skýra hátt svarhlutfall með því að Matvælasjóður njóti velvildar frá styrkþegum og að þátttakendum hafi runnið blóðið til skyldunnar eftir að hafa þegið styrk frá sjóðnum.

Tafla 3. Fjöldi svara og svarhlutfall eftir flokkum

Fjöldi netfanga, svör og svarhlutfall				
	Netföng úr umsóknum	Gild netföng	Svör	Svarhlutfall
Alls	250	225	118	52,4%
Bára	130	117	60	51,3%
Kelda	42	39	23	59,0%
Afurð	42	36	18	50,0%
Fjársjóður	36	33	17	51,5%

Greining gagna

Gögnin voru greind með forritinu R. Í byrjun voru gagnagrunnarnir fjórir greindir sérstaklega fyrir hvern flokk fyrir sig. Gagnagrunnarnir fjórir voru síðan sameinaðir og gerður einn sameiginlegur gagnagrunnur til viðbótar til að greina þær spurningar sem voru sameiginlegar öllum flokkum. Í þriðja kafla skýrslunnar er myndræn framsetning á niðurstöðum spurningalistanna sem einnig var unnin með R forritinu. Niðurstöðurnar eru settar fram sem hlutfall svarenda sem eru frekar eða mjög sammála, sem þótti gefa skýra mynd, þó það jafngildi ekki meðaltali kvarðans.

2.3 Viðtöl

Framkvæmd

Hálfstöðluð viðtöl voru tekin við fjóra fulltrúa úr hverjum styrktarflokki. Ekki þótti ástæða að taka fleiri viðtöl þar sem metnun var náð. Við val á viðmælendum var leitast við að gæta þess að tala við styrkþega af báðum kynjum, af bæði höfuðborgarsvæðinu og landsbyggðinni, frá hverju ári á tímabilinu 2020-2024 og úr sem flestum greinum matvælaíðnaðar. Þess utan var leitast við að velja þátttakendur sem mest handahófskennt fremur en að velja sérstaklega ákveðin fyrirtæki eða stofnanir. Beiðni um viðtal var send í tölvupósti og ef póstinum var ekki svarað eða ef viðtali var hafnað var valinn annar þátttakandi. Alls voru tekin 16 viðtöl á tímabilinu 1. júlí til 28. ágúst 2025. Tvö viðtöl voru tekin í persónu en 14 viðtöl voru tekin með Microsoft Teams fjarfundabúnaði. Viðtölin voru hljóðrituð og afrituð. Lista yfir viðmælendur má sjá í viðauka 9.2.

Greining gagna

Viðtalsgögn voru greind með þemagreiningu (*thematic analysis*), þar sem leitast var við að draga fram árangur, áskoranir og lærdóm í hverjum flokki. Niðurstöður úr viðtölunum má finna í kafla 4. Niðurstöður viðtalanna voru síðan skoðaðar í heild og settar í samhengi við Logic Model viðmiðin í kafla 5, ásamt niðurstöðum úr spurningakönnuninni.

3 Niðurstöður úr spurningakönnun

Eins og fram kom í kafla 2.2 var spurningalistanum skipt upp í almennar spurningar sem allir þátttakendur fengu og sértækar spurningar fyrir hvern styrkjaflokk. Í þessum kafla er niðurstöðum skipt í tvo undirkafla, 3.1. þar sem finna má svör við spurningunum sem allir fengu og 3.3 þar sem finna má svör við spurningum eftir hverjum flokki fyrir sig. Einnig má í kafla 3.2. finna bakgrunnsupplýsingar sem brotnar eru niður eftir styrkjaflokkum.

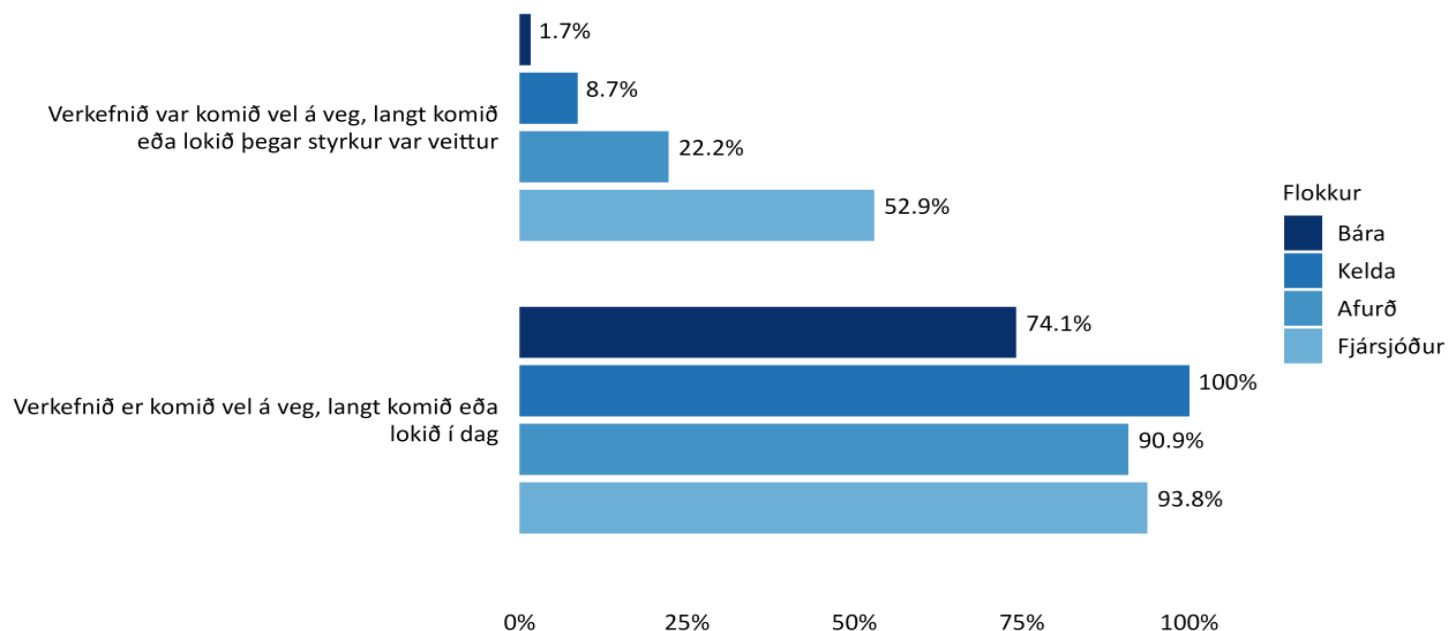
3.1 Samantekt svara sem allir þátttakendur svöruðu

Í þessum kafla eru niðurstöður þeirra spurninga sem voru sameiginlegar fyrir alla flokka styrkþega skoðaðar. Heildarfjöldi svarenda var 118 og var fjöldi svarenda í hverjum flokki á bilinu 17-60 (sjá töflu 3 á bls. 19). Þar sem flokkarnir fjórir, Bára, Kelda, Afurð og Fjársjóður, eru ólíkir um margt og þjóna verkefnum sem spanna allt frá hugmyndum til markaðssetningar þá þótti áhugavert og gefa betri upplýsingar að greina svörin nánar eftir flokkum. Heildarniðurstöðu svara án greiningar eftir flokkum má finna í viðauka 9.1. Eru myndirnar í viðauka 9.1 númeraðar og má sjá yfirlit yfir þær í myndayfirliti.

Niðurstöður eru settar fram sem **hlutfall svarenda sem eru frekar eða mjög sammála** þeim fullyrðingum sem settar voru fram. Þetta auðveldar lestur og gefur skýra mynd af niðurstöðum. Þessi framsetning hefur einnig verið notuð í mati á Tækniþróunarsjóði (Guðjón Helgi Egilsson, Gunnar Óskarsson og Ævar Þórólfsson, 2022; Gunnar Óskarsson, 2018). Niðurstöðurnar draga fram þau áhrif sem styrkir úr Matvælasjóði hafa á bæði styrkþegana sjálfa og á nærumhverfi þeirra og samfélagið í heild.

Á mynd 9 má sjá að staða verkefna hefur breyst mikið frá úthlutun styrkjanna til dagsins í dag. Við styrkveitingu voru fá verkefni komin vel af stað. Undantekningin er Fjársjóður en þar voru 53% verkefnanna komin vel á veg. Þetta hlýtur að teljast eðlilegt þegar haft er í huga að tilgangur styrkja úr Fjársjóði er að styðja við vöru eða afurð sem þegar er tilbúin til að fara á markað. Í dag telja hins vegar langflestir styrkþegar verkefnin vera vel á veg komin eða lokið í Báru, Afurð og Fjársjóði og allir styrkþegar í Keldu. Niðurstöðurnar benda til skýrrar framvindu verkefnanna sem styrkt voru.

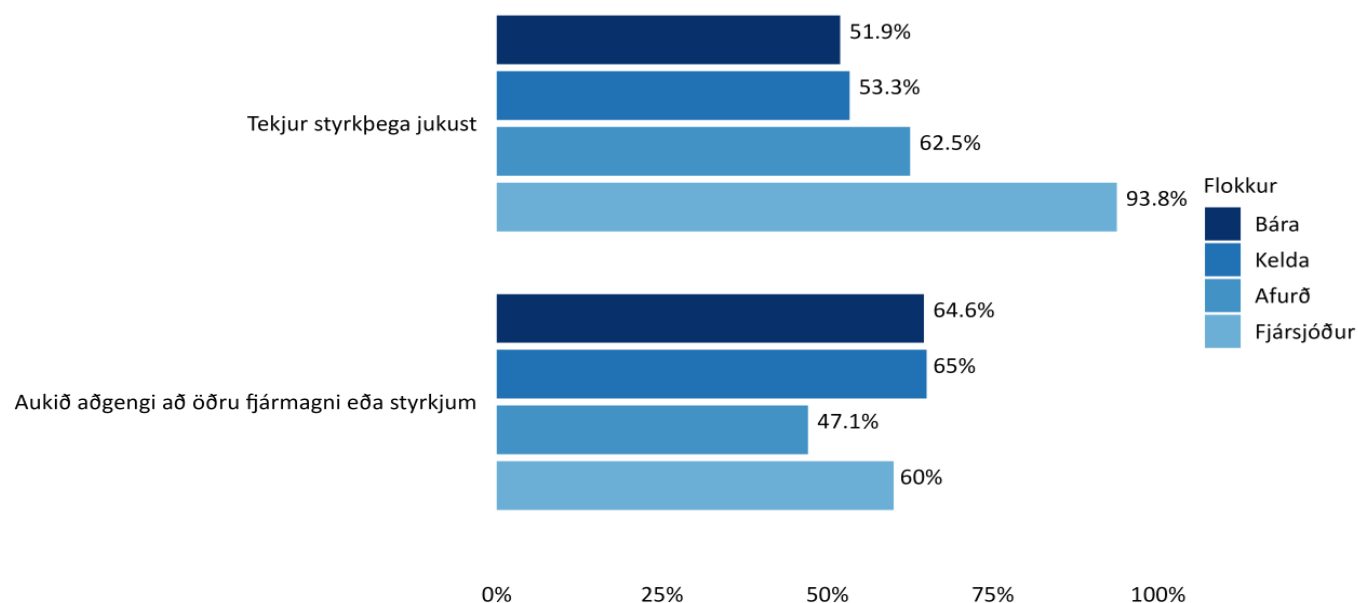
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um stöðu verkefnisins?



Mynd 9. Staða verkefna í byrjun og í dag

Eins og sjá má á mynd 10 hafði orðið tekjuaukning hjá meirihluta styrkþega í kjölfar styrksins. Þetta á sérstaklega við um Fjársjóð en þar höfðu tekjur aukist hjá 94% styrkþega. Þetta vekur athygli því ekki hefur liðið langur tími frá því að styrkþegar fengu úthlutað styrkjum. Búast mátti við að mest tekjuaukning hefði orðið í Fjársjóði þar sem hlutverk hans er að koma vörum á markað. Þar sem flest verkefnin ganga út á nýsköpun eða að bæta vöru eða afurð og auka samkeppnishæfni hennar ætti þetta samt ekki að koma svo á óvart. Um og rétt yfir helmingur styrkþega segist hafa fengið aukið aðgengi að öðru fjármagni og/eða styrkjum. Þessar niðurstöður gefa til kynna að styrkur frá Matvælasjóði auðveldi aðgang að öðru fjármagni.

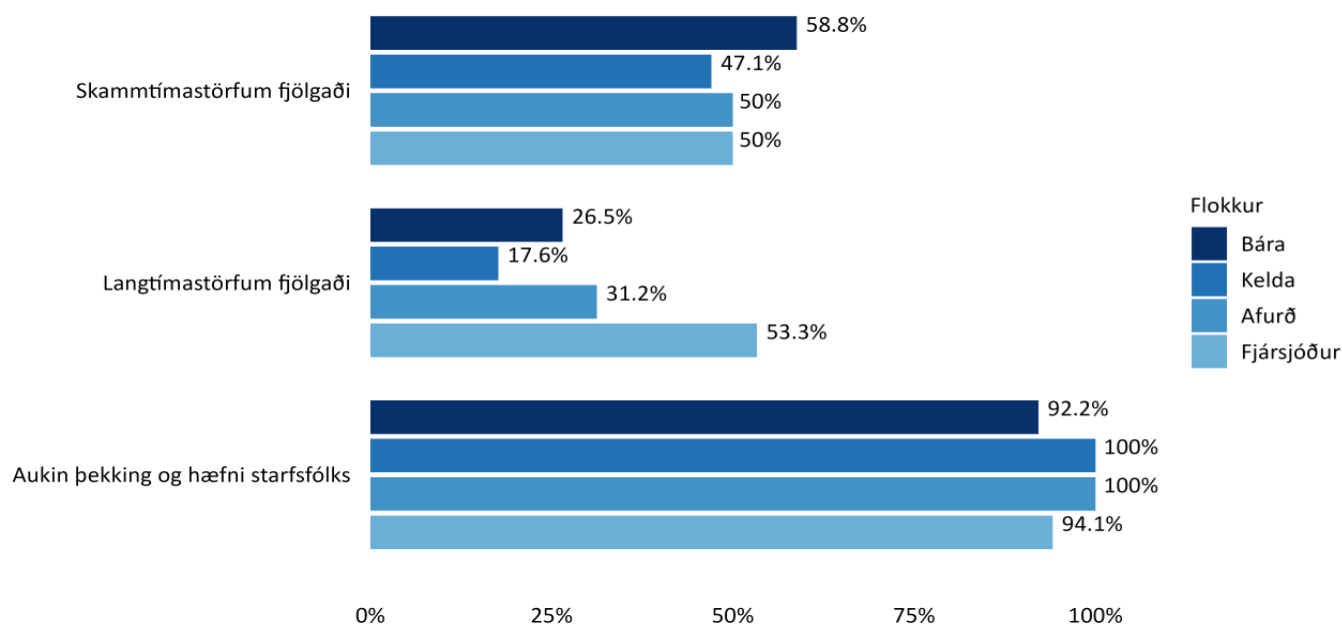
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um auknar tekjur og aukið aðgengi að fjármagni í tengslum við verkefnið?



Mynd 10. Breytingar á tekjum styrkþega og aðgangur að fjármagni

Samkvæmt mynd 11 sagði um helmingur styrkþega að skammtímastörfum hefði fjölgað. Það er nokkuð góð niðurstaða og bendir til að styrkurinn frá Matvælasjóði hjálpi til við að fjölga störfum til skamms tíma. Skammtímastörfum hafði fjölgað mest í Báru. Hins vegar hafði langtímastörfum fjölgað hjá minnihluta styrkþega nema í Fjársjóði þar sem 53% sögðu þeim hafa fjölgað. Það sem gæti skýrt þetta er að stutt er síðan sjóðurinn hóf að útdeila styrkjum og því erfitt að meta langtímaáhrif vegna starfa. Greinilegt er að styrkþegar eru sammála um að þekking og hæfni starfsfólks hafi aukist en það gildi um 100% svara frá bæði Keldu og Afurð og rúmlega 90% hjá hinum flokkunum. Þessi árangur getur líka haft áhrif út fyrir fyrirtækið eða stofnunina og stuðlað að reynslu og þekkingu sem hefur jákvæð áhrif á nærumhverfið og samfélagið í heild.

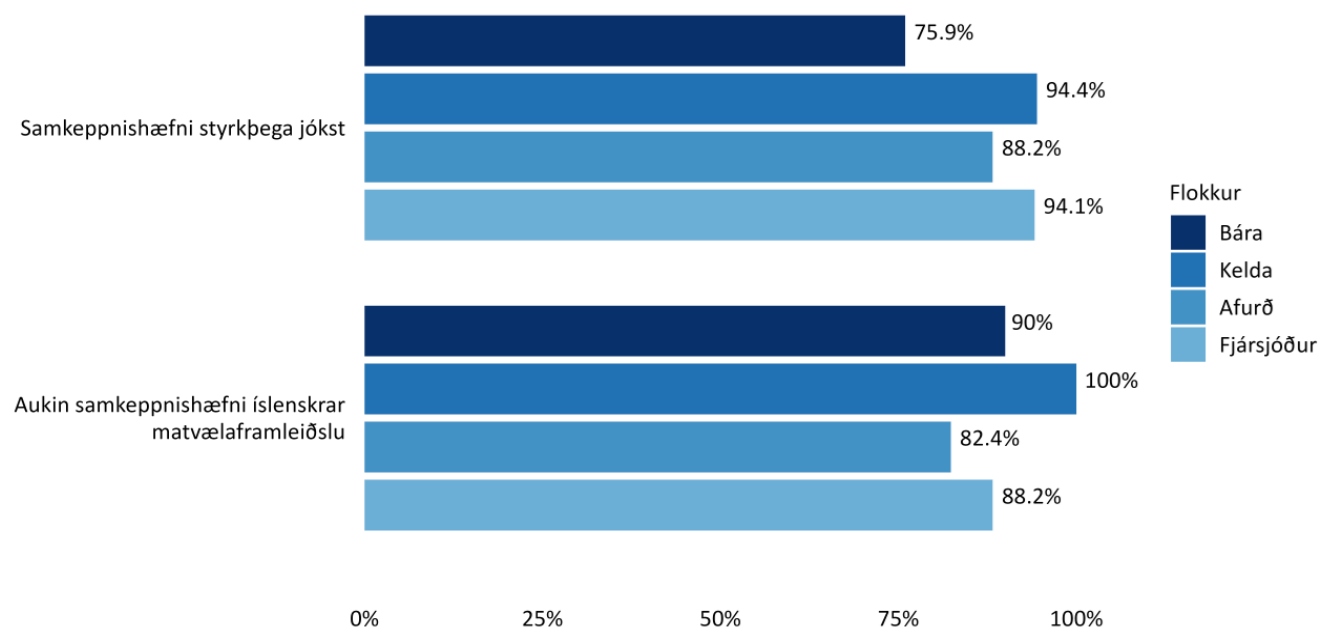
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um fjölgun starfa og þekkingu/hæfni starfsfólks í tengslum við verkefnið?



Mynd 11. Fjölgun starfa, þekking og færni

Ein af áherslum Matvælasjóðs er að styðja við og efla samkeppnishæfni íslenskrar matvæla. Mikill meirihluti svarenda sagði samkeppnishæfni sína hafa aukist eða frá 75,9%-94,4% styrkþega. Einnig taldi yfirgnæfandi meirihluti styrkþega að styrkirnir hefðu aukið samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu (mynd 12).

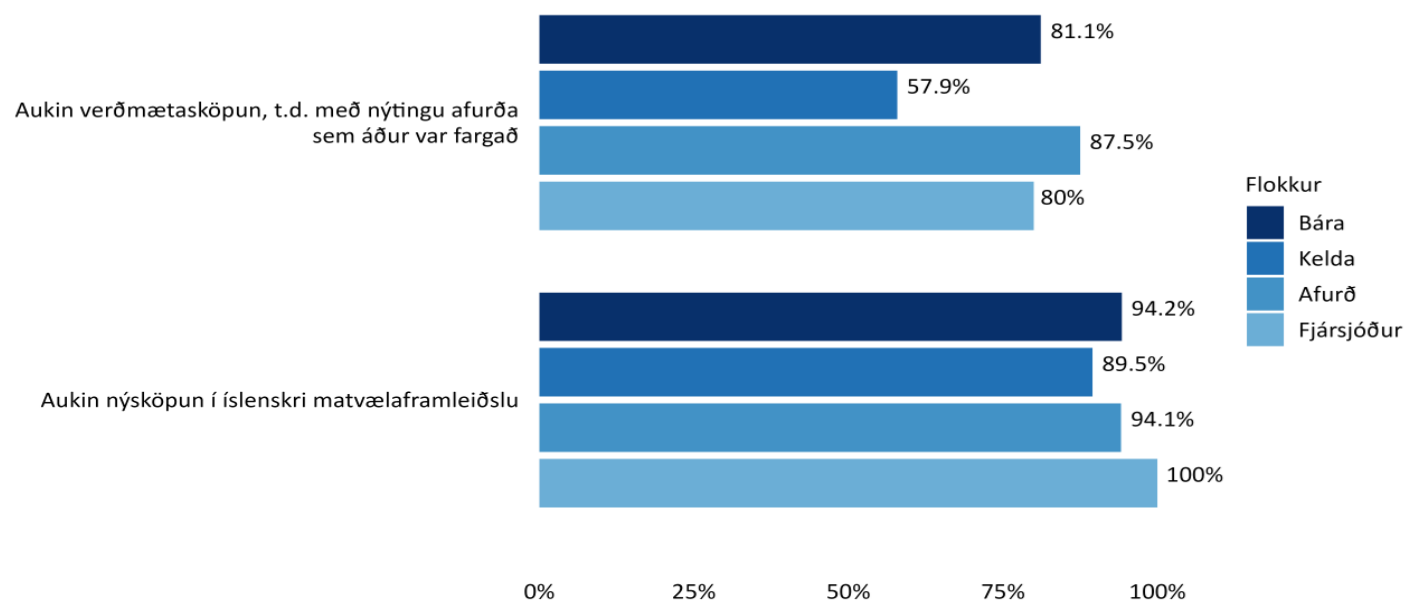
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um breytingu á samkeppnishæfni í tengslum við verkefnið?



Mynd 12. Samkeppnishæfni

Annað hlutverk Matvælasjóðs er að styrkja þróun og nýsköpun við framleiðslu og vinnslu matvæla og hliðarafurða úr landbúnaðar- og sjávarafurðum. Þá er eins og áður hefur komið fram mikil áhersla lögð á sjálfbærni og verðmætasköpun, m.a. vegna vinnslu og nýtingu hliðarafurða. Á mynd 13 má sjá að góður meirihluti styrkþega telur að verkefni þeirra hafi aukið verðmætasköpun. Þetta átti við um rúmlega 80% styrkþega úr Báru, Afurð og Fjár sjóði. Allir svarendur úr Fjár sjóði töldu að verkefni þeirra hefðu stuðlað að aukningu í nýsköpun í íslenskri matvælaframleiðslu og yfirgnæfandi meirihluti úr hinum flokkunum líka.

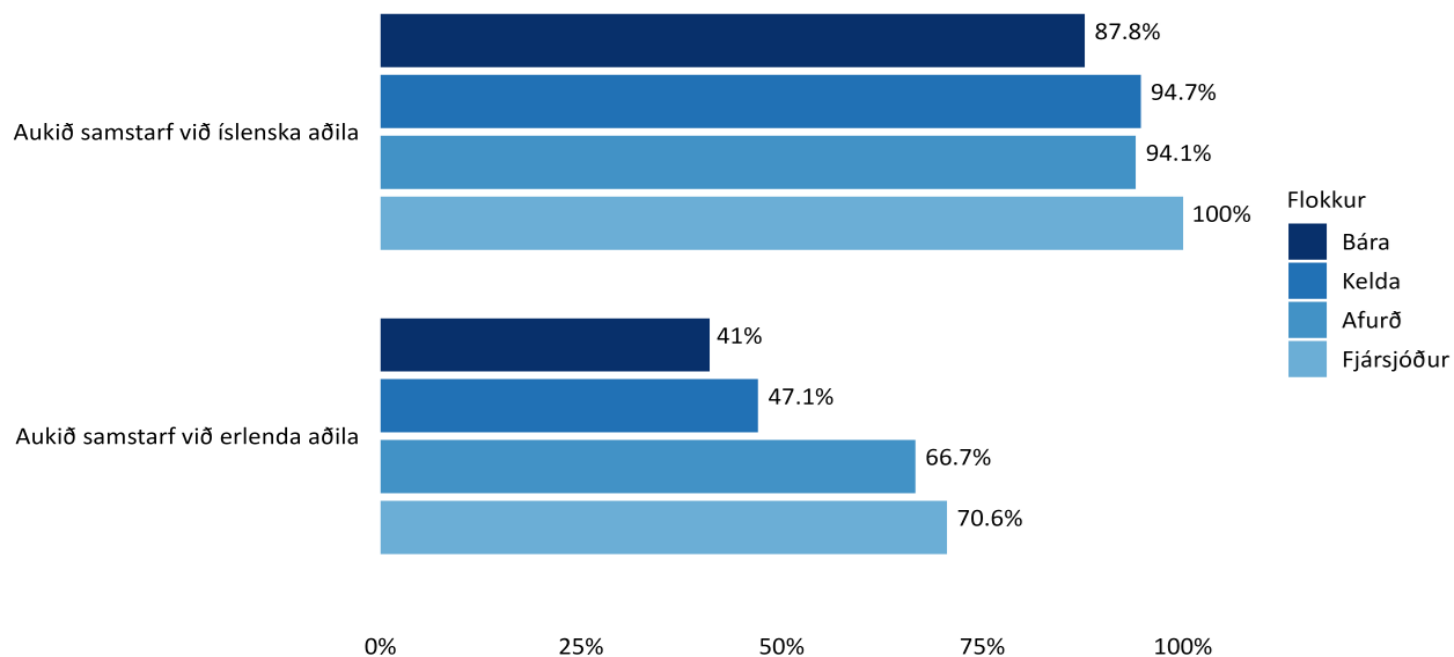
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukna verðmæta- og nýsköpun í tengslum við verkefnið?



Mynd 13. Aukin verðmæta- og nýsköpun

Mikill meirihluti svarenda hafði aukið samstarf við innlenda aðila vegna verkefnisins eins og sést á mynd 14. Þá hafði góður meirihluti styrkþega í Afurð og Fjársjóði einnig aukið samstarf við erlenda aðila. Að öllum líkindum er það vegna aukins markaðsstarfs erlendis.

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukið samstarf í tengslum við verkefnið?

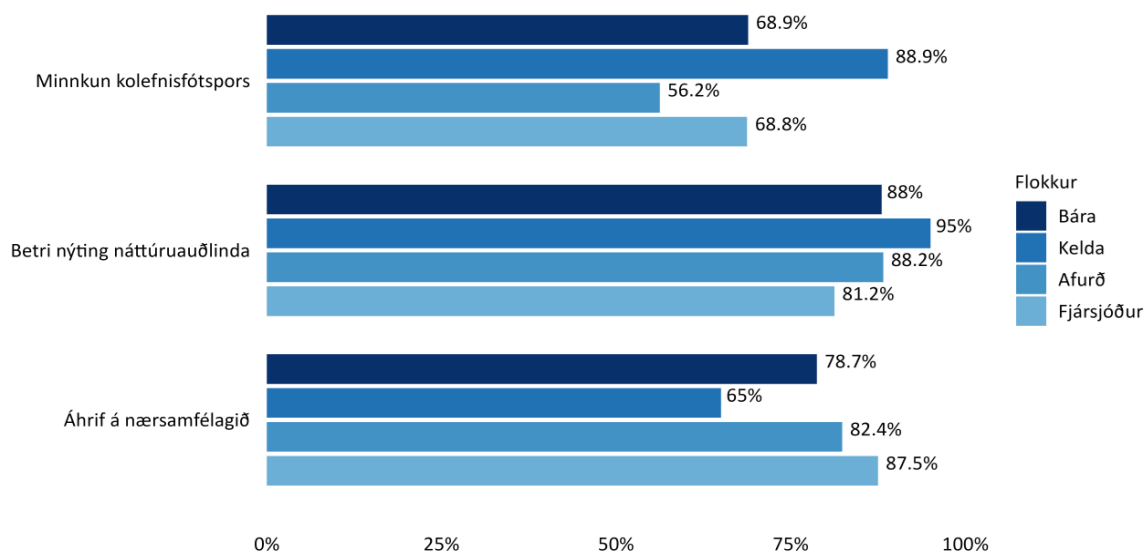


Mynd 14. Aukið samstarf

Mynd 15 sýnir að þau verkefni sem hafa hlotið styrk virðast skila samfélagslegum ávinningi. Meirihluti styrkþega sagði verkefni sín hafa stuðlað að minna kolefnisfótspori þó það væri nokkuð misjafnt eftir flokkum, frá 56% svarenda í Afurð til 89% svarenda í Keldu.

Mikill meirihluti styrkþega taldi að verkefni þeirra bætti nýtingu náttúruauðlinda. Einnig taldi meirihluti svarenda að verkefni þeirra hefðu haft áhrif á nærsamfélagið eða frá 65% svarenda í Keldu til um 87% svarenda í Fjársjóði. Niðurstöðurnar í heild benda því til áþreifanlegra umhverfis- og samfélagsáhrifa.

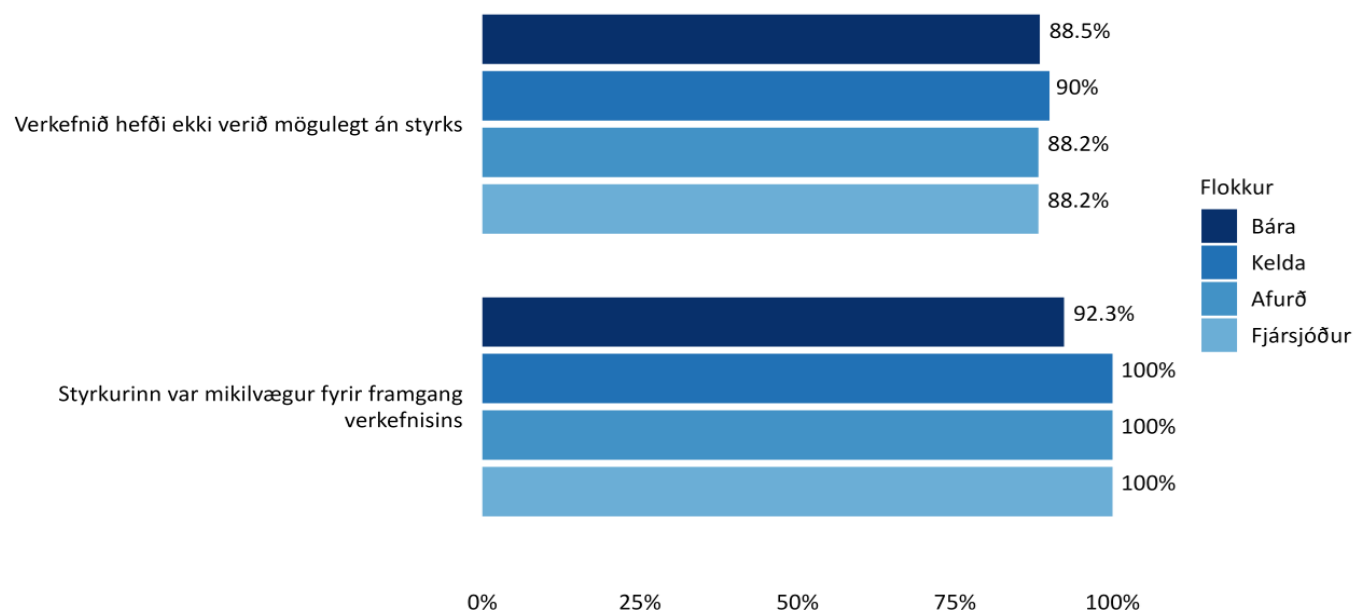
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukinn ávinning í tengslum við verkefnið?



Mynd 15. Ávinningur fyrir samfélagið

Styrkþegar virðast vera mjög sammála um mikilvægi styrkja Matvælasjóðs. Um 90% í öllum flokkunum sögðu að verkefni þeirra hefðu ekki verið möguleg án styrksins. Allir svarendur í Keldu, Afurð og Fjársjóði voru sammála því að styrkirnir hefðu verið mikilvægir fyrir framgang verkefnisins (mynd 16). Þetta eru mjög jákvæðar niðurstöður fyrir Matvælasjóð og undirstrikar mikilvægi hans.

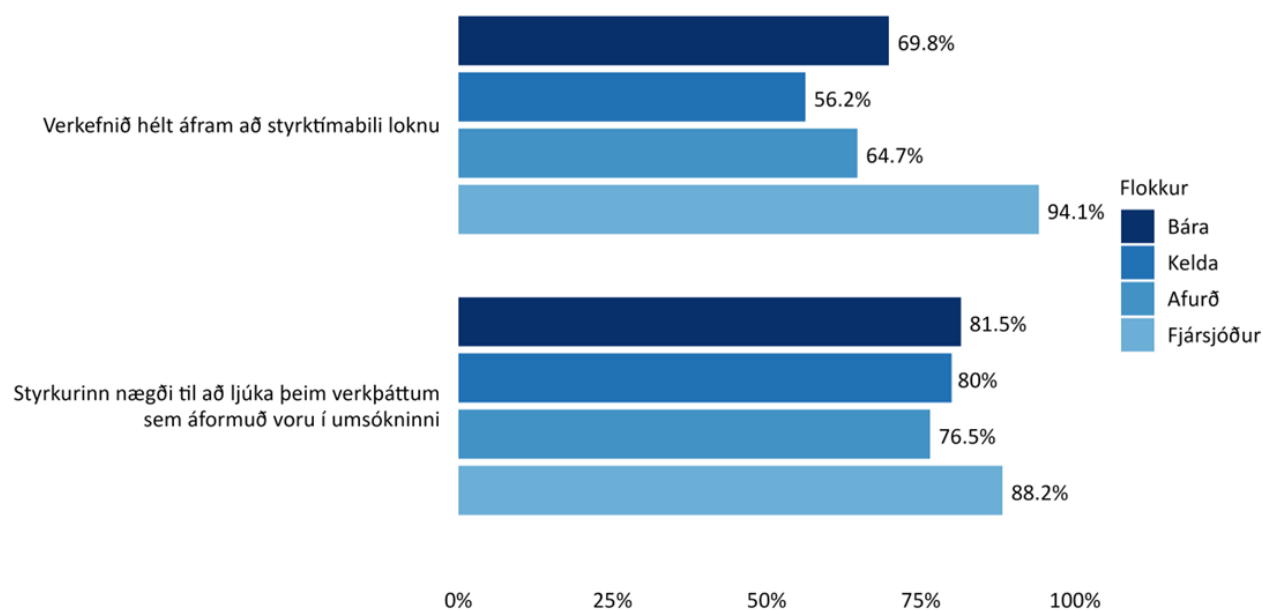
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um mikilvægi styrksins í tengslum við verkefnið?



Mynd 16. Mikilvægi styrks

Mynd 17 sýnir mikilvægi styrkjanna fyrir framvindu verkefnanna. Yfirgnæfandi meirihluti svarenda sagði að styrkurinn hefði nægt eða nægði til að ljúka þeim verkþáttum sem lágu fyrir samkvæmt styrkumsókninni. Opin spurning fylgdi þessari spurningu þar sem styrkþegar greindu frá ástæðu þess þegar styrkurinn nægði ekki. Flestir nefndu að verkefnið hefði verið umfangsmeira en gert hefði verið ráð fyrir eða kostnaður vanáætlaður. Meirihluti svarenda sagði að verkefni þeirra hefðu haldið áfram að styrktímabili loknu, allt frá 56% verkefna í Keldu til 94% verkefna í Fjársjóði. Þessari spurningu fylgdi einnig opin spurning þar sem styrkþegar sem svöruðu fullyrðingunni neitandi voru spurðir hvers vegna verkefnið hefði ekki haldið áfram. Algengustu ástæðurnar voru vöntun á frekara fjármagni, tímaskortur og að það stæði yfir leit að frekari styrkjum.

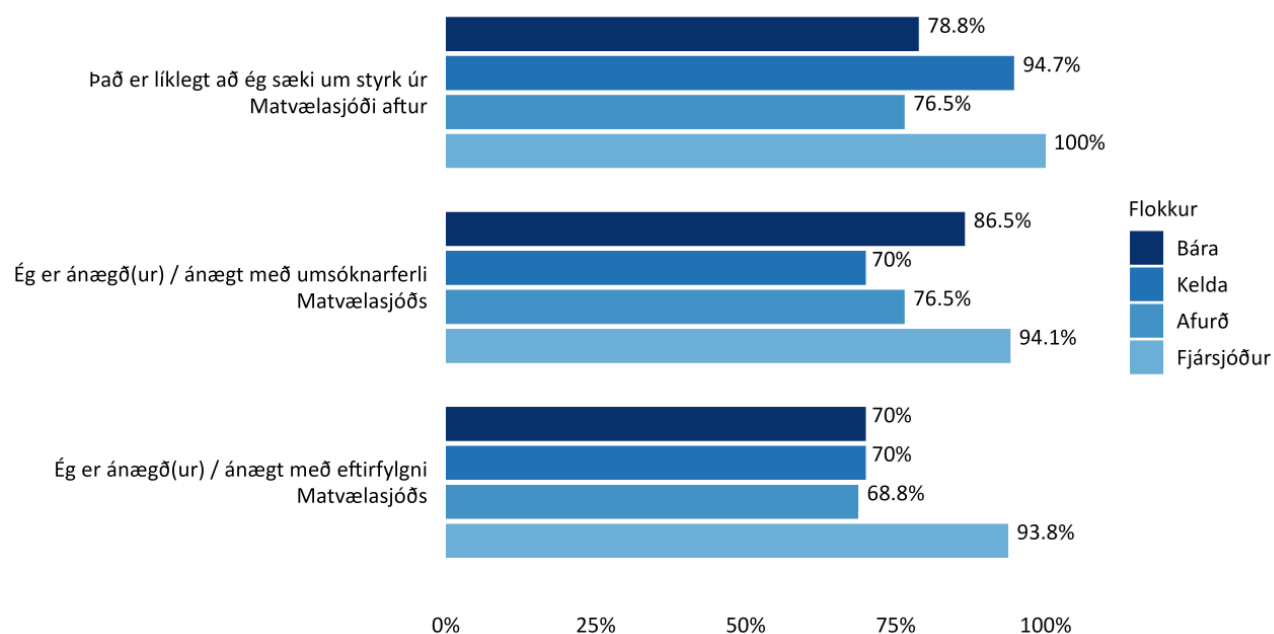
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um mikilvægi styrksins í framvindu verkefnisins?



Mynd 17. Framvinda verkefnisins

Mynd 18 sýnir að mikill meirihluti svarenda taldi líklegt að þeir sæki aftur um styrk til Matvælasjóðs og á þetta við um alla svarendur Fjársjóðs. Einnig er mikill meirihluti ánægður með umsóknarferli (70%-94%) og eftirfylgni Matvælasjóðs (69%-94%). Þegar þessar spurningar eru skoðaðar eru styrkþegar úr Fjársjóði áberandi ánægðastir. Þegar styrkþegar voru inntir eftir ábendingum til sjóðsins í opinni spurningu komu fram nokkrar ábendingar vegna m.a. eftirfylgni og umsóknarferils Matvælasjóðs (sjá nánar kafla 6, bls. 74).

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um umsóknarferli og eftirfylgni Matvælasjóðs?



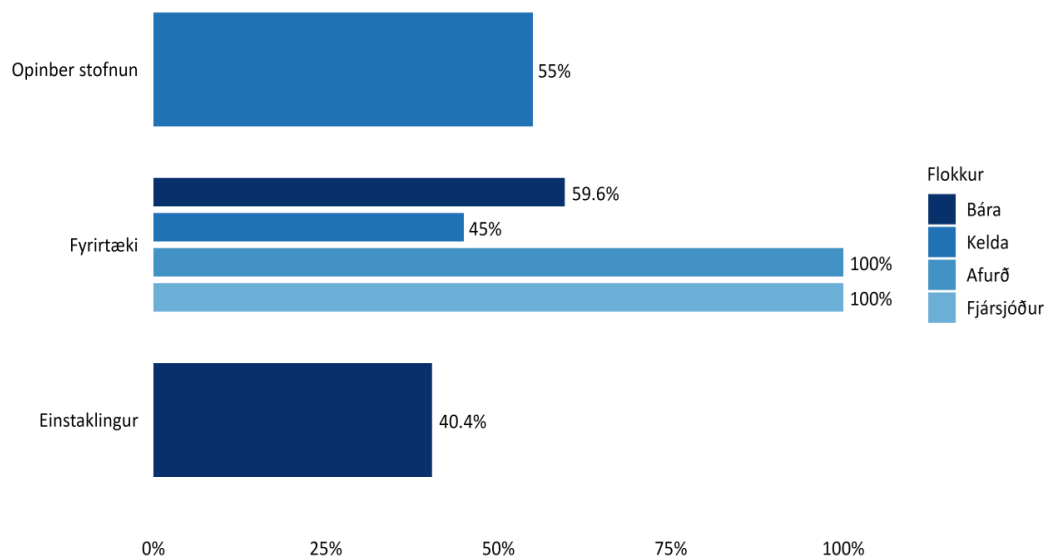
Mynd 18. Umsóknarferli og eftirfylgni Matvælasjóðs

3.2 Bakgrunnsupplýsingar umsækjanda eftir flokkum

Í þessum kafla eru niðurstöður fjögurra bakgrunnsspurninga greindar eftir flokkum. Svörin draga upp heildarmynd af samsetningu styrkþega og varpa ljósi á hugsanlegan mun milli flokka. Í tilvikum þar sem heimilt var að velja fleiri en einn valkost geta hlutföll samtals orðið yfir 100% (sjá myndir 21 og 22).

Mynd 19 sýnir hvernig styrkþegar Matvælasjóðs í þessari könnun flokkuðust. Rúmur helmingur styrkþega í Keldu eru opinberar stofnanir og tæpur helmingur er fyrirtæki. Styrkþegar í Báru skera sig úr að því leyti að 40% þeirra eru einstaklingar. Styrkþegar í Afurð og Fjársjóði voru allir fyrirtæki.

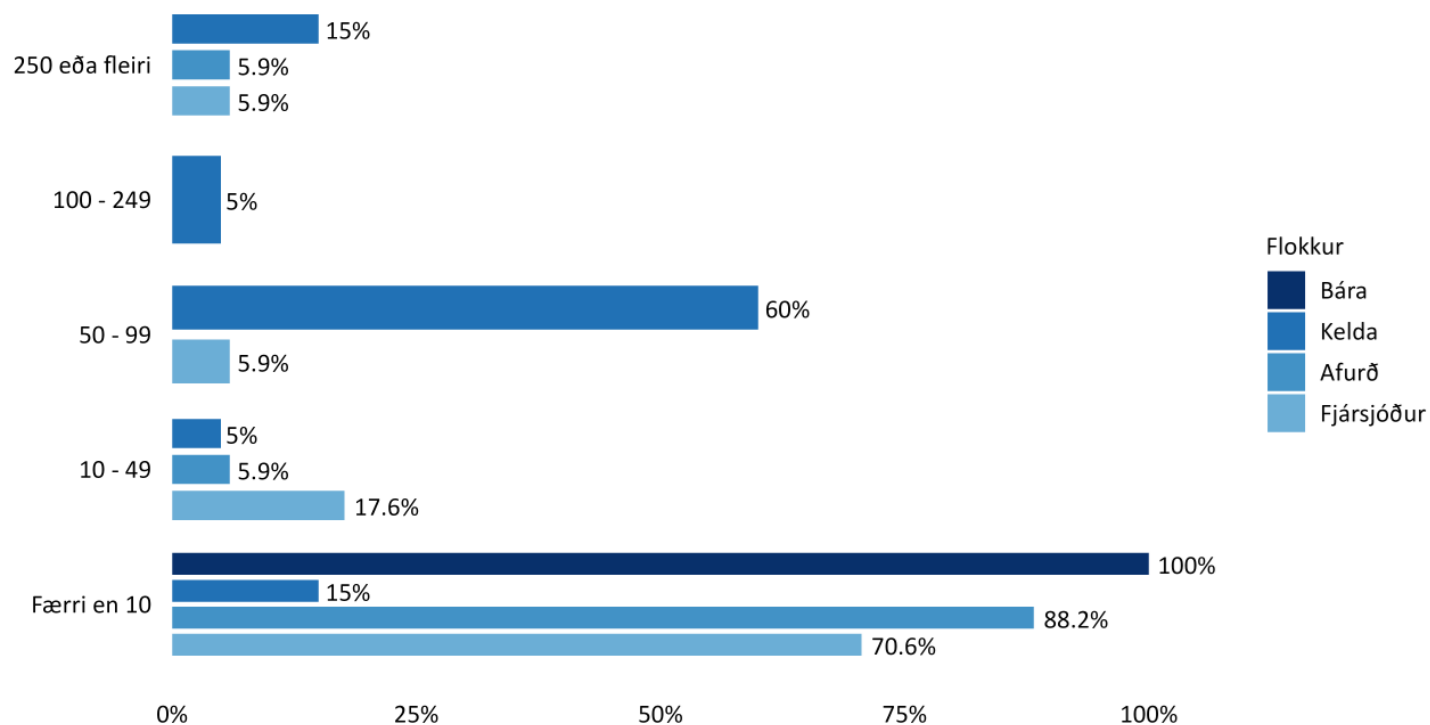
Styrkþegi er:



Mynd 19. Styrkþegar eftir flokkum

Sjá má á mynd 20 að Kelda sker sig úr varðandi starfsmannafjölda en þar eru 80% styrkþega með 50 starfsmenn eða fleiri og þar af 15% með 250 starfsmenn eða fleiri. Ástæðan er líklega sú að opinberar stofnanir eru stór hluti styrkþega í Keldu, eða 55% skv. mynd 19. Langflestir styrkþegar eru með færri en 10 starfsmenn, sem dæmi eru allir þeir sem eru styrkþegar úr Báru með starfsmannafjölda undir 10 enda er stór hluti þeirra einstaklingar eins og áður hefur komið fram.

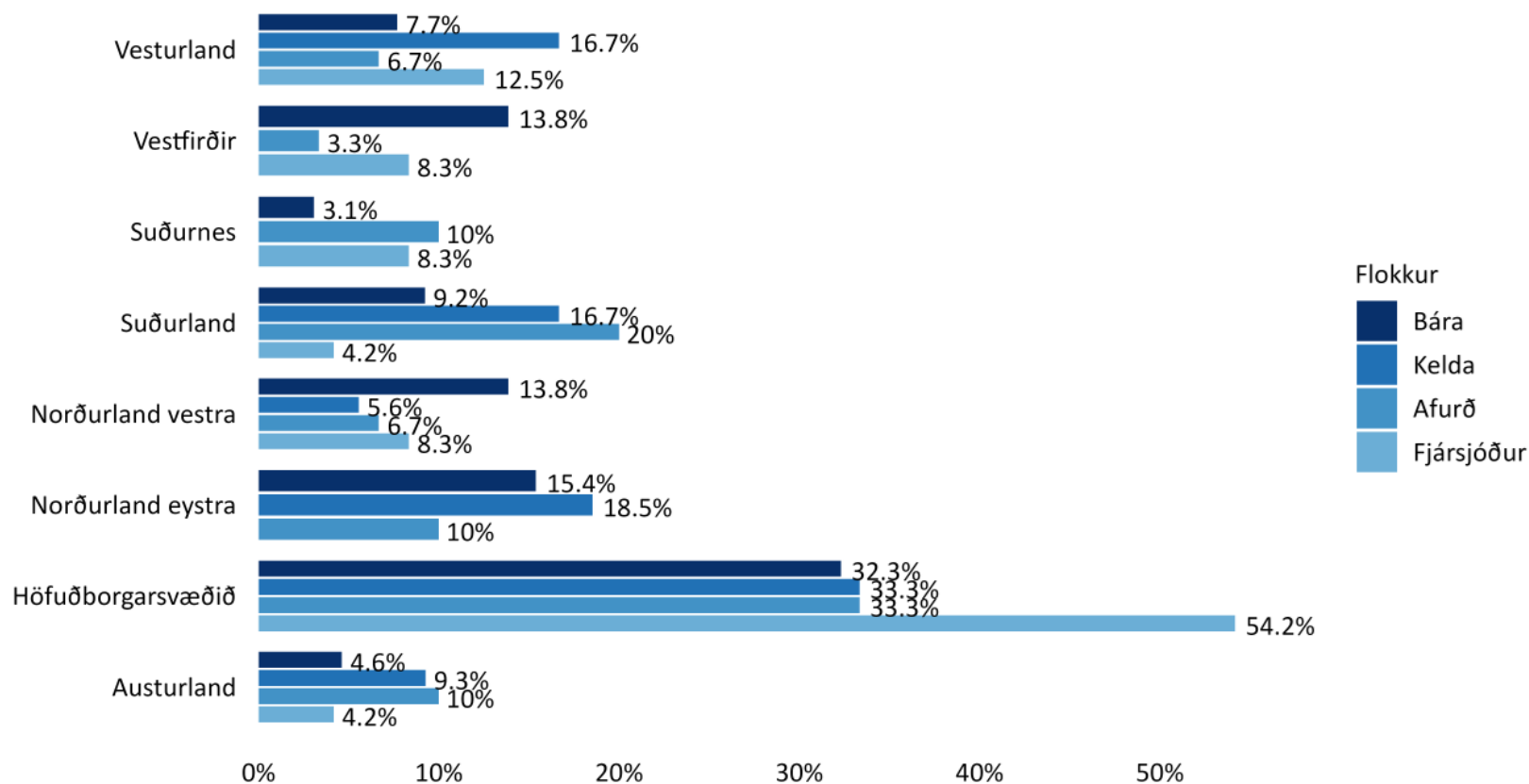
Starfsmannafjöldi styrkþega er:



Mynd 20. Starfsmannafjöldi stofnunar/fyrirtækis eftir flokkum

Mynd 21 sýnir þau landsvæði þar sem verkefnin sem hlutu styrk var unnið. Í þessari spurningu var möguleiki að velja fleiri en einn svarmöguleika. Stærsti hluti verkefnanna sem fá styrk úr Matvælasjóði hafa tengingu við höfuðborgarsvæðið. Næst koma Suðurland og Norðurland eystra.

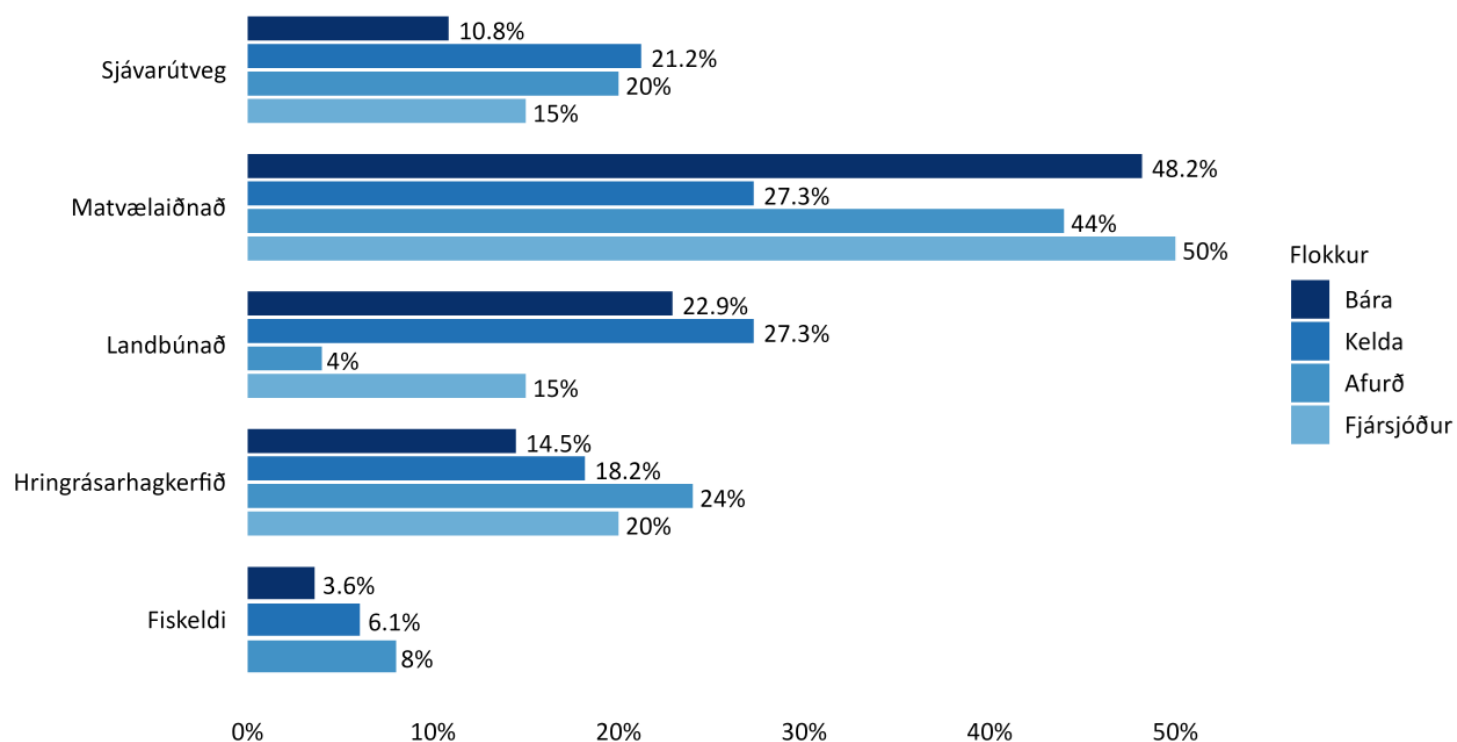
Landsvæði þar sem verkefnið var unnið:



Mynd 21. Landsvæði þar sem verkefnið var unnið, eftir flokkum

Mynd 22 sýnir í hvaða flokk verkefnin sem hlutu styrk falla. Í þessari spurningu var einnig möguleiki að velja fleiri en einn svarmöguleika. Stærsti hluti verkefnanna sem fá styrk úr Matvælasjóði flokkast undir matvælaiðnað, frá 27% í Keldu til 50% í Fjársjóði, sem kemur ekki á óvart. Töluverður hluti verkefnanna flokkast síðan í sjávarútveg, landbúnað og hringrásarhagkerfið. Mjög lítil hluti verkefnanna flokkast undir fiskeldi.

Verkefnið fellur undir eftirfarandi afurð/flokka:



Mynd 22. Undir hvaða flokka eða afurðir fellur styrkurinn

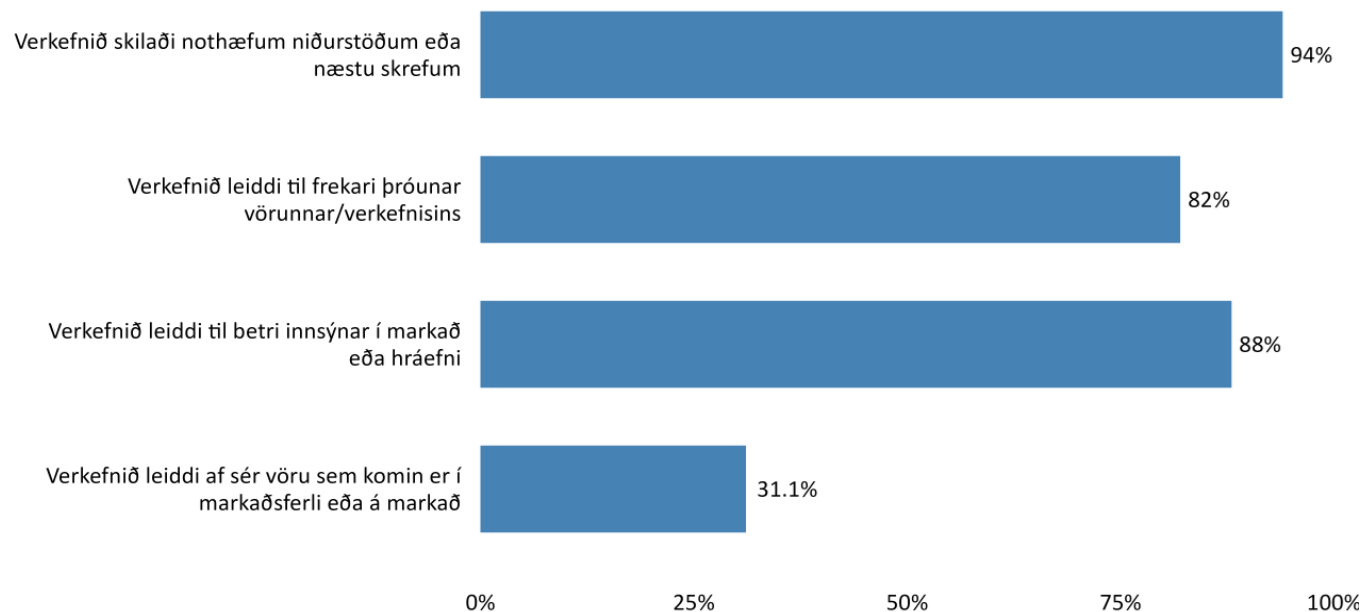
3.3 Samantekt eftir styrkjaflokkum

Í þessum kafla eru teknar saman niðurstöður fyrir þær spurningar sem voru sértækar fyrir Báru, Keldu, Afurð og Fjársjóð. Fjöldi svarenda í hverjum flokki var sem fyrr segir á bilinu 17–60. Niðurstöður eru eins og áður settar fram sem hlutfall svarenda sem eru frekar eða mjög sammála. Niðurstöðurnar draga fram þau sértæku áhrif, eftir flokkum, sem styrkir úr Matvælasjóði hafa á bæði styrkþegana sjálfa og síðan nærumhverfi þeirra og samfélagið í heild.

Bára

Styrkjum úr Báru er ætlað að hjálpa styrkþegum að koma hugmyndum yfir í verkefni. Samkvæmt mynd 23 virðast þessi markmið sjóðsins hafa náðst þar sem 94% segja að verkefnið hafi skilað nothæfum niðurstöðum eða næstu skrefum. Mikill meirihluti taldi einnig að verkefnið leiddi til frekari þróunar vörunnar eða verkefnisins og verkefnið leiddi til vöru sem komin er í markaðsferli eða á markað. Þó náði ekki nema tæpur þriðjungur styrkhafa að koma vöru í markaðsferli eða á markað enda er það ekki aðalmarkmið Bárunnar.

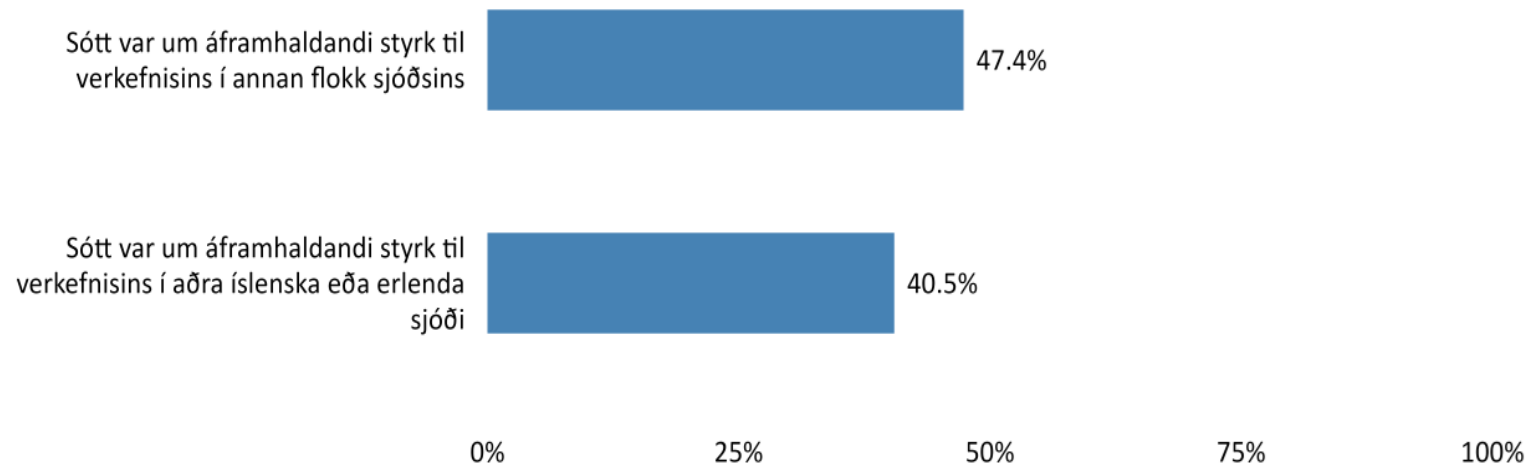
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um ferli verkefnisins?



Mynd 23. Ferli vörunnar

Niðurstöður um áframhaldandi styrki vegna verkefnisins eru á þá leið að tæpur helmingur styrkþega í Báru sótti um áframhaldandi styrki til íslenskra eða erlendra sjóða en 40% styrkþega um áframhaldandi styrk í annan flokk sjóðsins, samkvæmt mynd 24.

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áframhaldandi styrki vegna verkefnisins?

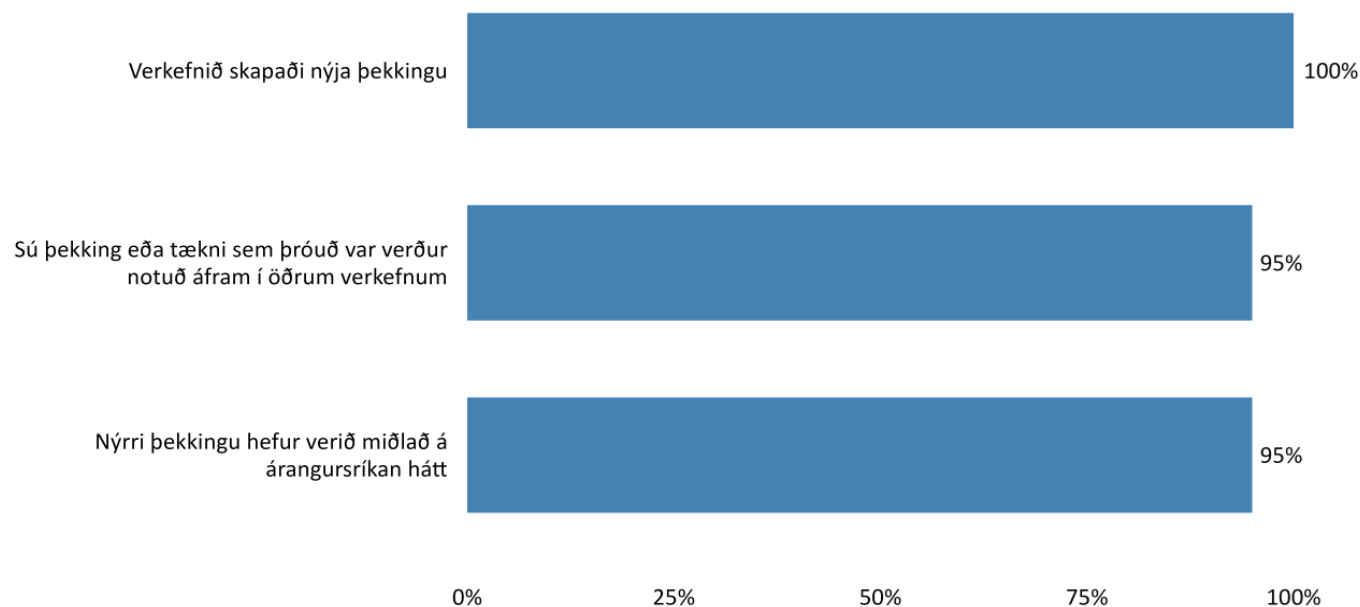


Mynd 24. Áframhaldandi styrkir

Kelda

Kelda styrkir rannsóknaverkefni sem miða að því að skapa nýja þekkingu sem síðan stuðlar að nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu. Mynd 25 sýnir áhrif styrkja í Keldu á stöðu þekkingar. Allir styrkþegar voru sammála um að verkefnið hefði skapað nýja þekkingu og 95% töldu að þeirri þekkingu hafi verið miðlað vel og að sú þekking sem hefur skapast komi sér ekki bara vel í verkefninu sjálfu heldur nýtist áfram í öðrum verkefnum.

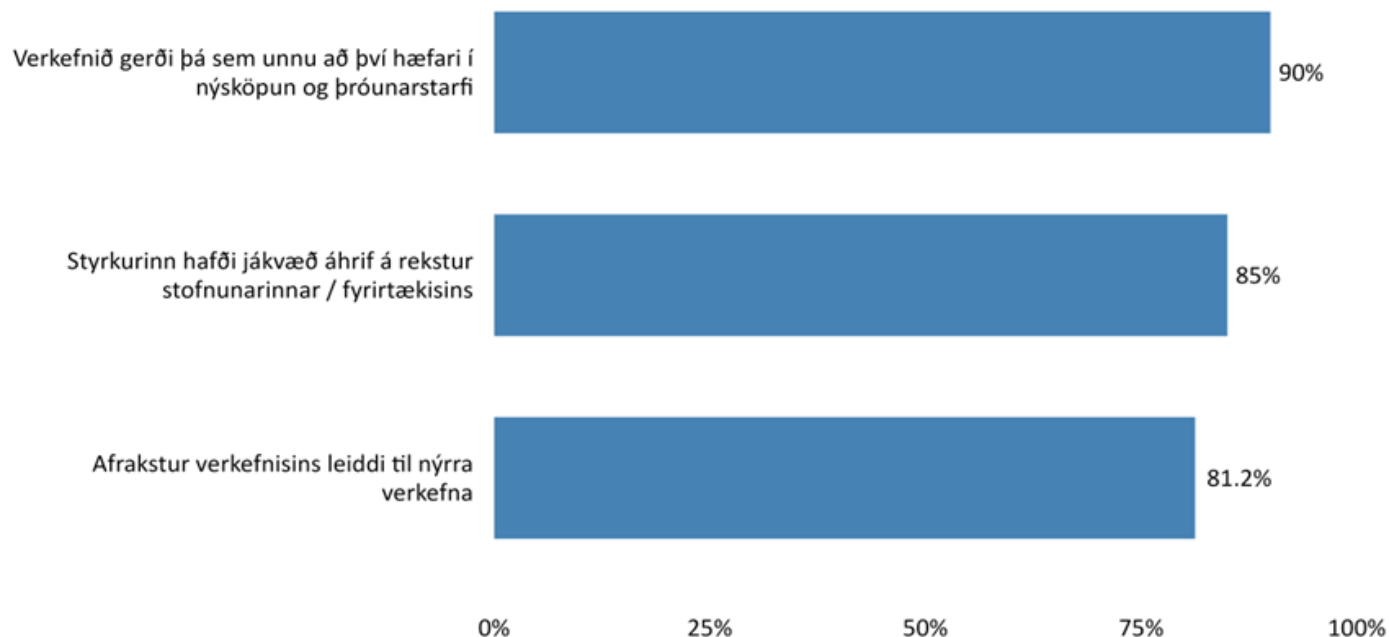
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áhrif verkefnisins á þekkingu og tækni?



Mynd 25. Aukin þekking og tækni

Mynd 26 sýnir áhrif verkefnisins á starfsfólk, fyrirtæki eða stofnun og möguleikann á að afla nýrra verkefna. Samkvæmt niðurstöðunum höfðu styrkirnir í Keldu mjög jákvæð áhrif á alla þessa þætti. 90% töldu að verkefnið hafi gert þá sem við það störfuðu hæfari í nýsköpun og þróunarstarfi, 85% sögðu að verkefnið hefði haft jákvæð áhrif á rekstur stofnunarinnar/fyrirtækisins og 81% sögðu afrakstur verkefnisins hafa leitt til nýrra verkefna.

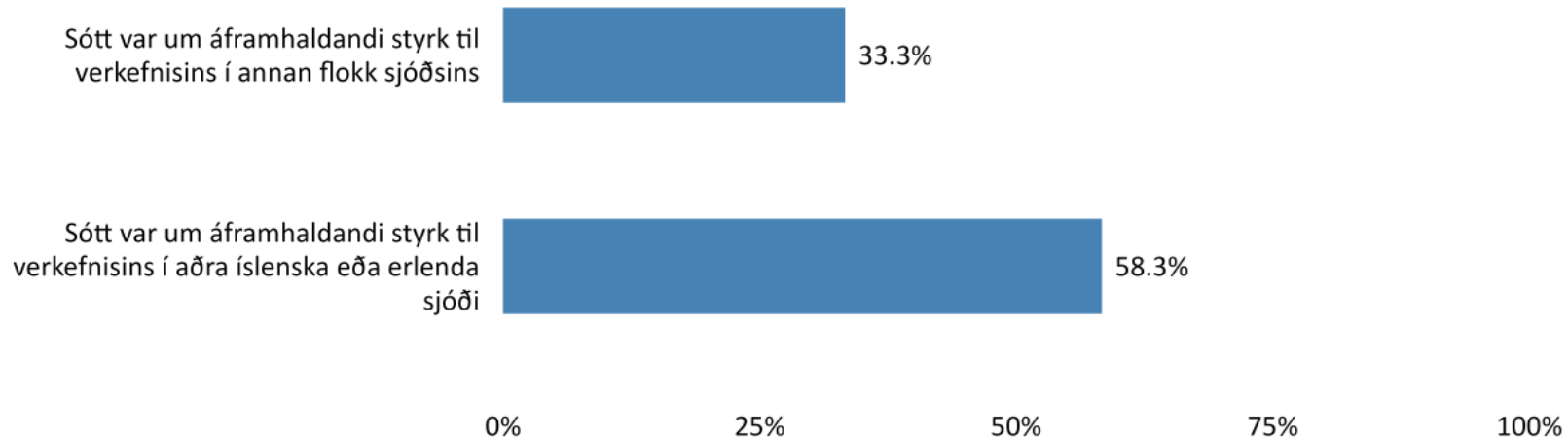
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áhrif styrksins?



Mynd 26. Áhrif styrksins

Niðurstöður um áframhaldandi styrki fyrir verkefnin í Keldu eru svipaðar og fyrir aðra flokka. Þó eru sóttu ívið fleiri eða um 60% styrkþega um áframhaldandi styrki til íslenskra eða erlendra sjóða en í hinum sjóðunum en það gæti skýrst af því að styrkþegar í Keldunni sinna frekar rannsóknar og þróunarstarfi en styrkþegar í hinum sjóðunum. Þriðjungur sótti um áframhaldandi styrk í annan flokk sjóðsins (mynd 27).

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áframhaldandi styrki vegna verkefnisins?

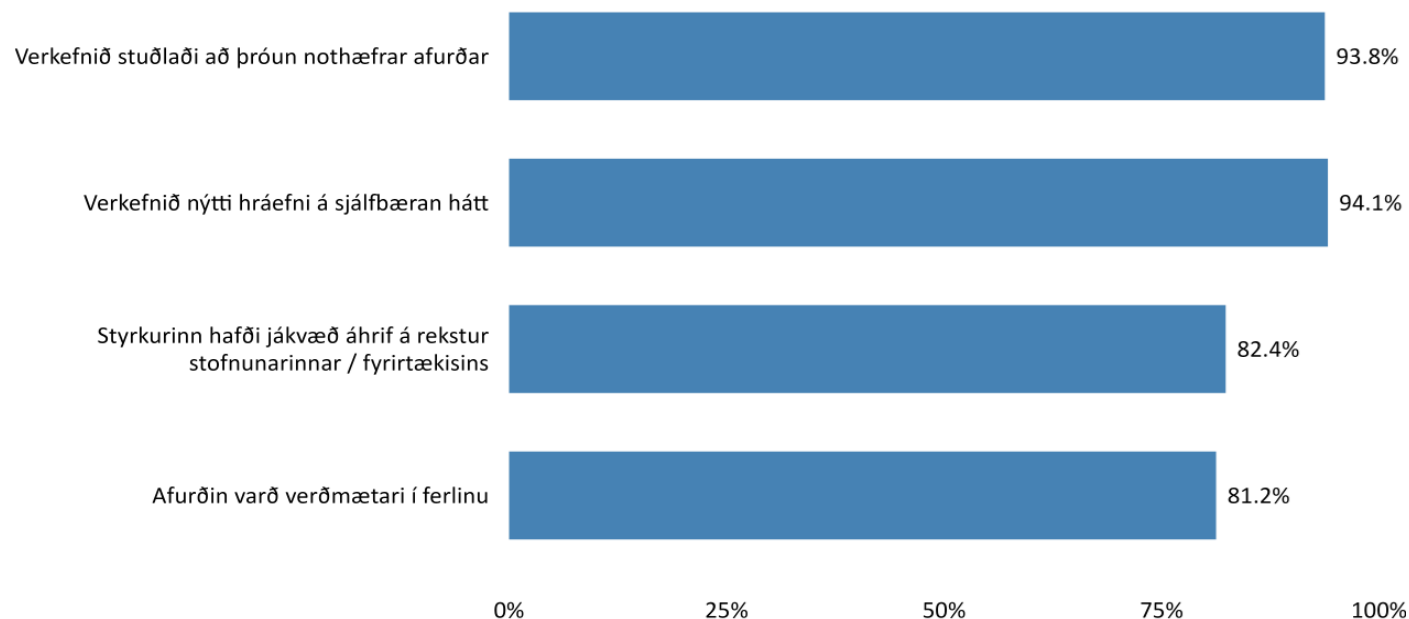


Mynd 27. Áframhaldandi styrkir

Afurð

Afurð styrkir verkefni sem komin eru af hugmyndastigi, komin með afurð en eru þó ekki tilbúin til markaðssetningar. Á mynd 28 má sjá að yfirgnæfandi hluti styrkþega sögðu að verkefnið hefði stuðlað að þróun nothæfrar vöru. Það sama má segja um nýtingu hráefna á sjálfbæran hátt og þá töldu 80% að styrkurinn hefði haft jákvæð áhrif á rekstur stofnunarinnar/fyrirtækisins og að afurðin hefði aukið verðmæti sitt í ferlinu. Því má segja að styrkirnir í Afurð hafi haft mjög jákvæða áhrif á þróun afurða og rekstur þeirra stofnana/fyrirtækja sem styrkt voru.

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áhrif verkefnisins á feril vörunnar?

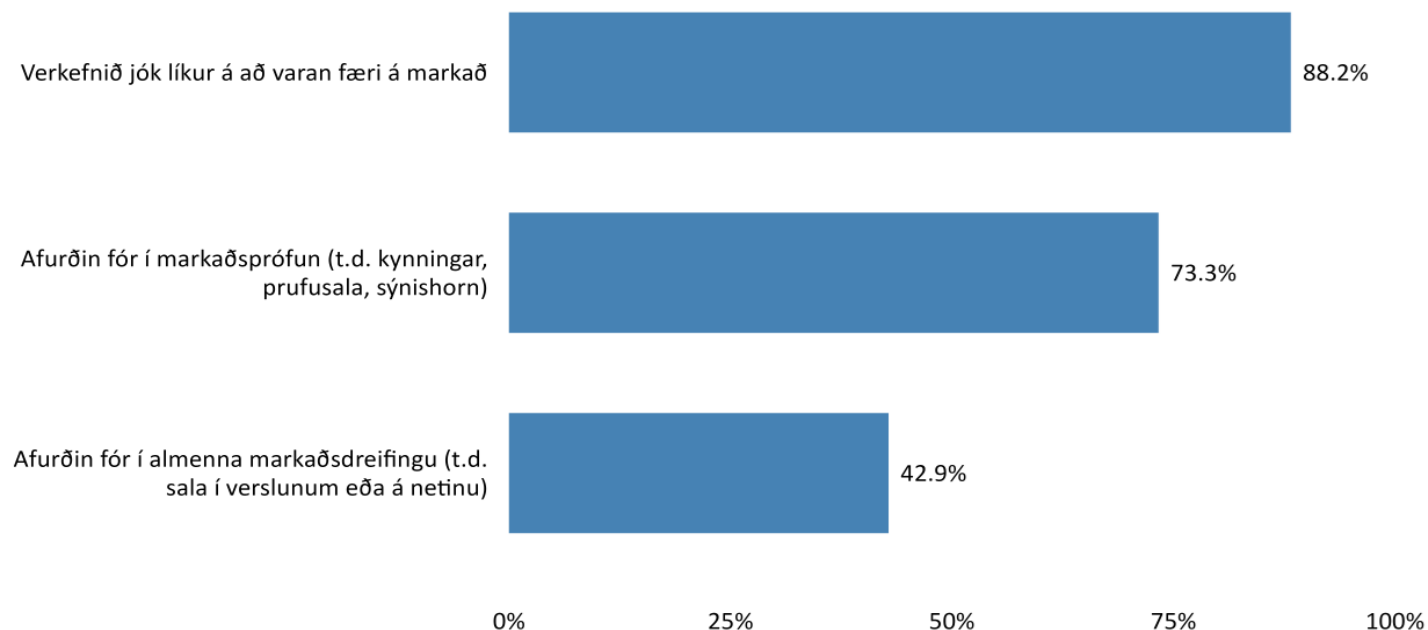


Mynd 28. Ferill vörunnar

Mynd 29 sýnir markaðsferli verkefna í Afurð. Tæp 90% voru sammála því að verkefnin hefðu aukið líkur á að varan færi á markað og litlu færri sögðu að afurðin í þeirra verkefni hefði farið í markaðsprófun. Hins vegar sagði minnihluti svarenda eða 43% að afurð þeirra hefði farið í markaðsdreifingu sem kemur ekki á óvart því það er ekki eitt af aðalmarkmiðum sjóðsins.

Niðurstöðurnar sem sjást á myndum 28 og 29 gefa til kynna að aðalmarkmið styrkúthlutanna úr Afurð hafi náðst.

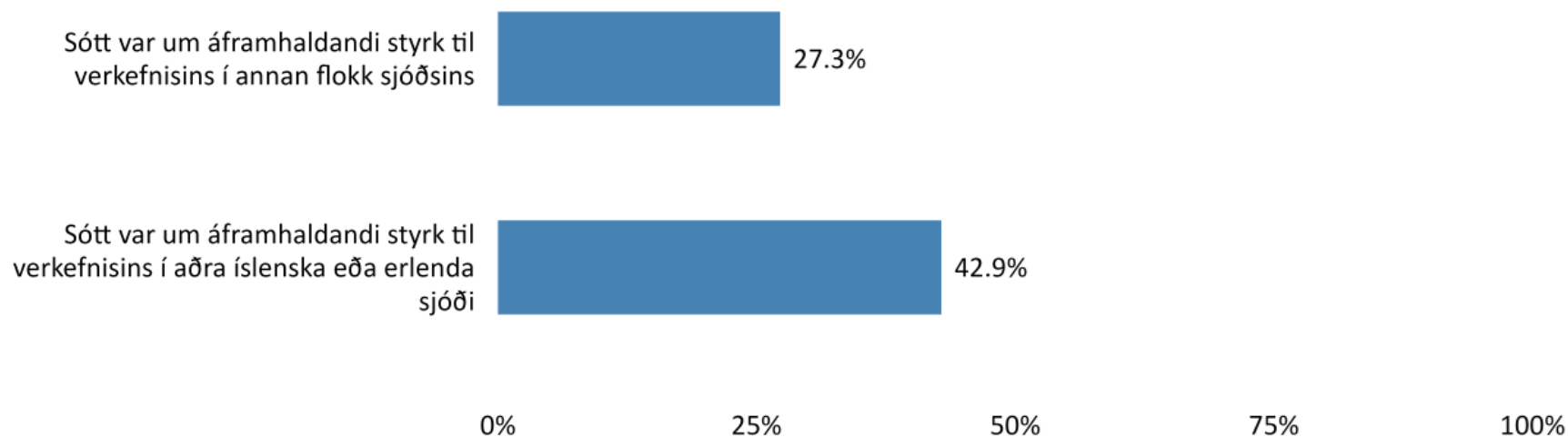
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áhrif verkefnisins á markaðsferil vörunnar?



Mynd 29. Markaðsferill vörunnar

Samkvæmt mynd 30 sóttu um 40% styrkþega Afurðar um áframhaldandi styrki fyrir verkefnið til íslenskra eða erlendra sjóða en tæpur þriðjungur um áframhaldandi styrk í annan flokk sjóðsins. Það kemur að sumu leyti á óvart að þessi tala sé ekki hærri þar sem annar flokkur sjóðsins, Fjársjóður, gæti fallið vel að því að þróa verkefnin áfram. Þó ber að gæta þess að Matvælasjóður tók ekki til starfa fyrr en 2020 og því er ekki langur tími liðinn frá veitingu fyrstu styrkja og markaðssetning mögulega ekki tímabær.

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áframhaldandi styrki vegna verkefnisins?

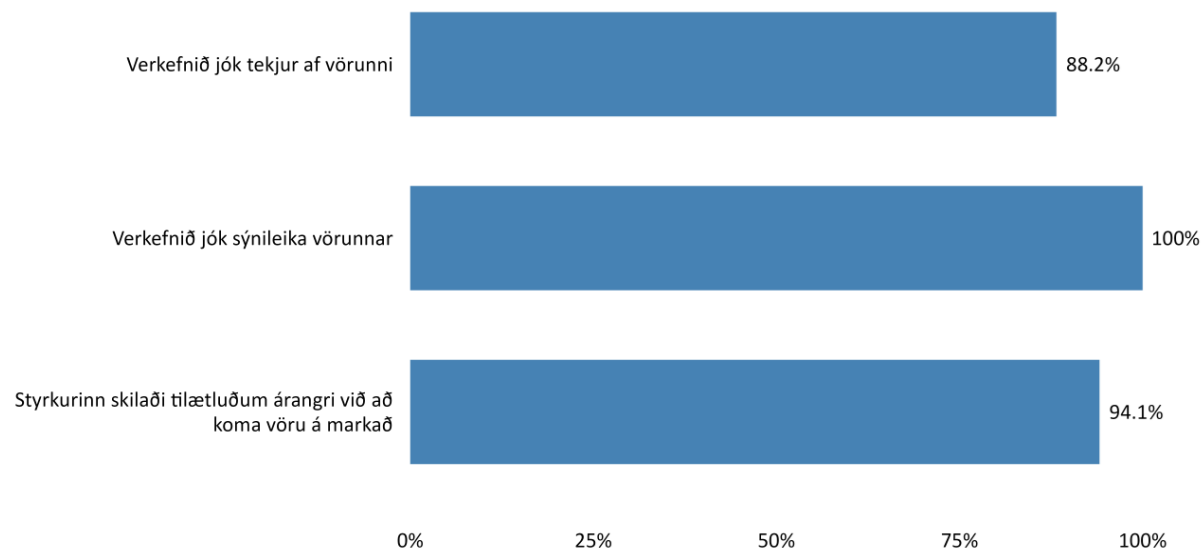


Mynd 30. Áframhaldandi styrkir

Fjársjóður

Fjársjóður styrkir sókn á markað og markmiðið er að styrkurinn ýti undir eða komi af stað verkefnum sem styrkja markaðsinnviði og markaðssókn afurða tengdum íslenskri matvælaframleiðslu og stuðli þannig að nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu. Mynd 31 sýnir áhrif verkefnisins og þá styrksins á tekjur fyrirtækisins, sýnileika vörunnar og markaðsstarf tengt vörunni. Allir svarendur voru sammála því að sýnileiki vörunnar hefði aukist og mikill meirihluti þeirra sagði að styrkurinn hefði skilað tilætluðum árangri við að koma vöru á markað. Einnig voru 88% svarenda sammála því að tekjur af vörunni hefðu aukist.

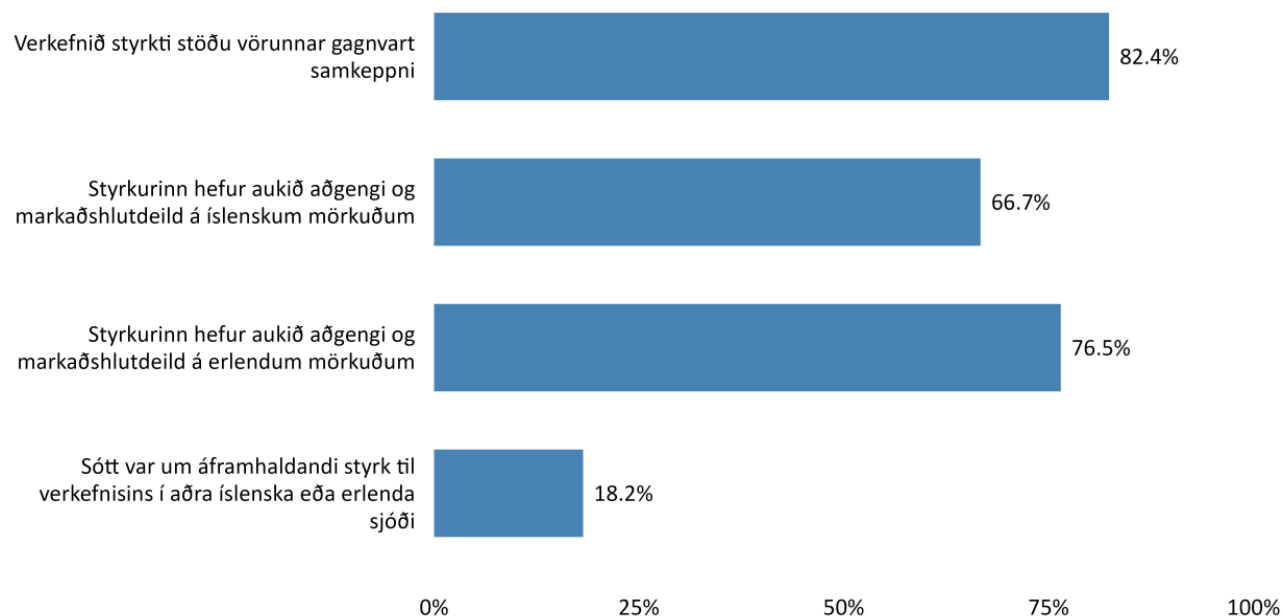
Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um áhrif styrksins á tekjur, sýnileika og markaðsstarf vegna vörunnar?



Mynd 31. Áhrif styrks á tekjur, sýnileika og markaðsstarf

Niðurstöður varðandi samkeppni og markaðshlutdeild má sjá á mynd 32. Yfir 80% styrkþega Fjársjóðs voru sammála því að verkefnið hefði styrkt stöðu vörunnar gagnvart samkeppni. Einnig var meirihluti styrkþega sammála því að aðgengi og markaðshlutdeild innanlands hefði aukist og að styrkurinn hefði aukið aðgengi og markaðshlutdeild á erlendum mörkuðum. Á mynd 32 má einnig sjá að lítill hluti styrkþega sótti um áframhaldandi styrki til verkefnisins í aðra íslenska eða erlenda sjóði.

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingum um áhrif styrksins á samkeppni og áframhaldandi styrki?



Mynd 32. Samkeppni og áframhaldandi styrkir

4 Niðurstöður úr viðtölum

Í þessum kafla eru niðurstöður viðtalanna 16 ræddar. Þar sem eðlismunur er á milli Báru, Keldu, Afurðar og Fjársjóðs var spurningaramminn aðlagður að hverjum flokki fyrir sig (sjá viðauka 9.4). Að sama skapi er niðurstöðunum hér skipt eftir flokkum. Í hverjum flokki er tekin ein dæmisaga af verkefni til að veita betri innsýn inn í verkefnin. Þar má sjá sögu verkefnisins, helstu niðurstöður þess og ábendingar styrkþega til Matvælasjóðs.

4.1 Helstu niðurstöður eftir flokkum

Bára

Aðföng og verkefni

Tekin voru viðtöl við fjóra styrkþega úr Báru. Styrkirnir námu frá rúmum tveimur milljónum til þriggja milljóna króna. Verkefni sem fengu styrk úr Bárunni einkenndust af nýsköpun í matvælaframleiðslu með sterka áherslu á sjálfbærni, nýtingu vannýtttra hráefna og þróun afurða með sérstöðu á markaði. Viðmælendur lýstu Báru sem mikilvægum vettvangi fyrir verkefni sem eru á tilrauna- eða frumþróunarstigi og myndu annars eiga erfitt með að fá fjármagn. Styrkirnir voru taldir lykill að því að prófa nýjar hugmyndir, sérstaklega þar sem áhættan væri mikil og óvíst hvernig markaður tæki við vörunni. Einn viðmælandi orðaði þetta þannig: „Án sjóðsins hefði þetta aldrei gerst.“

Árangur og vörubróun

Verkefnin voru á ólíkum stigum þróunar; eitt var á hugmyndastigi, sum höfðu þegar hafið tilraunaframleiðslu, önnur voru í frumhönnun eða prófun á vinnsluaðferðum. Í einu verkefninu var vannýtt hliðarafurð notuð til að þróa nýja vöru, sem krafðist margvíslegrar prófunar á geymsluþoli og bragðeiginleikum. Annað verkefni fólst í vinnslu kjötvöru með áherslu á að skapa verðmæta markaðsvöru úr innmat og slögum. Þriðja verkefnið

snerist um að gera hagkvæmniáætlun og skoða hvort grundvöllur væri fyrir því að hefja heimaframleiðslu fremur en að framleiða vöru í leiguldhúsi. Í fjórða verkefninu var skoðað hvort nýta mætti tækni sem þekkt er erlendis í gerilsneyðingu á íslenskum fiskafurðum.

Þegar lítið er til verkefnanna sést að þau hafa öll skilað áþreifanlegum árangri. Þau leiddu til nýrrar vöruþróunar, m.a. úr kjötvinnslu og vannýttum hliðarafurðum úr vinnslu. Þau stuðluðu að betri nýtingu hráefnis sem annars hefði farið til spillis og sköpuðu þannig aukið virði úr íslenskum auðlindum. Styrkirnir gerðu frumkvöðlum kleift að prófa hugmyndir með minni fjárhagslegri áhættu eða eins og einn viðmælandi sagði: „Án styrksins hefðum við aldrei þorað að prófa þetta, þetta var mikil áhætta fyrir svona lítið fyrirtæki.“ Þær vörur sem voru þróaðar komust á það stig að þær voru kynntar á markaði eða sýningum. Samhliða myndaðist nýtt samstarf við veitingastaði, framleiðendur og hönnuði, sem styrkti virðiskeðjuna. Þó í ljós hafi komið að ekki borgaði sig að hefja framleiðslu í heimaeldhúsi og að ný tækni við gerilsneyðingu krefðist of mikillar fjárfestingar hafa verkefnin öll lagt grunn að frekari nýsköpun og verðmætasköpun til framtíðar.

Áhrif á nærsamfélag og afleidd áhrif

Dæmi var um verkefni í Báru sem hafði jákvæð áhrif á nærsamfélagið, þar sem það studdi við atvinnu og nýtingu staðbundinna auðlinda. Nýjar afurðir kölluðu á samstarf við aðra aðila í virðiskeðjunni, svo sem matvælaframleiðendur og veitingahús. Einnig var talað um þekkingarmiðlun hvað varðaði nýjar aðferðir við matvælaframleiðslu.

Áskoranir og lærdómur

Helstu ábendingarnar sneru að því að tryggja eftirfylgni og ráðgjöf eftir styrkveitingu, sérstaklega í tengslum við markaðssetningu og vöruinnleiðingu. „Eftir að maður fær styrk væri gott að fá meiri hjálp við að koma vörunni á markað.“ Einnig var bent á að ferlið mætti vera einfaldara fyrir lítil fyrirtæki sem hafa ekki aðgang að sérhæfðu skrifstofu- eða umsóknarteymi: „Ferlið mætti vera einfaldara og greiðslur hraðari, sérstaklega fyrir lítil fyrirtæki sem þurfa að leggja út mikla fjárhæð áður en styrkur kemur.“ Annar sagði: „Það er mikil pappírsvinna og það tekur

mikinn tíma frá rekstrinum að sækja um. Ég skil þörfina fyrir gögnin, en það mætti vera skýrara hvað skiptir mestu máli í umsókninni.“ Þriðji benti á að gagnlegt væri fyrir þá sem væru að sækja um í fyrsta skipti að hafa meiri leiðsögn og ef til vill að hafa fyrirmynd af góðri umsókn því það myndi hjálpa til við að gera ferlið minna íþyngjandi. Þá var stungið upp á því að skapa vettvang þar sem frumkvöðlar gætu komið saman með afurðir sínar og kynnt fyrir öðrum og mögulega myndað samstarf um framleiðslu og sölu.

Dæmi um verkefni sem hlaut styrk úr Báru

Birkihlíð kjötvinnsla – Brjálaða gimbrin ehf. er lítið fjölskyldufyrirtæki í Skagafirði sem hefur tvisvar hlotið styrk úr Matvælasjóði en bæði verkefnin sköpuðu verðmæti úr hráefni sem annars hefði farið til spillis í kjötvinnslu. Fyrra verkefnið fékk styrk 2020 að upphæð 1.000.000 kr. og snerist um að þróa vörur úr ærkjöti, sérstaklega svokallaða Smash borgara. Seinna verkefnið, sem fékk styrk árið 2021 að upphæð 2.674.000 kr., beindist að nýtingu innmats og þróun matvöru úr honum. Slátrað er heima og unnið úr hráefninu þar.

Styrkirnir gerðu fyrirtækinu kleift að prófa sig áfram, þróa hugmyndir eins og lambaborgara (svokallaða Smash borgara) úr slögum og frampörtum og vörur úr innmat. Vörunar voru kynntar á sýningum þar sem þær fengu góðar viðtökur. Fjölskyldan stofnaði sjoppu á Sauðárkróki og hóf samstarf við veitingastað á Hofsósi þar sem lambaborgarar urðu vinsælir, sérstaklega meðal ferðamanna.

Að sögn viðmælanda hafa styrkirnir hafa haft mikil áhrif á framgang verkefnanna og gert fyrirtækinu kleift að prófa sig áfram með minni áhættu. Tímaskortur hefur verið stærsta hindrunin. Þrátt fyrir mikla eftirspurn hefur fyrirtækið ekki náð að anna framleiðslu og þróun á innmatnum hefur ekki fengið nægilega athygli. Það er áhugi á að halda verkefninu áfram og koma vörunum í reglubundna framleiðslu en það krefst meiri tíma og mögulega frekari stuðnings. Hins vegar hefur styrkurinn skilað verðmætum árangri: leitt til nýsköpunar, vöruþróunar, aukinna tekna, jákvæðari ímyndar og matvara sem höfða til heilsu- og vitarnefnda. Verkefnið hefur einnig haft áhrif á samfélagið með því að laða ferðamenn til Hofsóss. Þá hefur það haft áhrif á aðra

framleiðendur þar sem borgararnir eru bornir fram með gulrótarmauki sem framleitt er af öðrum litlum matvælaframleiðanda sem einnig fékk styrk úr Matvælasjóði.

Viðmælandinn telur Matvælasjóð afar mikilvægan fyrir smáframleiðendur og hrósar sjóðnum fyrir hvatningu og sveigjanleika en bendir á að minni aðilar gætu þurft meiri eftirfylgni og stuðning. Ferlið mætti jafnvel einfalda aðeins, sérstaklega fyrir fyrstu umsóknir. Áhersla ætti að vera á að sýna fram á áhrif styrkja og skapa sýnileika fyrir vel heppnuð verkefni og vekja athygli á árangri þeirra.

Kelda

Aðföng og mikilvægi stuðnings

Viðtöl voru tekin við fjóra styrkþega úr Keldunni sem höfðu fengið styrki á bilinu tæpar 8 milljónir til rúmlega 24 milljóna króna. Einn styrkþegi hafði fengið annan styrk sem hann sagði einnig frá. Því er hér talað um fimm rannsóknarverkefni en ekki fjögur.

Viðmælendur voru allir sammála um mikilvægi Keldunnar hvað varðar grunnrannsóknir í matvælageiranum og að ekki hefði verið hægt að framkvæma rannsóknirnar án aðstoðar sjóðsins. Eins og einn viðmælandi orðaði það: „Þetta eru hugmyndir sem enginn markaður fjármagnaði, án Keldunnar hefði þetta ekki gerst.“ Annar sagði: „Sko þessi sjóður gerir okkur kleift að vinna svolítið meira með nærsamfélaginu heldur en kannski aðrir stórir Evrópusjóðir þar sem er gerð krafa um fleiri erlenda samstarfsaðila og svona miklu meiri uppskölun sem er kannski ekkert alltaf tímabær.“ Tveir viðmælendur töluðu um mikilvægi rannsókna í landbúnaðinum. Annar sagði: „Mér finnst mikilvægt að atvinnuvegaráðuneytið haldi áfram að styðja við rannsóknir á matvælum, ekki alltaf bara það sem þykir hipp og kúl eða einhver sprotafyrirtæki heldur þarf að fylgjast vel með grunnrannsóknum á matvælum á Íslandi. Okkur vantar til dæmis rosalega upplýsingar um landbúnaðinn á Íslandi.“

Framkvæmd rannsókna

Verkefnin voru fjölbreytt. Ein rannsóknin skoðaði lóðréttu frystingu á karfa. Önnur sneri að því að rannsaka áhrif af fóðrun íslenskra nautgripa á kjötgæði. Þó ýmsar rannsóknir hefðu verið gerðar erlendis hvað varðaði fóðurgjöf hafði slík rannsókn aldrei verið gerð hérlandis. Þriðja verkefnið beindist að nýtingu hliðarstrauma úr þörungavinnslu. Það fjórða beindist að innanhússræktun stórbörunga í borholusjó í samstarfi við sprotafyrirtæki en borholusjór hafði ekki verið nýttur á þennan hátt. Fimmta verkefnið snerist um að rannsaka tiltekna veiru í eldisfiski á Íslandi, hvernig hún hegðaði sér og hvort hún fyndist í villtum laxi og silungi á Íslandi.

Nýsköpun og þekkingarsköpun

Verkefnin lögðu áherslu á nýsköpun og sjálfbærni og í einu verkefninu var einnig talað um fæðuöryggi á Íslandi: „Það að búa þetta til styður við sjálfbæra nýtingu líka á íslenskum hráefnum og það hjálpar til við að gera Ísland sterkara gagnvart fæðuöryggi líka en við nýtum þetta hráefni sem er því sem næst ónýtt hér á landi í dag.“

Í stórbörungaverkefninu var unnið með þrjár vörur inn á íslenskan og jafnvel erlendan markað en einnig voru gerðar tilraunir á þörungum sem íblöndunarefni. Ítarlegar rannsóknir voru gerðar á hugsanlegum mengunarvöldum og ýtt á eftir gerð regluverks um framleiðslu þessara matvæla. Rannsókn á lóðréttu frystingu karfa sýndi fram á möguleika til að bæta gæði og geymslupól, sem hefur hagnýtt gildi fyrir sjávarútveginn. Verkefnið um fóðrun nautgripa skilaði nýrri þekkingu á kjötgæðum sem nýtist bændum og vinnsluaðilum við ákvarðanatöku. Veirurannsóknin í eldisfiski leiddi í ljós að veiran PRV1 finnst ekki aðeins í eldislaxi heldur einnig í villtum bleikju- og silungsstofnum á Íslandi, sem er ný þekking á heimsvísu. Þessar niðurstöður, þótt ólíkar séu að eðli til, sýna að Kelda hefur skapað dýrmætan grunn að nýrri þekkingu sem getur nýst bæði atvinnulífi og fræðasamfélagi.

Áhrif á nærsamfélag og menntun

Verkefnin sköpuðu nokkur störf fyrir meistaranema, doktorsnema og nýdóktor sem styrkir tengsl fræða og atvinnu og skapar tækifæri fyrir ungt fólk að byggja upp sérhæfða þekkingu á Íslandi. Niðurstöðum hefur verið og verður miðlað í vísindagreinum, birtum í opnum aðgangi, á ráðstefnum, í dagblöðum, á heimasíðum rannsóknastofnana o.fl. Þannig að þekkingin er aðgengileg þeim sem hafa áhuga á að nýta hana.

Áhrifin voru ekki aðeins fræðileg, heldur einnig samfélagsleg: „Þetta er ekki vara í búðunum á morgun en þetta er grunnur að því sem getur orðið að atvinnugrein.“

Samstarf og afleidd áhrif

Samstarf við fyrirtæki eins og útgerðir, eldisfyrirtæki, sprotafyrirtæki, sláturhús, vinnslur og bændur og samstarf við aðrar rannsóknarstofnanir hefur einnig skapað þekkingu sem getur nýst í framtíðinni. Einn viðmælandi komst svo að orði: „Þetta nýtist ekki bara okkur heldur öllum bændum sem þurfa að taka ákvarðanir um fóðrun.“

Einnig felast afleidd áhrif í því að þegar niðurstöður eru kynntar á alþjóðlegum ráðstefnum eða birtar í opnum aðgangi styrkir það stöðu Íslands sem nýsköpunarsamfélags í matvælageiranum. Það getur skapað áhuga á samstarfi, fjárfestingum og nýjum verkefnum sem gagnast bæði fræðasamfélaginu og atvinnulífinu til lengri tíma.

Áskoranir og lærdómur

Viðmælendur bentu á að það væri áskorun að framkvæma rannsóknir á stuttum tíma og með takmörkuðum fjármunum: „Það er erfitt að gera alvöru rannsókn á svona stuttum tíma, maður þarf meiri samfellu. Annar sagði að það yrði „geggjað“ ef hægt væri að sækja um lengri verkefni þar sem t.d. væri verið að gera tilraunir með dýr og jurtir og einungis ein uppskera væri á árinu og erfitt væri að ákveða fyrir fram hvenær ætti að

slátra dýrunum. Ef eitthvað brygðist þyrfti jafnvel að bíða í annað ár eftir hráefninu. Sum verkefnin voru hugsuð til þriggja ára en geta ekki haldið áfram nema með öðrum styrk í framhaldinu.

Einnig komu fram ábendingar um að efla þyrfti eftirfylgni og miðlun niðurstaðna: „Það mætti vera meiri eftirfylgni, að tryggja að niðurstöðurnar lendi á réttum stað.“ Annar viðmælandi gagnrýndi að svör við umsóknum hefðu ekki verið send á umsækjendur heldur þyrftu þeir að fara inn á heimasíðu ráðuneytisins til að finna út hvort þeir hefðu fengið styrk. Þá gagnrýndi styrkþegi að sameiginlegt svarbréf hefði verið sent á alla sem sóttu um styrk frá Háskóla Íslands: „Ég tel þetta vera trúnaðargögn og það bara að á ekki að dreifa svona með þessum hætti.“

Hvað umsóknarferlið varðar talaði einn viðmælandi um að bæta mætti viðmót umsóknareyðublaðsins og lokaskýrslunnar. Dæmi var tekið um útreikninga þar sem tölur væru ekki lagðar saman í dálkunum og því þyrfti að vera búið að reikna allt út og færa inn. Betra væri að fá sent Excel skjal með formati sem hægt væri að fylla inn í.

Dæmi um verkefni sem hlaut styrk úr Keldu

Tilraunastöð Háskólans í meinafræði fékk rúmlega 18 milljóna styrk 2024 til að skoða veiruna, PRV (piscine reovirus), sem greinst hafði í eldisfiski á Íslandi og erlendis og afla gagna um útbreiðslu hennar í eldisfiski og villtum fiski hérlandis, hvernig veiran hagaði sér og hvaða áhrif hún hefði á heilbrigði fiskanna. Markmiðið var að skapa grunnþekkingu sem gæti nýst bæði innanlands og á alþjóðavettvangi.

Rannsóknin var unnin í samstarfi við fiskeldisfyrirtæki og Hafrannsóknastofnun. Tekin voru sýni úr eldisfiski og villtum fiski, sem síðan voru greind á rannsóknarstofum Keldna. Notast var við krufningar, raðgreiningar og tilraunir til að rækta veiruna. Verkefnið skapaði einnig tækifæri til að ráða unga vísindakonu í nýdoktorsstöðu sem vann megnið af rannsóknarvinnunni.

Rannsóknin leiddi í ljós að veiran var ekki einungis til staðar í eldisfiski, heldur fundust einnig önnur afbrigði hennar í villtum bleikjum og urriða í íslenskri náttúru. Tilvist PRV veiru í bleikju eru nýjar niðurstöður á heimsvísu. Enn fremur sýna fyrstu niðurstöður að veiran veldur meingerð í bleikju, þó ekki með afgerandi áhrifum á heilbrigði fisksins nema í samspili við aðrar sýkingar.

Viðmælandi undirstrikaði að verkefnið hefði ekki orðið að veruleika án stuðnings sjóðsins: „Ef við hefðum ekki fengið styrk frá Matvælasjóði þá hefðum við ekki getað gert þetta. Þetta er gríðarlega mikilvægt fyrir stofnun eins og Keldur að hafa sjóð sem gerir okkur kleift að stunda slíkar grunnrannsóknir. Við erum afskaplega þakklát fyrir að hafa fengið brautargengi hjá sjóðnum.“

Verkefnið er til 18 mánaða og þegar viðtalið var tekið voru enn sjö mánuðir eftir af styrktímabilinu og verkefnið enn í gangi. Verkefnið hefur þegar skilað sér í aukinni vitneskju sem getur nýst bæði rannsakendum og atvinnulífi. Niðurstöðurnar verða kynntar á alþjóðlegri ráðstefnu og stefnt er að vísindagreinum á alþjóðavettvangi. Þannig eykur verkefnið sýnileika íslenskra rannsókna og skapar þekkingu í matvælageiranum.

Afurð

Tekin voru viðtöl við fjóra sem höfðu fengið styrk úr Afurð til að þróa og koma nýrri vöru á markað. Styrkirnir voru á bilinu 10 milljónir til 30 milljónir kr. Viðmælendur voru allir mjög jákvæðir í garð Matvælasjóðs og töldu að styrkurinn hefði verið lykilforsenda þess að verkefnin næðu fram að ganga: Með orðum eins viðmælanda: „Án sjóðsins hefði þetta aldrei gerst“. Annar sagði: „Þessar hugmyndir hefðu ekki orðið til nema út af þessum styrk.“

Árangur og efnahagsleg áhrif

Í öllum verkefnunum gegndi styrkurinn lykilhlutverki við að þróa nýjar afurðir sem byggðu á sérhæfðri nýtingu hráefnis. Tvö verkefnanna snerust um að umbreyta óhefðbundnu eða vannýttu hráefni í verðmætar afurðir, að skapa verðmæti úr grásleppu, sérstaklega þeim hlutum sem áður

voru lítið nýttir eins og hausum og roði og að vinna nýja tegund kjötvöru úr hrossakjöti. Það þriðja jók hagnað í sjávarútvegi með því að hanna sérhæfða talningarvél fyrir hrogn. Tilgangur fjórða verkefnisins var að skala upp verkefni sem snerist um að rækta örþörungum.

Samkvæmt viðmælendum höfðu verkefnin leitt til nýrrar tækniþekkingar, nýrra uppskrifta og vinnsluaðferða. Í tilfelli hrossakjötsins tókst að fullþróa vöru og koma henni á markað en sala gekk ekki sem skyldi og var framleiðslu því hætt. Að hluta til helgaðist það af því að styrkþega skorti aðgang að framleiðslufyrirtæki og samstarfsaðilum með markaðsþekkingu til að fylgja afurðinni eftir. Í kjölfar styrksins var hægt að skala upp framleiðsluna á örþörungum (sjá dæmisögu neðst í kaflanum). Hvað grásleppuafurðirnar varðar hafði orðið verðfall á mörkuðum í Kína og þróaðist verkefnið í að búa til gæludýranammi úr frostþurrkuðu roði og grásleppu en gott verð fæst fyrir slíkar vörur. Einnig hóf fyrirtækið samstarf um að niðursjóða grásleppulifur en grásleppulifur hafði ekki verið nýtt fram að því. Þessar afurðir eru tilbúnar og að sögn viðmælanda væri hægt að stofna fyrirtæki og hefja framleiðslu þeirra. Þróun talningarvélarinnar fyrir hrogn í fiskeldi er annað dæmi um góðan árangur styrkja úr Afurð. Vélin getur talið 750 egg á sekúndu með 99,9% nákvæmni. Þörfin var brýn, þar sem áður var notast við lítramál sem olli allt að 3% skekkju og þar með verulegu fjárhagslegu tapi fyrir fyrirtæki í fiskeldi. Notkun vélarinnar hefur samkvæmt viðmælanda skilað samstarfsaðila (Benchmark Genetics) um 100 milljónum króna á ársgrundvelli vegna bættrar nýtingar hrognanna. Auk þess bætir tæknin rekjanleika og dregur úr sóun. Styrkurinn lagði þannig grunn að stofnun fyrirtækisins Klaka Tech, sem í dag er komið á „break even“ punktin og vinnur að frekari tækniþróun, m.a. á sviði fóðurbestunar í landeldi. Þetta sýnir hvernig Afurð getur skilað beinum efnahagslegum ávinningi samhliða þekkingarsköpun.

Áhrif á markaðssetningu og útflutning

Öll verkefnin lögðu grunn að aukinni markaðssetningu, þó áherslurnar væru misjafnar. Eitt fyrirtækið kynnti vöruna á innlendum sýningum og fékk þar jákvæð viðbrögð. Annað sá styrkinn sem tækifæri til að kynna nýja tækni til útflutningsmarkaða, og hið þriðja beindi sjónum að staðbundnum gæðavörum með sérstöðu fyrir ferðaþjónustu. Hið fjórða tók þátt í sýningum í sjávarútvegi bæði héraðs og erlendis. Þrátt fyrir

jákvæð viðbrögð komu einnig fram ábendingar um að nauðsynlegt væri að styðja betur við markaðssetningu eftir styrkveitingu til að tryggja að vörur næðu inn á markaði á skilvirkari hátt. „Eftir að maður fær styrk væri gott að fá meiri hjálp við að koma vörunni á markað.“

Áhrif á nærsamfélag og afleidd áhrif

Segja má að styrkir úr Afurð hafi í mörgum tilfellum haft bein áhrif á nærsamfélag fyrirtækjanna. Þau sköpuðu störf, héldu vinnslu gangandi á landsbyggðinni og juku eftirspurn eftir þjónustu annarra fyrirtækja, svo sem umbúðahönnuða, framleiðenda og tækniðila: Með orðum eins viðmælanda: „Við nýtum hráefnið hér heima og það heldur vinnslu gangandi.“ Þannig styrktu verkefnin tengdar greinar og virðiskeðjur í heimabyggð. Einnig sköpuðust störf og verkefni fyrir nemendur á BS og MS stigi við Háskólann á Akureyri.

Afleidd áhrif á aðrar greinar

Verkefnin innan Afurðar hafa einnig haft jákvæð afleidd áhrif sem ná út fyrir nærsamfélagið og skila ávinningi til annarra greina í matvælaíðnaði og tengdum stoðgreinum. Í einu viðtalinu kom fram hvernig verkefni kallaði á samstarf við fleiri framleiðendur sem höfðu áhuga á að þróa hugmyndina áfram, þannig að þekkingin sem varð til í verkefninu dreifðist og skapaði ný tækifæri víðar í greininni. Einnig var dæmi um afurð sem gæti haft veruleg áhrif á heila atvinnugrein (grásleppuiðnað) með því að auka hagkvæmni og draga úr sóun.

Annað dæmi snýr að útflutningsstarfi, þar sem íslensk fyrirtæki í matvælageiranum hafa sameinast um að kynna vörur sínar á erlendum mörkuðum. Eins og einn viðmælandi orðaði það: „Við erum að deila upplýsingum þegar við erum í svona útrás, höfum verið að hjálpast að við að koma vörunum á framfæri erlendis.“ Slíkt samstarf sýnir hvernig verkefni sem hljóta styrki geta skapað margfeldisáhrif með því að efla þekkingarflutning, samvinnu og markaðssókn sem nær út fyrir einstaka fyrirtæki.

Áskoranir og lærdómur

Viðmælendur lýstu því að umsóknarferlið væri yfirleitt skýrt en gæti verið tímafrekt, sérstaklega fyrir smærri aðila án stjórnsýsluteymis: „Það mætti vera einfaldara að sækja um, sérstaklega ef maður er ekki með skrifstofuteymi.“ Einnig kom fram að móttframlagið gæti verið hindrun, sérstaklega þar sem tryggja þarf fjármögnun verkefnis áður en styrkur er greiddur út. Þá var gagnrýnt hversu hátt hlutfall styrkja færi til Matís sem væri opinber stofnun og hefði fólk sem væri sérhæft í að skrifa styrki. Einnig var gagnrýnt hversu dýrt í samstarfi Matís væri.

Viðmælendur voru sammála um mikilvægi þess að sjóðurinn haldi áfram að styðja við nýsköpun og þróun matvæla, sérstaklega þegar unnið er með vannýtt hráefni. Þeir lögðu til að styrkja eftirfylgni með markaðssetningu og að veita ráðgjöf eða tengsl við dreifingaraðila þegar vara er tilbúin fyrir markað: „Ferlið má einfaldast án þess að við missum af gæðakröfunum.“

Dæmi um fyrirtæki sem hlaut styrk úr Afurð

Mýsköpun er nýsköpunarfyrirtæki í Mývatnssveit sem hefur á síðustu árum þróað lausnir til ræktunar spirulina örþörungum með sjálfbærum aðferðum. Verkefnið fékk 13.500.000 króna styrk úr Afurð árið 2020 sem reyndist lykilatriði í að færa framleiðsluna úr litlum tilraunaskala yfir í reynslu- og síðan „pilot“ framleiðslu.

Í upphafi var verkefnið keyrt áfram af einum starfsmanni sem framkvæmdi tilraunir með spirulina í litlum tveggja lítra ílátum. Með tilurð styrksins var verkefnið skalað upp í framleiðslu í 50 lítra hólkum þar sem aðferðir voru þróaðar til að tryggja hreyfingu og súrefnisgjöf. Styrkurinn úr Afurð gerði fyrirtækinu líka kleift að ráða til sín líffræðing með sérþekkingu á örþörungum og matvælafræði en einn tilgangur styrksins var að hanna ferla til að tryggja gæði framleiðslunnar. Þá var einnig hægt að útvega hentugt húsnæði fyrir starfsemina: „Með þessum styrk þá gátum við hafið það að færa okkur um set... við gerðum samning við Landsvirkjun og fengum aðstöðu í matsal gömlu kísiliðjunnar í Mývatnssveit.“ Þar var komið upp húsnæði sem fullnægði matvælastöðlum og skapaði grundvöll fyrir frekari framleiðslu.

Eftir að gæðaprófanir sýndu að spirulina framleitt með þessum hætti stóðst alþjóðleg viðmið opnuðust ný tækifæri í kjölfar styrksins. „Við fengum mjög góð gæði út úr greiningum á þörungum... þá fengum við fjárfesta inn. Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins kom inn með 50 milljónir og hluthafar mættu með 50 milljónir.“ Stærsti hluthafinn er Þingeyjarsveit. Fyrir þetta fé var keypt hátækni kerfi frá Hollandi en ein af niðurstöðum prófana sem gerðar voru fyrir styrkinn var að það borgaði sig að fjárfesta í þessum tækjum frekar en að halda áfram með 50 lítra tanka: „Við keyptum þetta 1.500 lítra kerfi frá Hollandi sem er af bestu gerð... þetta setti framleiðsluna alveg á næsta level.“

Koltvísýringur er nýttur við framleiðsluna og stefnt er að því að kaupa hann beint frá jarðvarmavirkjunum á svæðinu í stað þess að hann sé losaður út í andrúmsloftið. Unnið er að þróun búnaðar til þess. Fyrirtækið vinnur einnig að rannsóknum á endurnýtingu næringarefna úr affallsvatni frá jarðvarmavirkjuninni í Bjarnarflagi: „Við erum alltaf að vinna í því... það er rannsóknarverkefni að fara í gang þar sem verður skoðað hvaða næringarefni verða eftir í vökvanum. Það er náttúrulega mjög hagkvæmt fyrir okkur og svo líka fyrir umhverfið.“

Með stuðningi sjóðsins og síðar fjárfesta hefur starfsmönnum fjölgað. Þeir eru nú þrír og stefnt er að því að ráða tvo í viðbót. Ef fjármögnun gengur eftir er gert ráð fyrir umtalsverðum vexti: „Áætlunin gerir ráð fyrir að þessi framleiðsla muni skapa 40 störf í sveitarfélaginu og það er ekki þá með óbeinum störfum.“ Einnig er stefnt að því í framtíðinni að byggja 10.000 fermetra húsnæði utan um starfseminna í Þingeyjarsveit. Auk beinna áhrifa á atvinnulíf í Mývatnssveit hefur starfsemin einnig óbein áhrif í stoðgreinum eins og þjónustu og samstarfi við rannsóknaraðila.

Fyrirtækið hefur tekið þátt í rannsóknarverkefni með Matís þar sem spirulina var prófað í seiðaeldi. „Örþörungarnir okkar hafa verið nýttir í seiðaeldi... niðurstöður sýna að seiðin styrkjast og þola betur álag þegar hiti er hækkaður.“ Þetta opnar möguleika á notkun í fóðuriðnaði samhliða manneldisvörum og sýnir hvernig nýsköpunin getur haft margfeldisáhrif út fyrir eigið starfssvið.

Fyrirtækið hefur jafnframt átt í nánu samstarfi við Háskólann á Akureyri. Þar hafa bæði BS-nemar og MS-nemar gert rannsóknarverkefni tengd framleiðslunni. Þetta samstarf hefur skilað gagnkvæmum ávinningi: það styrkir stöðu fyrirtækisins með nýrri þekkingu og rannsóknarniðurstöðum, gefur nemendum tækifæri til að vinna að raunverulegum nýsköpunarverkefnum og eflir þannig tengsl milli atvinnulífs og háskólasamfélags.

Viðmælandi lýsir styrknum sem afgerandi fyrir uppbyggingu verkefnisins: „Þetta var stökkpallur inn fyrir næsta skref... án hans hefðum við ekki getað gert þetta.“ Framleiðslan er nú þegar komin í gang á nýja kerfinu og fyrirtækið sækir frekari fjármögnun til að stækka enn meira. Viðmælandi benti jafnframt á að hún hefði tvisvar sótt um styrk í Fjársjóð í framhaldinu til að geta gert ítarlega markaðsáætlun, fjárfestakynningar og annað efni sem til þarf til að sækja fjármagn en styrkurinn hefði ekki fengist. Hún taldi æskilegt að samfella væri á milli styrkja í Matvælasjóði þannig að fyrirtæki og einstaklingar sem búin væru að sanna árangur fengju áframhaldandi styrki til að geta byggt ofan á árangurinn úr öðrum styrktarflokkum.

Fjársjóður

Áhrif á markaðssetningu og útflutning

Tekin voru fjögur viðtöl við fyrirtæki sem höfðu fengið styrk úr Fjársjóði á bilinu 11.300.000 kr. til 25.100.000 kr. fyrir verkefnin sem um ræddi. Eitt hafði auk þess fengið fleiri styrki (sjá dæmisögu). Að sögn styrkþega gegndu styrkirnir frá Matvælasjóði lykilhlutverki í að gera fyrirtækjum kleift að hefja eða styrkja markaðssetningu bæði innanlands og erlendis. Eitt fyrirtækjanna nýtti styrkinn til að styrkja stöðu sína á íslenskum markaði með markvissum aðgerðum, m.a. uppfærslu á heimasíðu, aukinni framleiðslu á kynningarefni og markaðsátaki. Fyrst og fremst voru styrkirnir þó nýttir til að sækja á erlenda markaði og gegndu þeir þar lykilhlutverki, t.d. í að ná fótfestu í Bandaríkjunum þar sem bæði er flókið og dýrt að koma nýrri vöru á markað. Þetta skilaði sér í auknum útflutningstekjum, nýjum markaðssvæðum og sterkari vörumerkjavitund. Dæmi var um að velta

fyrirtækis hefði aukist um 200 prósent í kjölfar markaðsátakanna. Styrkirnir voru nýttir til að fjárfesta í þátttöku á alþjóðlegum sýningum, efla tengslanet við erlenda dreifingaraðila, gera markaðskannanir, markaðssetja vöruna á amazon.com og þróa kynningarefni, pakkningar og vörulýsingar. Tveir viðmælendur lýstu því hvernig styrkurinn gerði þeim kleift að mæta á erlendar matarsýningar þar sem vörur þeirra voru kynntar fyrir nýjum markhópum: Annar orðaði þetta svona: „Styrkurinn gaf okkur sjálfstraust til að fara út, prófa okkur áfram og hitta fólk sem við hefðum annars aldrei hitt.“ Þriðja verkefnið fólst í að þróa sérhæfða afurð fyrir erlendan markað. Þrátt fyrir að verkefnið hafi ekki leitt til beins útflutnings vegna þess að hráefnið náði ekki tilskildum gæðum, taldi fyrirtækið að styrkurinn hefði verið grundvallarskref í að prófa hugmyndina og safna reynslu: „Við fengum mikla innsýn inn í markaði erlendis og lærðum mikið, þó að varan færi ekki á markað.“ Fjórða fyrirtækið nýtti styrkinn til að hanna markaðsáætlun í Bandaríkjunum. Vegna breyttra aðstæðna hefur fyrirtækið fært markaðsáherslur til Bretlands en sagði að vinnan í Bandaríkjunum myndi nýtast til markaðssóknar á nýjum markaði. Styrkirnir minnkuðu þannig fjárhagslega áhættu og veittu svigrúm til að taka skref sem ella hefðu verið talin of áhættusöm fyrir lítil og meðalstór fyrirtæki. Þetta skapaði bæði raunveruleg útflutningstækifæri og dýrmæta þekkingu sem hægt er að byggja á í frekari þróun.

Áhrif á ímynd Íslands sem upprunalands

Viðmælendur töluðu um að styrkir úr Fjársjóði hefðu ekki aðeins stutt við einstök fyrirtæki heldur einnig eflt ímynd Íslands sem upprunalands sjálfbærra matvæla í háum gæðaflokki. Fyrirtæki sem framleiðir sjávarafurðir lýsti því hvernig verkefnið sem styrkurinn studdi hafi haft áhrif á alþjóðlega ímynd Íslands: „Við vildum líka nýta þetta til að sýna hvað Ísland hefur að bjóða, að hér sé hægt að gera gæðavöru úr hráefni sem annars færi í eitthvað miklu minna verðmætt. Þetta er líka markaðsstarf fyrir Ísland.“ Þetta er ávinningur sem nær út fyrir einstaka styrkþega og getur haft margföldunaráhrif fyrir aðra framleiðendur.

Nýting hráefna og sjálfbærni í framleiðslu

Þó að markaðsáhrifin hafi verið mest áberandi, bentu viðmælendur einnig á að styrkurinn hafi auðveldað innleiðingu nýrrar tækni, leitt til aukinnar framleiðslugetu og flýtt fyrir þróun nýrra afurða: „Við keyptum um 5,5 tonn af hreinu lambakjöti sem annars færi líklega í hakk... nú fer það í verðmætari vöru“. Samkvæmt viðmælanda hefði þetta ekki verið mögulegt án fjárstuðningsins, þar sem upphaflegar fjárfestingar í framleiðsluferli og markaðssetningu væru of áhættusamar án stuðnings.

Í öðru tilfelli veitti styrkurinn tækifæri til að kanna möguleika nýrrar framleiðslu. Þrátt fyrir að hráefnið hafi ekki staðist þá gæðakröfu sem þarf til útflutnings styrkti verkefnið framtíðarþróun og þekkingu innan fyrirtækisins og í viðkomandi matvælagreifa: „Við fengum mikla innsýn inn í markaði erlendis og lærðum mikið, þó að varan færi ekki á markað.“

Áhrif á nærsamfélag

Styrkir úr Fjársjóði hafa í sumum tilfellum haft víðtæk áhrif á nærumhverfi fyrirtækjanna og stuðlað að jákvæðri þróun byggðarlaga. Hjá fyrirtæki sem starfar á landsbyggðinni hafði starfsmönnum sem búa í fámennu samfélagi fjölgað úr þremur í tólf. Í öðrum tilvikum var áhrifunum lýst sem óbeinum, þar sem styrkurinn tryggði áframhaldandi starfsemi og þar með vinnu fyrir núverandi starfsmenn.

Afleidd áhrif á aðra framleiðendur og stoðgreinar

Verkefnin hafa einnig haft jákvæð áhrif út fyrir eigin starfsemi með því að skapa ný viðskiptataækifæri fyrir aðra aðila í virðiskeðjunni. Í einu viðtalinu kom fram hvernig styrkurinn gerði framleiðandanum kleift að þróa nýja umbúðalausn í samstarfi við innlenda aðila, sem hafði bein áhrif á önnur fyrirtæki í nærsamfélaginu: „Við gátum unnið með íslenskum umbúðaframleiðendum, sem fengu þannig nýtt verkefni og nýja tekjustoð.“ Í öðru tilviki lýsti fyrirtæki sem starfar í sjávarútvegi hvernig verkefni hefði kallað á samstarf við fleiri fyrirtæki í greininni: „Við unnum með öðrum framleiðendum sem höfðu áhuga á að þróa þetta áfram, þannig að þekkingin dreifðist.“ Þriðji viðmælandinn lýsti því hvernig íslensk fyrirtæki í

matvælageiranum hjálpuðust að við markaðssetningu erlendis: „Við erum að deila upplýsingum þegar við erum í svona útrás höfum verið að hjálpast að við að koma vörunum á framfæri erlendis.“ Þessi dæmi sýna hvernig fjárfesting í nýsköpun getur haft margfeldisáhrif, hún styrkir ekki aðeins einstaka framleiðendur, heldur eykur umsvif og tækifæri hjá tengdum greinum, stuðlar að þekkingarflutningi og eflir innlenda verðmætasköpun.

Áskoranir í umsóknarferli og framkvæmd

Viðmælendur voru almennt mjög jákvæðir í garð Matvælasjóðs. Þegar beðið var um ábendingar til sjóðsins sneru þær fyrst og fremst að umsóknarferlinu og mótframlaginu. Umsóknarferlinu var lýst sem tímafreku og íþyngjandi, sérstaklega fyrir smærri fyrirtæki. Krafa um 50% mótframlag var talin setja mikla pressu á lausafjárstöðu og seinar greiðslur úr sjóðnum gátu tafið framgang verkefna. Einn viðmælandi sagði: „Það er erfitt að fjármagna stóran hluta kostnaðar fyrir fram og bíða svo lengi eftir greiðslu.“ Annar bætti við: „Það mætti vera einfaldara að sækja um, sérstaklega ef maður er ekki með skrifstofuteymi“ og sá þriðji sagði: „Ferlið má einfaldast án þess að við missum af gæðakröfunum.“ Einnig var lögð áhersla á að veita aukinn stuðning við markaðssetningu og tengslamyndun á erlendum mörkuðum.

Viðmælandi stakk upp á því að í umsóknarferlinu yrði fyrst skrifuð hnitmiðuð lýsing á verkefninu og sjóðurinn veldi síðan úr verkefni og byði forsvarsmönnum að koma og kynna verkefnið áður en lengra væri haldið þannig að sjóðurinn sæi hverjir væru á bak við verkefnið: „Af því að það eru alveg orðnir einhverjir snillingar í að skrifa styrki og þeir eru kannski ekki alltaf þeir bestu í að nýta þetta og gera vörur stærri eða gera verkefnið stærra erlendis heldur bara eru klárir í að skrifa umsóknir og fá styrki.“ Viðkomandi talaði um að ef styrkþegi kæmist í gegnum þessa síu og vissi að það væru mögulega 50% líkur á að fá styrkinn væri auðveldara að réttlæta tímann sem færi í að skrifa umsóknina.

Dæmi um verkefni sem hlaut styrk úr Fjársjóði

Saltverk er fyrirtæki sem staðsett er á Reykjanesi í Ísafjarðadjúpi og framleiðir íslenskt flögusalt með jarðvarma. Fyrirtækið hóf markvissa sókn á bandarískan markað árið 2017, fyrst í gegnum Amazon og síðar í smásölukeðjur.

Fyrirtækið hefur fengið þrjá styrki úr Fjársjóði 21.000.000 árið 2020 og 25.000.000 árin 2022 og 2024. Styrkirnir hafa fyrst og fremst verið nýttir til að koma vörunni í verslanir í Bandaríkjunum, sem er dýrt og flókið ferli. Það var meðal annars gert með því að taka þátt í stórum vörusýningum og ráða umboðssölumenn til að koma saltinu á framfæri og sérhæfða dreifingaraðila sem annast samskipti við verslanir og hilluumsjón. „Styrkurinn... gerði það að verkum að við gátum tekið ákvarðanir um að prófa einhverja hluti... og hætta ef okkur líkaði ekki við það.“ Einnig var ráðið fyrirtæki til að aðstoða við markaðssetningu á vörunni á Amazon. Varan er komin í um 1.300 verslanir, markmiðið er 5.000 og sala á Amazon jókst um 1 milljón USD á tveimur árum með markvissri bestun. Hér heima var heimasíðan uppfærð og farið í markaðsherferð sem tókst vel og var auglýsingaherferð þeirra tilnefnd til íslenskra auglýsingaverðlauna. Aukin áhersla var lögð á að koma nýjum vörum á markað á Íslandi og að sækja á veitingamarkaðinn. Hefur velta fyrirtækisins aukist úr 191 milljón kr. frá því að fyrstu styrkirnir voru veittir 2020 í 574 milljónir kr. árið 2024 eða um 200%.

Með vaxandi starfsemi fyrirtækisins hefur starfsmönnum þess á Reykjanesi fjölgað úr þremur í tólf sem allir búa á svæðinu. Einn þeirra eignaðist nýlega tvíbura og taldi viðmælandi að það væru fyrstu börnin sem fæddust á svæðinu í 30 ár. Einnig eru fyrirtækið með starfsmenn í Kópavogi. Fyrirtækið tekur á móti fjölda ferðamanna á sumrin sem vilja sjá saltframleiðsluna.

Meðal óbeinna áhrifa Saltverks má nefna samstarf við auglýsingastofur um gerð markaðsefnis og augýsinga. Einnig hafa forsvarsmenn Saltverks aðstoðað önnur fyrirtæki sem hafa íhugað að fara inn á Bandaríkjamarkað. Ætla má að Saltverk hafi eflt ímynd Íslands sem

framleiðslulands matvæla með áherslu á sjálfbærni og gæði: Framleiðslan hjá Saltverk... er sjálfbær, með jarðvarma, og það vekur mikla athygli.“ Þá má ætla að fjölmiðlaumfjöllun t.d. frá Gordon Ramsey og Business Insider hafi stuðlað að landkynningu.

Að sögn viðmælanda skilaði styrkurinn miklum árangri og hann lagði mikla áherslu á að sjóðurinn starfaði áfram. Talað var um mikilvægi sveigjanleika í því hvernig styrkirnir eru nýttir þannig að hægt sé að bregðast við breyttum aðstæðum.

4.2 Heildarniðurstaða viðtala

Viðtölin sýna að Matvælasjóður hefur haft veruleg áhrif á íslenskan matvælageira, bæði á sviði nýsköpunar og markaðssetningar. Hver styrktarflokkur hefur sína sérstöðu og saman mynda þeir heildstætt stuðningskerfi sem nær yfir allt ferlið frá hugmynd að markaði.

Bára hefur reynst mikilvæg fyrir frumhugmyndir og verkefni á frumstigi sem annars hefðu ekki fengið fjármagn. Þar voru hugmyndir prófaðar í litlum skala, oft með áherslu á sjálfbærni og nýtingu vannýtttra hráefna. Fyrirtæki í dreifbýli fengu tækifæri til að próa vörur sem styrktu atvinnu og byggð, auk þess sem nýtt samstarf í virðiskeðjunni varð til. Bára skapar þannig jarðveg fyrir nýsköpun sem annars hefði ekki náð fram að ganga.

Kelda styrkir grunnrannsóknir sem leggja vísindalegan og hagnýtan grunn að framtíðarverkefnum. Verkefnin leiddu til nýrrar þekkingar á sviðum eins og fóðrun nautgripa, vinnslu og sjúkdómum í fiskeldi, möguleikum á nýtingu hliðarstrauma í þörungavinnslu og ræktun stórbörunga í borholusjó. Þessi þekking hefur ekki aðeins fræðilegt gildi heldur getur hún haft afgerandi áhrif á ákvarðanatöku í atvinnulífi og stefnumótun til lengri tíma. Áhrifin ná einnig til nærsamfélaga í gegnum störf fyrir nemendur og rannsóknarteymi og styrkja stöðu Íslands sem nýsköpunarsamfélags á alþjóðavettvangi.

Afurð er brú milli rannsókna og markaðar og styður verkefni sem eru komin lengra í þróunarferlinu. Verkefnin þar leiddu til áþreifanlegra nýjunga á borð við nýjar matvörur, tæknilausnir og nýtingu vannýttts hráefnis. Þau höfðu jákvæð áhrif á rekstur fyrirtækjanna, sköpuðu störf og juku

samstarf í virðiskeðjunni. Samhliða komu fram áskoranir tengdar markaðssetningu og aðgengi að framleiðslugetu, sem undirstrika mikilvægi frekari stuðnings þegar vöruþróun er komin að markaðssetningu.

Fjársjóður tengir vöruna við markaðinn og hefur haft mest áhrif á útflutning og markaðssetningu. Fyrirtækin sem fengu styrk komu vörum sínum á erlenda markaði, tóku þátt í alþjóðlegum sýningum og byggðu upp tengslanet sem annars hefði verið erfitt að ná. Styrkirnir minnkuðu fjárhagslega áhættu og sköpuðu bæði auknar útflutningstekjur og jákvæða ímynd fyrir Ísland sem framleiðsluland gæðamatvæla. Áhrifin náðu einnig til nærsamfélaga með fjölgun starfa og eflingu stoðgreina.

5 Mat á árangri og samfélagslegum áhrifum

Hér á eftir fer heildarmat á niðurstöðum úr spurningarkönnun og viðtölum við styrkþega úr öllum fjórum styrktarflokkum. Greiningin byggðist á Logic Model árangurslíkaninu (W.K. Kellogg Foundation, 2004). Markmiðið er að meta áhrif styrkjanna á styrkþega og samfélagið í heild, með áherslu á hvort þeir hafi stuðlað að aukinni nýsköpun, sjálfbærni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni í íslenskri matvælaframleiðslu.

5.1 Framlag

Framlag Matvælasjóðs til verkefna á tímabilinu 2020–2024 nam alls 2.701 milljón kr. og skiptist það í 283 styrki í fjórum flokkum: 135 styrki í Báru, 65 styrki í Keldu, 43 styrki í Afurð og 40 styrki í Fjár sjóði. Fjárhæðir styrkja voru mjög breytilegar milli flokka; heildarstyrkuppæð í Báru var lægst (alls 372 milljónir kr.) en hæst í Keldu (alls 1.084 milljónir kr.) (sjá töflur 1 og 2).

Einn megin tilgangur Matvælasjóðs er að koma verkefnum af stað en án tilkomu hans yrðu mörg þeirra ekki að veruleika. Auk framlags frá Matvælasjóði þurfa styrkþegar að leggja fram hugmyndina, mannafla, þekkingu og eigið fjármagn. Styrkþegar virðast vera mjög sammála um mikilvægi styrkja Matvælasjóðs. Um 90% styrkþega í öllum flokkum sögðu að verkefni þeirra hefðu ekki verið möguleg án framlag sjóðsins og yfir 90% í Báru og 100% svarenda í öllum hinum flokkunum sögðu að styrkurinn hefði verið mjög mikilvægur fyrir framgang verkefnisins (sjá mynd 16). Niðurstöður viðtala styðja þetta: Eins og viðmælandi í Afurð sagði: „Án sjóðsins hefði þetta aldrei gerst.“ Þetta undirstrikar mikilvægi Matvælasjóðs og sýnir hversu framlag hans er mikilvægt svo styrkþegar eigi meiri möguleika á að afla sér frekara fjármagns, meiri mannafla og þekkingar.

5.2 Aðgerðir

Styrkir Matvælasjóðs gerðu styrkþegum kleift að hrinda hugmyndum í framkvæmd og þróa þær áfram.

Þróun verkefna

Segja má að verkefnin sem fengu styrk hafi að stærstum hluta gengið vel. 81,5% verkefna náðu að klára þá verkþætti sem þeir sóttu um styrk fyrir og 71% verkefna hafði haldið áfram að styrktímabili loknu (mynd 41 í viðauka 9.1). Þetta var þó mismunandi eftir flokkum frá 56% verkefna í Keldu til 94% verkefna í Fjársjóði (sjá mynd 17). Í Báru skiluðu 94% verkefna nothæfum niðurstöðum eða næstu skrefum og í 82% tilfella leiddi verkefnið til frekari þróunar vörunnar (mynd 23). Ýmsir viðmælendur töluðu um að verkefni þeirra hefðu leitt til varanlegra breytinga á starfsemi fyrirtækjanna, t.d. með innleiðingu nýrrar tækni eða vinnsluaðferða. Í Afurð sögðu nær allir styrkþegar að verkefnið hefði stuðlað að þróun nothæfrar vöru og að nýting hráefna hefði aukist á sjálfbæran hátt.

Rannsóknir

Kelda studdi fjölbreyttar rannsóknir sem lögðu grunn að verðmætasköpun til framtíðar. Verkefnin beindust m.a. að rannsóknum á nýtingu vannýtttra auðlinda, svo sem ræktun þörunga í borholusjó, og að þróun betra fóðurs fyrir nautgripi. Allir styrkþegar voru sammála um að verkefnin hefðu skapað nýja þekkingu og 95% töldu að henni hefði verið miðlað vel (mynd 25). Einn viðmælandi Keldu lagði áherslu á mikilvægi sjóðsins með orðunum: „Það er gríðarlega ánægjulegt og gríðarlega mikilvægt að við höfum sjóð sem við getum sótt í ...“

Framleiðsla og vöruþróun

Í mörgum verkefnum fólst aðgerðin í að þróa framleiðsluferla eða fullmóta vörur. Í Afurð sögðu 88% styrkþega að verkefnið hefði aukið líkur á að varan kæmist á markað og tæp 73% að hún hefði farið í markaðsprófun (mynd 29). Í sumum tilvikum var um að ræða nýjar vörur unnar úr hliðarafurðum sem annars hefðu farið til spillis. Í Fjársjóði var algengt að styrkurinn væri nýttur til að auka framleiðslugetu og tryggja stöðugleika í framleiðslu til útflutnings.

Markaðsstarf og markaðsherferðir

Fjársjóður studdi sérstaklega við aðgerðir á sviði markaðssetningar, bæði innanlands og erlendis. Allir svarendur voru sammála því að sýnileiki vörunnar hefði aukist og 88% sögðu að tekjur hefðu hækkað í kjölfar verkefnisins (mynd 31). Yfir 80% töldu að staða vörunnar gagnvart samkeppni hefði styrkst og að markaðshlutdeild hefði aukist (mynd 32). Í viðtali um Saltverk var tekið dæmi um hvernig umfjöllun í erlendum fjölmiðlum skilaði sér í auknum sýnileika vörunnar og hvatti til frekari vaxtar þegar Gordon Ramsey fjallaði um fyrirtækið í sjónvarpsþætti sínum.

Fræðsla og miðlun þekkingar

Í mörgum verkefnum fólst aðgerðin einnig í fræðslu og miðlun til samfélagsins. Í Báru og Afurð var þekkingu t.d. miðlað í gegnum samstarf við veitingastaði og framleiðendur og kynningar á sýningum. Í Keldunni voru rannsóknaniðurstöður kynntar á ráðstefnum og deilt með öðrum fyrirtækjum og stofnunum. Þar sögðu 95% að nýrri þekkingu hefði verið miðlað á áhrifaríkan hátt (mynd 25). Styrkþegar í Fjársjóði miðluðu þekkingu á erlendu markaðsstarfi áfram til þeirra sem voru að hefja sókn á erlenda markaði. Þannig nýtist þekkingin ekki aðeins í einstökum verkefnum heldur einnig í öðrum verkefnum og í atvinnulífinu í heild.

5.3 Afurðir

Niðurstöður margra verkefna sem hlutu styrki voru þær að mælanlegur árangur hefði náðst. Ný vara eða afurð var þróuð, ný framleiðsluaðferð varð til og nýir markaðir opnuðust.

Nýjar afurðir eða vörur

Í Afurð stuðluðu 94% verkefna að þróun nothæfrar vöru (mynd 28) og 88% sögðu verkefnið hafa aukið líkur á að varan færi á markað (mynd 29). Í viðtölum við styrkþega Afurðar kom fram að styrkurinn hefði verið nauðsynlegur og gengt lykilhlutverki í að þróa nýjar afurðir sem byggðu á

sérhæfðri nýtingu hráefna. Í Báru skiluðu 94% verkefna nothæfum niðurstöðum eða næstu skrefum sem oft tengdust nýrri vöruþróun (mynd 23) og dæmi úr Fjár sjóði sýndi hvernig styrkurinn leiddi til þess að fyrirtækið Feed the Viking gat þróað nýjar vörur samhliða markaðsstarfi. Í viðtölum við styrkþega Afurðar kom í ljós að í öllum tilfellum var afurðin tilbúin fyrir markað, sem dæmi ný kjötvara, tæknilausn fyrir sjávarútveg og frostþurrkað gæludýrafóður. Í Keldunni var einnig unnið að rannsóknum sem geta síðar orðið undirstaða nýrra afurða sem fyrirtæki taka upp.

Nýir framleiðsluferlar

Dæmi voru um nýja framleiðsluferla í kjölfar styrkjanna, sérstaklega í Afurð þar sem styrkurinn hafði leitt til þróunar hrognatalningarvélar, nýrra framleiðsluferla í ræktun örþörungna og nýrra aðferða til að umbreyta fiskroði í gæludýrafóður. Í Keldu höfðu rannsóknarverkefni einnig leitt til niðurstaðna sem leiða til þess að fyrirtæki geta tekið upp nýja ferla eða betrubætt fyrri aðferðir. Í sumum tilvikum leiddu þessir ferlar til sparnaðar í hráefnisnotkun eða bættrar nýtingar auðlinda.

5.4 Árangur

Árangur af verkefninu sem hlotið hefur styrk eru þær breytingar vegna verkefnisins sem verða til skemmri tíma. Samkvæmt niðurstöðu spurningarkönnunarinnar voru 14% verkefna komin vel á veg þegar styrkurinn var veittur (mynd 33 í viðauka 9.1). Þetta var þó mjög mismunandi milli flokka (mynd 9). Í dag eru hins vegar 84% verkefna komin vel á veg eða lokið. Niðurstöðurnar benda því til skýrrar framvindu verkefnanna í kjölfar framlags Matvælasjóðs.

Auknar tekjur

Styrkir Matvælasjóðs hafa haft afgerandi áhrif á rekstur og þróun styrkþega. Samkvæmt spurningakönnuninni sagði 61% svarenda að tekjur hefðu aukist (mynd 34 í viðauka 9.1) en þessi tekjuaukning var langhæst í Fjár sjóði eða hjá 94% styrkþega (mynd 10). 85% styrkþega í Keldu sögðu að

styrkurinn hefði haft jákvæð áhrif á rekstur fyrirtækisins/ stofnunarinnar (mynd 26) og 82% í Afurð (mynd 28). Þá sögðu 47% í Afurð og rúmlega 60% í hinum flokkunum að styrkurinn hefði aukið aðgengi að öðru fjármagni og/eða styrkjum. Einnig voru mörg dæmi tekin um auknar tekjur í viðtölum bæði hjá styrkþegum sjálfum og hjá samstarfsaðilum eins og í Afurð þar sem ný hrognatalningarvél hafði leitt til um 100 milljóna króna aukinnar veltu hjá samstarfsaðila. Þá hafði markaðsstarf leitt til aukinna tekna hjá viðmælendum í Fjársjóði.

Fjölgun skammtímastarfa

Um helmingur svarenda sagði að skammtímastörfum hefði fjölgað (mynd 35 í viðauka 9.1). Viðtöl staðfesta þetta, þar sem smærri framleiðendur töluðu um að styrkurinn hefði gert þeim kleift að ráða starfsfólk tímabundið og auka sérþekkingu innan fyrirtækisins.

Aukin þekking

Styrkþegar úr Keldu voru mjög afgerandi hvað varðaði áhrif styrkjanna á þekkingu og tækni en 100% svarenda sögðu að verkefnin hefðu skapað nýja þekkingu og 95% að sú þekking yrði þróuð áfram og að henni hefði verið miðlað á árangursríkan hátt. Þannig myndi sú þekking sem hefur skapast ekki bara koma sér vel í verkefninu sjálfu heldur nýtast áfram í öðrum verkefnum. Í viðtölunum kom fram að sum verkefnin hefðu eða ættu eftir að leiða til fjölda fræðigreina í opnum aðgangi og auk þess voru niðurstöður kynntar á ráðstefnum hérlandis og erlendis, í dagblöðum og víðar. Rannsóknarverkefni Keldunnar sköpuðu vinnu fyrir meistara- og doktorsnema sem tengdi verkefnin inn í háskóla og vísindasamfélagið og talað var um að ný þekking nýttist bændum og fyrirtækjum í matvælaíðnaði.

Aukinn mannauður birtist einnig í formi hæfniuppbyggingar; nánast allir svarendur í spurningarkönnuninni voru sammála því að þekking og færni starfsfólks hefði aukist. Þannig voru 90% styrkþega í Keldu sammála því að starfsfólk hefði aukið hæfni sína í nýsköpun og þróunarstarfi (mynd 26).

Meiri samkeppnishæfni

Fyrirtæki sögðu styrkina hafa gefið þeim forskot á markaði, bæði innanlands og erlendis. Samkeppnishæfni jókst bæði á innlendum og erlendum mörkuðum, þar sem yfirgnæfandi meirihluti styrkþega taldi styrkina hafa bætt stöðu sína gagnvart keppinautum. Sérstaklega á þetta við um Fjársjóð þar sem yfir 80% styrkþega voru sammála því að verkefnið hefði styrkt stöðu vörunnar gagnvart samkeppni, innanlands sem utan.

Nýir markaðir eða aukin markaðshlutdeild

Allir svarendur úr Fjársjóði voru sammála um að styrkirnir hefðu haft jákvæð áhrif á sýnileika þeirrar vöru sem verið var að markaðssetja og 94% töldu að tilætlaður árangur hefði náðst í markaðsstarfi (mynd 31). Góður meirihluti í Fjársjóði sagðist hafa aukið aðgengi vörunnar að íslenskum mörkuðum og enn betri árangur hafði náðst í markaðsstarfi erlendis eða hjá 76.5% svarenda (mynd 32). Viðtölin staðfestu þetta þar sem fram kom að styrkirnir frá Matvælasjóði hefðu gegnt lykilhlutverki í að gera fyrirtækjum kleift að hefja eða styrkja markaðssetningu bæði innanlands og erlendis. Dæmi var um að velta styrkþega í Fjársjóði hafði aukist um 200 prósent í kjölfar markaðsátaka.

5.5 Áhrif

Áhrif verkefnis styrkþega geta verið breytingar til lengri tíma og jafnvel náð út fyrir sjálft fyrirtækið, stofnunina eða einstaklinginn svo sem aukin verðmætasköpun og sjálfbærari nýting auðlinda.

Samfélagsleg áhrif

78% svarenda taldi að verkefni þeirra hefðu haft áhrif á nærsamfélagið (mynd 39, viðauka 9.1). Segja má að áhrif sjóðsins nái út fyrir einstaka verkefni þar sem styrkirnir geta haft keðjuverkandi áhrif á aðrar greinar og samfélagið í heild. Í einu tilviki tengdist aukin framleiðsla vöru í kjölfar markaðsátaks því að fjölskyldur settust að og börn fæddust í byggð á Vestfjörðum sem áður hafði verið án nýfæddra barna í áratugi. Annað dæmi

er frá Norðurlandi þar sem lambaborgaraverkefni (Bára) skapaði aukin tækifæri í ferðaþjónustu og samstarfi við aðra smáframleiðendur. Verkefnin í Báru höfðu í mörgum tilvikum jákvæð áhrif á nærsamfélagið, sérstaklega í dreifbýli þar sem þau studdu við atvinnu og nýtingu staðbundinna auðlinda. Nýjar afurðir kölluðu á samstarf við aðra aðila í virðiskeðjunni, svo sem hönnuði, umbúðaframleiðendur, matvælaframleiðendur, veitingahús og tæknaðila. Í spurningakönnuninni sagðist meirihluti styrkþega telja verkefnin hafa haft jákvæð samfélagsáhrif, einkum í Afurð og Fjársjóði.

Aukin verðmætasköpun

Viðmælendur voru flestir sammála um að verkefni þeirra hefðu aukið verðmætasköpun, m.a. vegna vinnslu og nýtingu hliðarafurða. Þetta rímar við niðurstöður könnunarinnar þar sem 78% töldu verkefni sitt hafa aukið verðmætasköpun (mynd 37, viðauka 9.1).

Betri nýting auðlinda

88% styrkþega töldu að verkefni þeirra hefðu bætt nýtingu náttúruauðlinda (mynd 39, viðauka 9.1.). Samkvæmt viðmælendum í Keldunni lögðu verkefnin grunn að bættri nýtingu hráefna, sjálfbærari framleiðslu og nýjum atvinnugreinum.

Aukin nýsköpun

Yfirgnæfandi hluti styrkþega, eða 94%, taldi að verkefnin hefðu stuðlað að aukinni nýsköpun í íslenskri matvælaframleiðslu (mynd 37 í viðauka 9.1). Viðmælendur sem hlutu styrki úr Keldunni töldu meðal annars að afleidd áhrif verkefnanna fælust í því að þegar niðurstöður væru kynntar á alþjóðlegum ráðstefnum eða birtar opinberlega styrkti það stöðu Íslands sem nýsköpunarsamfélags í matvælageiranum. Þetta gæti skapað áhuga á samstarfi, fjárfestingum og nýjum verkefnum sem gagnaðist bæði fræðasamfélaginu og atvinnulífinu til lengri tíma.

Sjálfbærni

Í viðtölum við styrkþega í Keldunni komu fram dæmi um verkefni sem lögðu sérstaka áherslu á sjálfbæra nýtingu og þróun nýrrar tækni, t.d. tilraunir með þörungaráæktun í borholusjó. Þannig sköpuðu verkefnin bæði nýja þekkingu og nýjar lausnir sem stuðla að sjálfbærni í framleiðsluferlum. Í Afurð töldu 94% styrkþega að verkefni þeirra notuðu hráefni á sjálfbæran hátt (mynd 28).

Viðmælendur í viðtölum töluðu um að styrkir úr Fjársjóði hefðu ekki aðeins stutt við einstök fyrirtæki heldur einnig eftir ímynd Íslands sem upprunalands sjálfbærra matvæla í háum gæðaflokki. Heildarniðurstöður, bæði úr viðtölum og spurningarkönnun, sýna að Matvælasjóður styður við opinber markmið stjórnvalda og heimsmarkmið Sameinuðu Þjóðanna um sjálfbæra þróun. Verkefnin hafa m.a. styrkt matvælaöryggi, aukið sjálfbærni í framleiðsluferlum og eftir nýsköpun í matvælageiranum.

Umhverfisáhrif

Niðurstöður spurningakönnunarinnar bentu til áþreifanlegra umhverfisáhrifa en 70,5% að verkefni þeirra hefðu minnkað kolefnisfótspor í kjölfar styrkja (mynd 39, viðauka 9.1). Hér að ofan kom fram að mikill meirihluti styrkþega taldi verkefnin bæta nýtingu náttúruauðlinda.

5.6 Samantekt

Greiningin samkvæmt Logic Model árangurslíkaninu sýnir að framlag Matvælasjóðs virkjar aðgerðir sem eru þróun, rannsóknir og fræðsla sem síðan skila mælanlegum afurðum sem eru nýjar vörur, ferlar og/eða markaðsstarf. Þessar afurðir verkefnanna tengjast síðan árangri sem eru breytingar til skemmri tíma m.a. með auknum tekjum, fjölgun starfa og aukinni þekkingu. Jákvæð langtímaáhrif verða síðan með jákvæðum samfélagsáhrifum, verðmætasköpun og sjálfbærari nýtingu auðlinda og aukinni nýsköpun. Könnun og viðtöl styðja þessa keðju, þó áhrifin birtist á mismunandi hátt eftir verkefnum og flokkum.

6 Viðhorf til Matvælasjóðs og ábendingar og tillögur frá styrkþegum

Í þessum kafla er fjallað um viðhorf viðmælenda til Matvælasjóðs og ábendingar þeirra og tillögur um umbætur á styrkjaferlinu.

6.1 Viðhorf styrkþega til Matvælasjóðs

Langflestir viðmælendur lýstu mikilli ánægju með Matvælasjóð og algengt var að þeir segðu að verkefni þeirra hefðu ekki verið möguleg án styrksins. Íðulega kom þessi ánægja fram þegar viðmælendur voru spurðir í lok viðtals hvort þeir vildu bæta einhverju við, t.d.: „Já. Hvað þetta [styrkir Matvælasjóðs] er ótrúlega mikilvægt og bara hvað þetta getur skipt sköpum fyrir lítil fyrirtæki og ég held þetta muni klárlega skila sér svo mikið til baka...ekki bara fyrir fyrirtækið sem fær styrkinn því ef það gengur vel hjá þér smitast það yfir á aðra líka“ (Bára). Styrkþegi úr Keldunni lagði áherslu á mikilvægi styrkjanna til að hægt væri að framkvæma grunnrannsóknir: „Það er gríðarlega ánægjulegt og gríðarlega mikilvægt að við höfum sjóð sem við getum sótt í sem að í rauninni gerir okkur kleift að rannsaka þessa hluti því að það er ansi erfitt að sækja styrki til svona... hagnýtra rannsókna...þar sem maður er að rannsaka eitthvað sem tengist svona atvinnugrein eins og fiskeldi... Það er bara í rauninni erfitt að koma því í orð hversu mikilvægt það er“. Einnig hrósuðu nokkrir viðmælendur sjóðnum fyrir skýr og góð svör þegar leitað væri til starfsmanna sjóðsins og að sveigjanleiki hefði verið veittur þegar ekki hefði tekist að ljúka tilteknum verkþáttum í tíma vegna utanaðkomandi aðstæðna.

Margir hrósuðu líka Matvælasjóði í opnu spurningunni í spurningarkönnuninni. Nefnt var hvað þessi vinna og sjóðurinn væru mikilvæg. Styrkirnir gæfu fyrirtækjum, starfsfólki og nemendum tækifæri sem annars væru ekki til staðar. Styrkþegi úr Afurð nefndi að stærsti ávinningur þessara verkefna væri tenging inn í háskóla- og vísindasamfélagið, mjög mikilvægt bæði fyrir fyrirtæki sem og fyrir háskóla- og vísindasamfélagið.

Þannig virðast styrkirnir hafa svarað raunverulegri þörf einstaklinga, lítilla og meðalstórra fyrirtækja og rannsóknastofnana, sem annars hefðu átt erfitt með að fjármagna vöruþróun, markaðssetningu og rannsóknir.

6.2 Ábendingar og tillögur styrkþega til Matvælasjóðs

Yfirgnæfandi meirihluti styrkþega, eða 83%, kvaðst vera ánægður með umsóknarferli Matvælasjóðs (mynd 42 í viðauka 9.1). Styrkþegar úr Keldu voru óánægðastir en þeir úr Fjársjóði ánægðastir (sjá mynd 18). Þó meirihluti styrkþega væri ánægður með umsóknarferlið komu fram ýmsar tillögur um umbætur enda var sérstaklega spurt í viðtölunum hvort viðmælendur hefðu einhverjar ábendingar til Matvælasjóðs. Eftirfarandi ábendingar eru unnar upp úr viðtölunum og opnu spurningunni „Hefur þú einhverjar ábendingar sem þú vilt koma á framfæri við Matvælasjóð?“ úr spurningarkönnunni. Tekið skal fram að umsóknarform, umsóknarferli og eftirfylgni kann að hafa breyst frá því að sumir svarendur fengu styrkinn.

Umsóknarferlið

Hvað umsóknarferlið sjálft varðaði töldu sumir viðmælendur ferlið of íþyngjandi fyrir smærri aðila og óþarflega flókið. Einnig var talað um að umsóknarformið væri of almennt og að það væri ekki nógu notendavænt. Gott væri ef það yrði uppfært og aðgreint betur fyrir mismunandi styrki. Þá var talað um að skýra mætti betur í hvað nýta mætti styrkina. Einn styrkþegi nefndi að umsagnir gætu verið misvísandi frá einu ári til annars. Tæknifyrirtæki sem sótti um styrk til að þróa leið til að besta fóðrun í landeldi fékk höfnun á þeim grundvelli að sjóðurinn veitti ekki styrki í tæknilausnir. Þó hafði viðkomandi áður fengið styrk í tæknigeiranum sem hafði leitt til töluverðra umbóta í sjávarútvegi. Þá kom fram ósk frá styrkþega úr Bárinni um að sá tími sem fer í mat á umsóknum yrði stytur þannig að hægt væri að skila umsækjendum niðurstöðu fyrr. Einnig var lagt til að veita styrki tvisvar sinnum á ári. Þá gagnrýndu nokkrir styrkþegar að ekki væri sendur út svarpóstur á umsækjendur heldur þyrftu þeir að fara inn í kerfið og leita að niðurstöðu umsóknarinnar. Mælt var með að allir umsækjendur fengju svarpóst hvort sem þeir hlytu styrk eða ekki.

Tímalengd styrkja

Nokkrir töluðu um að erfitt væri að framkvæma verkefni innan þess tímaramma sem styrkirnir veittu. Markaðsinnrás erlendis tekur oft lengri tíma en styrkárið og talað var um að þriggja ára tímabil gæti gefið raunsærri mynd af árangri. Einnig var nefnt að rannsóknir í matvælageiranum væru viðkvæmar fyrir þáttum eins og árstíðum, þar sem t.d. væri bara ein grænmetisuppskera á ári. Því var talað um að sveigjanleiki styrkja væri mikilvægur þar sem oft þyrfti að bregðast við breyttum aðstæðum eða ófyrirséðum aðstæðum svo sem breytingum í kjölfar COVID faraldursins.

Hlutfall opinberra stofnana meðal styrkþega

Bent var á að opinberar stofnanir hefðu forskot í umsóknarferlinu. Meðal annars var talað um að þar starfaði gjarnan fólk sem væri sérfræðingar í að skrifa umsóknir og það væri erfitt fyrir fyrirtæki að keppa við það: „Þetta eru aðilar sem eru á launum við að skrifa þessar umsóknir og maður spyr sig bara hvaða hagkvæmni er í því.“ Nokkrir styrkþegar virtust setja fyrir sig hversu Matís væri stór aðili í þessu styrkjaumhverfi. Ekki undir þeim formerkjum að opinberar stofnanir ættu ekki að fá styrki heldur að þarna þyrfti að setja skýrari línur og ef til vill að skipta styrkjunum upp og eyrnamerkja ákveðinn hluta þeirra fyrirtækjum. Einn viðmælandi sagðist hafa heyrt utan að sér að þegar menn skoðuðu styrkveitingar og sæju hversu hátt hlutfall styrkja færi til Matís drægi það úr þeim að sækja um sjálfir þar sem þeir teldu líkur á árangri takmarkaðar „[Það] er eins og að þetta sé bara opinber stofnun að gefa annarri stofnun styrki.“ Nokkrir viðmælendur töluðu einnig um að samstarf við Matís væri of dýrt. Einn talaði t.d. um að honum þætti ekki sanngjarnt að frumkvöðlar þyrftu nánast að vinna kauplaust á meðan að hátt tímaverð hjá Matís æti upp styrkinn. Einnig var nefnt að erfitt væri fyrir lítil fyrirtæki að keppa við stærri fyrirtæki um styrki. Í viðtölum við styrkþega hjá Matís kom hins vegar fram að markmið Matís og Matvælasjóðs væru mjög svipuð og þar sem Matís fengi ekki fjármagn til rannsókna á fjárlögum væru styrkirnir nauðsynlegir til að stofnunin gæti sinnt grunnrannsóknum í matvælaiðnaði.

Hraðari greiðslur og lægra mótframlag

Nokkrir þátttakendur töluðu um að fyrir fyrirtæki sem þyrftu að leggja út fyrir kostnaði væri æskilegra ef greiðslur væru hraðari og mótframlag lægra. Styrkþegi úr Fjársjóði sagði sem dæmi að 50% mótframlag setti mikla pressu á lausafjárstöðu. Þá töldu sumir viðmælendur úr Afurð og Fjársjóði að ósanngjarnt væri að þeir þyrftu að koma með hærra mótframlag en styrkþegar í Keldu. Í sumum tilfellum hafði framgangur verkefna tafist vegna seinkaðra greiðslna úr sjóðnum: „Það er erfitt að fjármagna stóran hluta kostnaðar fyrir fram og bíða svo lengi eftir greiðslu“ (Fjársjóður). Hins vegar töldu flestir viðmælendur að ferlið væri faglegt og að styrkirnir væru vel nýttir. Mikill meirihluti sagðist hafa náð að klára það sem gera átti fyrir styrkina þó sumir segðu að verkefnið hefði krafist meira mótframlags en þeir hefðu gert ráð fyrir.

Aukin eftirfylgni og ráðgjöf

Nefnt var að eftirfylgni og ráðgjöf mætti vera meiri. Einn styrkþegi í Bárunni nefndi að þörf væri á fræðslu um skattamál í tengslum við styrkina. Annar nefndi að bæta mætti leiðbeiningar um lokaskýrsluna og almennt um utanumhald. Einnig var rætt um þörf á að styðja við markaðssetningu og útflutning eftir að þróunarstyrkjum lýkur. Auka mætti upplýsingaflæði. Þá kom fram í einu viðtali að styrkþegi sem hafði fengið styrk úr Afurð og náð árangri með vöruþróun hefði í framhaldinu sótt tvisvar um í Fjársjóði án árangurs. Viðkomandi taldi æskilegt að verkefni sem hefðu gengið vel fengju brautargengi hjá öðrum flokkum sjóðsins. Þá ræddu nokkrir um að í styrkjakerfið á Íslandi vantaði sjóð sem styrkti tækjakaup eða fjárfestingu í framleiðslu á tækjum þannig að hægt væri að hefja framleiðslu eftir að vara væri tilbúin til notkunar. Þetta hamlaði nýsköpun í matvælageiranum.

Efling tengslamyndunar og samstarfsvettvangs

Styrkþegar bentu á að vettvangur til að kynna vörur og mynda samstarf gæti eft áhrif styrkjanna til framtíðar.

Sýnileiki árangurs

Talað var um mikilvægi þess að sýna fram á og miðla árangri vel heppnaðra verkefna til að efla trú á sjóðnum og hvetja fleiri til þátttöku.

7 Heildarmat á áhrifum sjóðsins

Á grundvelli könnunarinnar og viðtalanna við styrkþega er hér sett fram heildarmat á áhrifum Matvælasjóðs á árunum 2020–2025.

Mikilvægi sjóðsins

Margir styrkþegar lögðu áherslu á ánægju sína með Matvælasjóð. Sjóðurinn hefur reynst mikilvægur vettvangur fyrir verkefni sem annars hefðu átt erfitt með að fá fjármagn. Verkefnin sem hlutu styrk samræmast stefnumarkandi áherslum stjórnvalda um aukna verðmætasköpun úr íslenskum hráefnum, nýsköpun og sjálfbærni í matvælaframleiðslu.

Árangur verkefna

Langflestir styrkþegar töldu styrkina hafa haft afgerandi áhrif á framgang verkefna. Fjöldi nýrra vara, ferla og þjónustu hefur orðið til, auk þess sem styrkirnir hafa veitt nauðsynlegt öryggi til að ráðast í áhættusöm verkefni. Bæði könnunin og viðtölin sýna að án stuðnings sjóðsins hefðu mörg verkefni annaðhvort ekki verið framkvæmd eða orðið minni í sniðum.

Nýting fjármuna

Styrkirnir eru að jafnaði litlir miðað við heildarfjárfestingar verkefna en hafa nýst sem hvati til frekari fjármögnunar. Mörg verkefni hafa fengið aðgang að öðrum styrkjum eða einkafjármagni í framhaldi af úthlutun úr Matvælasjóði. Þetta bendir til að sjóðurinn hafi margföldunaráhrif og virki sem lykilmáttur í fjármögnunarkerfinu nýsköpunar.

Áhrif á matvælageirann

Áhrif sjóðsins koma fram á tveimur sviðum:

Bein áhrif eru sjáanleg í rannsóknum, nýjum vörum, þjónustu og ferlum sem hafa þegar komist á markað eða eru á lokastigi þróunar.

Óbein áhrif felast í að styrkja nýsköpunarmenningu, hvetja fleiri til að þróa hugmyndir áfram og skapa aukið svigrúm til samvinnu milli fyrirtækja, háskóla og rannsóknaaðila.

Sum verkefni hafa þegar skapað störf eða nýja tekjustoð sem eykur samkeppnishæfni íslensks matvælageira á alþjóðavettvangi. Auk þess má sjá óbein áhrif á samfélagið í heild, meðal annars þar sem verkefni hafa skapað ný tækifæri til atvinnu og verðmætasköpunar á landsbyggðinni.

Framhald og sjálfbærni

Mörg verkefni hafa forsendur til að standa á eigin fótum eftir lok styrktímabils og búa til varanlega verðmætasköpun. Þó eru dæmi um verkefni sem enn eru á viðkvæmu þróunarstigi og þar er þörf á áframhaldandi stuðningi eða nýjum fjármögnunarleiðum til að tryggja sjálfbærni til lengri tíma. Sjálfbærni verkefnanna tengist jafnframt stærri samfélagslegum áskorunum á borð við loftslagsmál og fæðuöryggi, þar sem sjóðurinn getur gegnt lykilhlutverki í að styðja við nýsköpun sem eykur sjálfbærni matvælaframleiðslu og tryggir aðgengi að öruggri og fjölbreyttri fæðu til framtíðar.

Lokaorð

Heildarniðurstaðan er sú að Matvælasjóður hafi á fyrstu fimm árum sínum haft veruleg og jákvæð áhrif á íslenskan matvælageira. Hann hefur hvatt til nýsköpunar, aukið verðmætasköpun og styrkt stöðu fyrirtækja á markaði. Þrátt fyrir að gera megi úrbætur á umsóknarferlinu og endurskoða vægi opinberra stofnana við styrkveitingar er ljóst að sjóðurinn hefur reynst lykiltæki í að efla íslenska matvælaframleiðslu og mun gegna mikilvægu hlutverki til framtíðar.

8 Heimildir

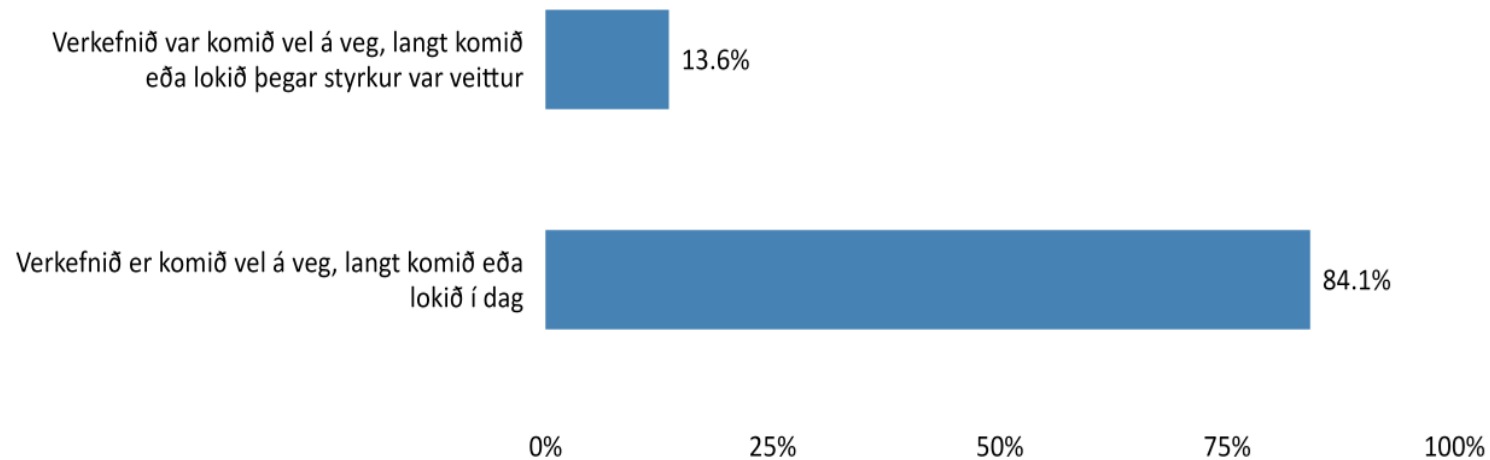
- Guðjón Helgi Egilsson, Gunnar Óskarsson og Ævar Þórólfsson (2022). *Áhrifamat Tækniþróunarsjóðs 2014–2018*. Reykjavík: Tækniþróunarsjóður.
- Gunnar Óskarsson (2018). *Áhrifamat Tækniþróunarsjóðs 2009–2013*. Reykjavík: Tækniþróunarsjóður.
- Hallgrímur Jónasson (ábyrgðarmaður) (2010). *Áhrifamat á Tækniþróunarsjóði 2004–2008*. Reykjavík: Rannsóknamiðstöð Íslands – Rannís.
- Jabkowski, P. og Cichocki, P. (2024). Survey response rates in European comparative surveys: a 20-year decline irrespective of sampling frames or survey modes. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01993-9>
- Le Masson, V. (26. júní 2025). *The magic number: How to optimise and improve your survey response rate*. Kantar. Sótt af <https://www.kantar.com/inspiration/research-services/what-is-a-good-survey-response-rate-pf>
- Matvælasjóður. (2020a). Lög um Matvælasjóð nr. 31/2020. Sótt af <https://www.althingi.is/lagas/nuna/2020031.html>
- Matvælasjóður (2020b). *Tillögur stjórnar vegna úthlutunnar 2020* [Glærur]. Reykjavík: Matvælasjóður.
- Matvælasjóður (2021). *Úthlutun Matvælasjóðs 2021* [Glærur]. Reykjavík: Matvælasjóður.
- Matvælasjóður (2022). *Úthlutun Matvælasjóðs 2022* [Glærur]. Reykjavík: Matvælasjóður.
- Matvælasjóður (2023). *Úthlutun Matvælasjóðs 2023* [Glærur]. Reykjavík: Matvælasjóður.
- Matvælasjóður (2024). *Úthlutun Matvælasjóðs 2024* [Glærur]. Reykjavík: Matvælasjóður.
- Matvælasjóður (2025). *Matvælasjóður Handbók 2025*. Sótt af [https://www.stjornarradid.is/library/01--Frettatengt---myndir-og-skrar/MAR/Fylgiskjol/Handb%
c3%b3k%202025.pdf](https://www.stjornarradid.is/library/01--Frettatengt---myndir-og-skrar/MAR/Fylgiskjol/Handb%c3%b3k%202025.pdf)

W.K. Kellogg Foundation. (2004). Logic Model Development Guide. Sótt af <https://wkkf.isueelab.org/resource/logic-model-development-guide.html>

9 Viðaukar

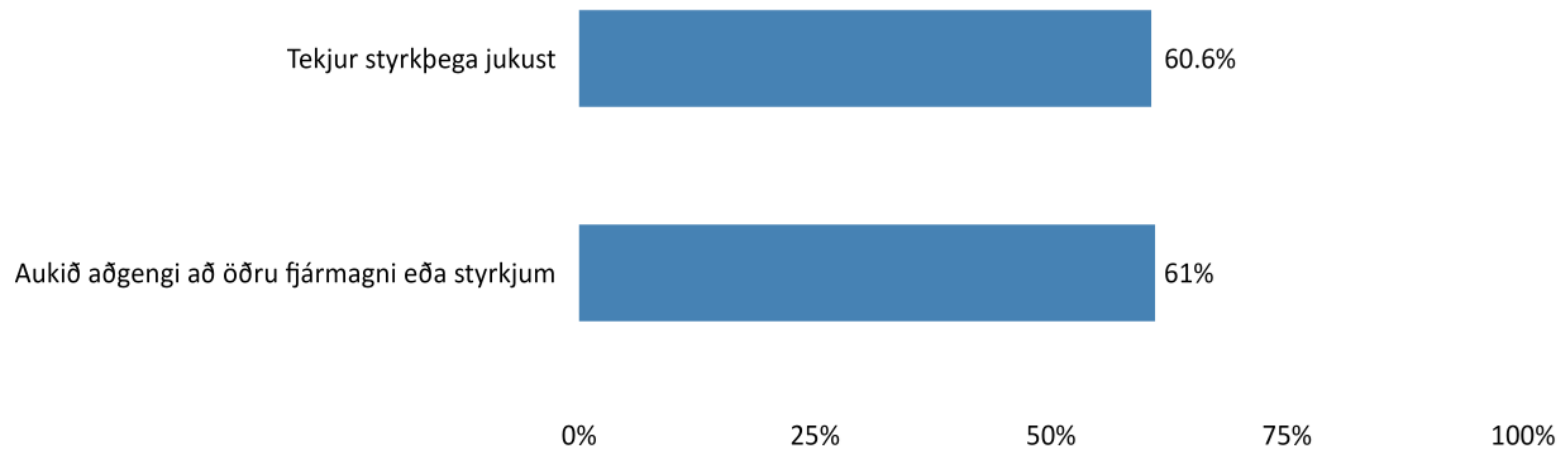
9.1 Heildarsamantekt almennra svara

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um stöðu verkefnisins?



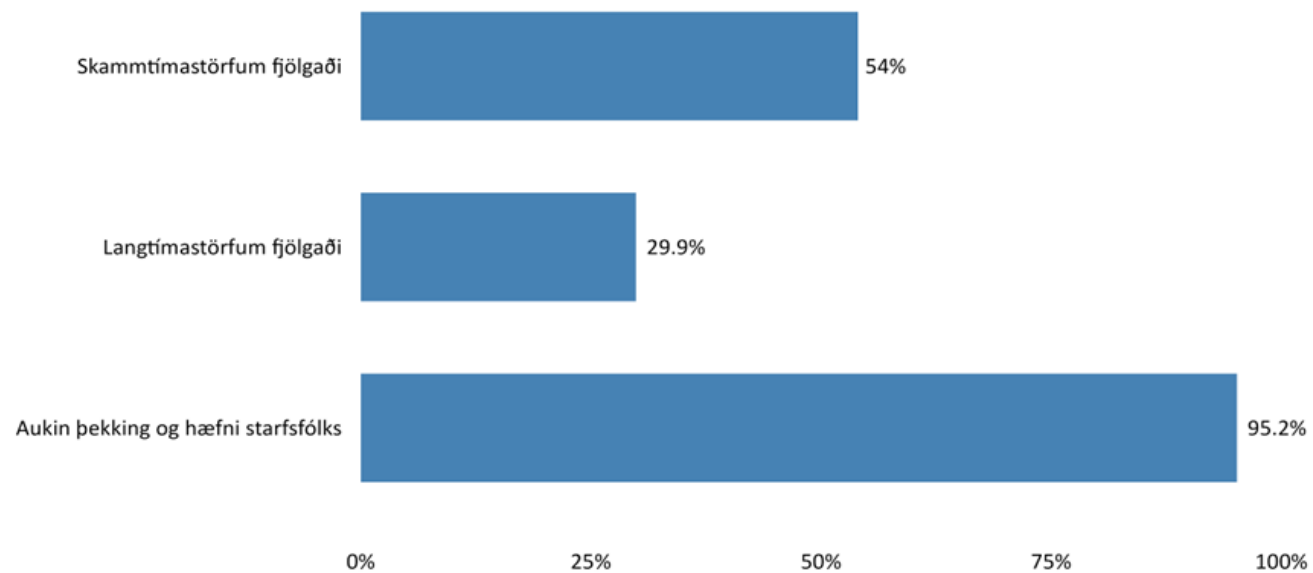
Mynd 33. Staða verkefna í byrjun og í dag

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um auknar tekjur og aukið aðgangi að fjármagni í tengslum við verkefnið?



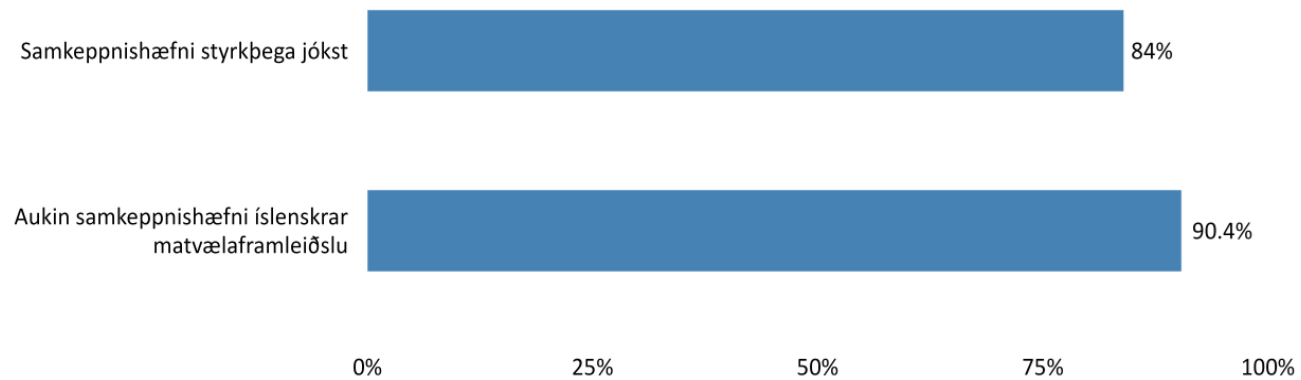
Mynd 34. Breytingar á tekjum styrkþega og aðgangur að fjármagni

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um fjölgun starfa og þekkingu/hæfni starfsfólks í tengslum við verkefnið?



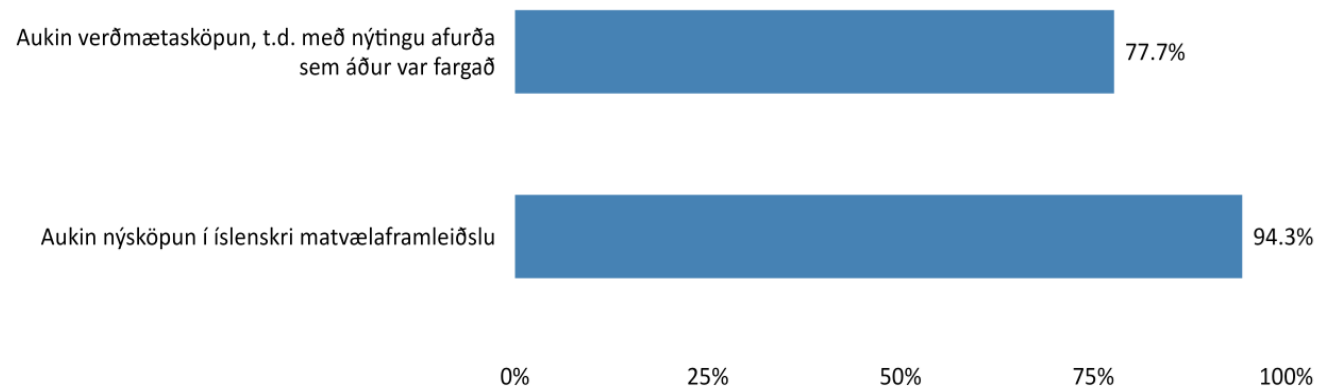
Mynd 35. Fjölgun starfa, þekking og færni

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um breytingu á samkeppnishæfni í tengslum við verkefnið?



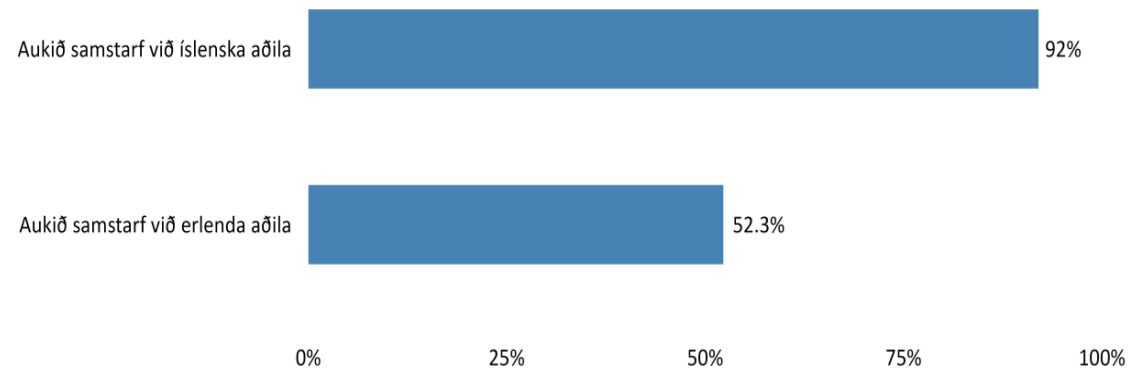
Mynd 36. Samkeppnishæfni

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukna verðmæta- og nýsköpun í tengslum við verkefnið?



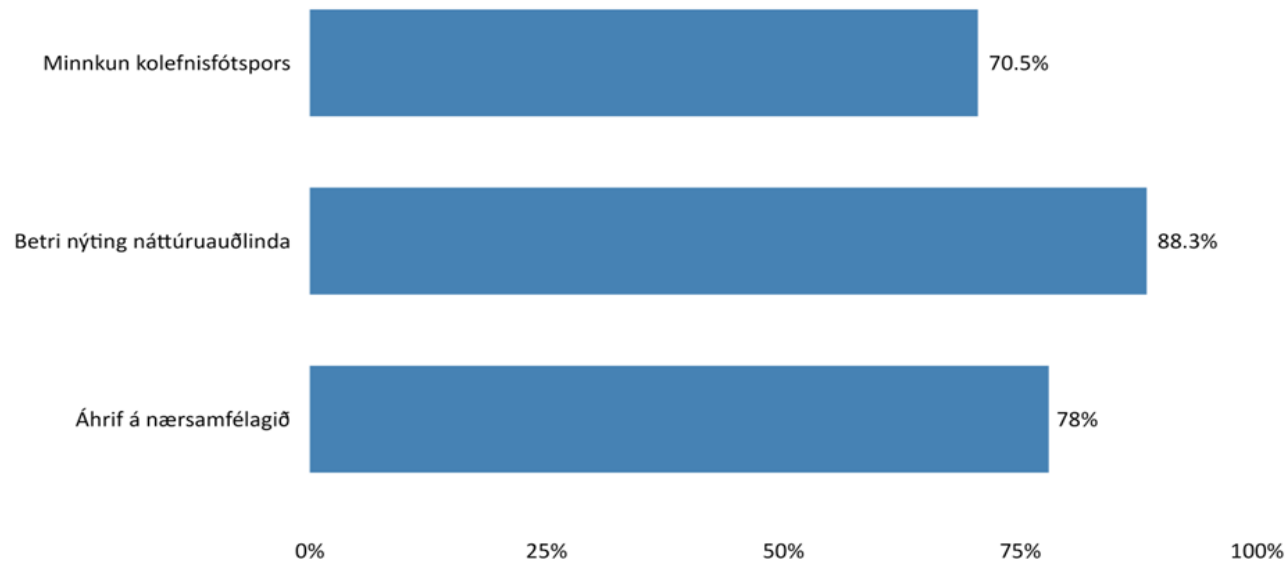
Mynd 37. Aukin verðmæta- og nýsköpun

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukið samstarf í tengslum við verkefnið?



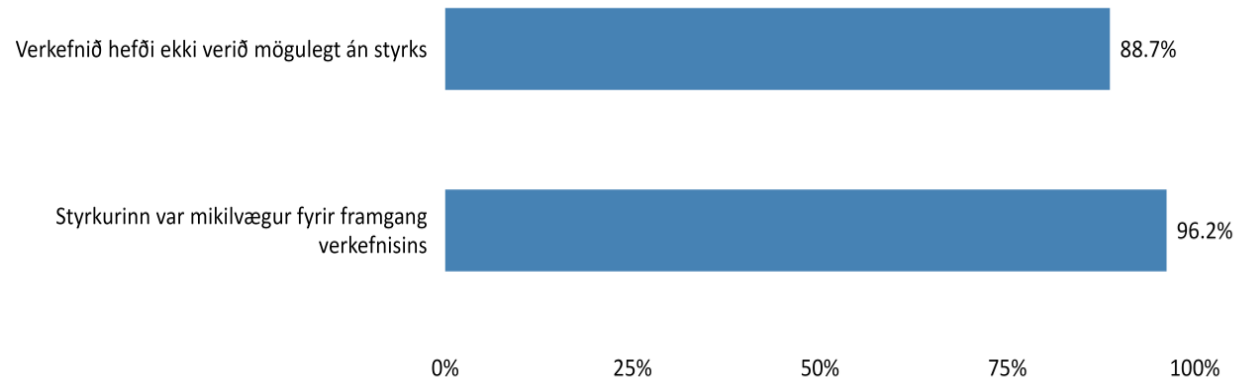
Mynd 38. Aukið samstarf

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um aukinn ávinning í tengslum við verkefnið?



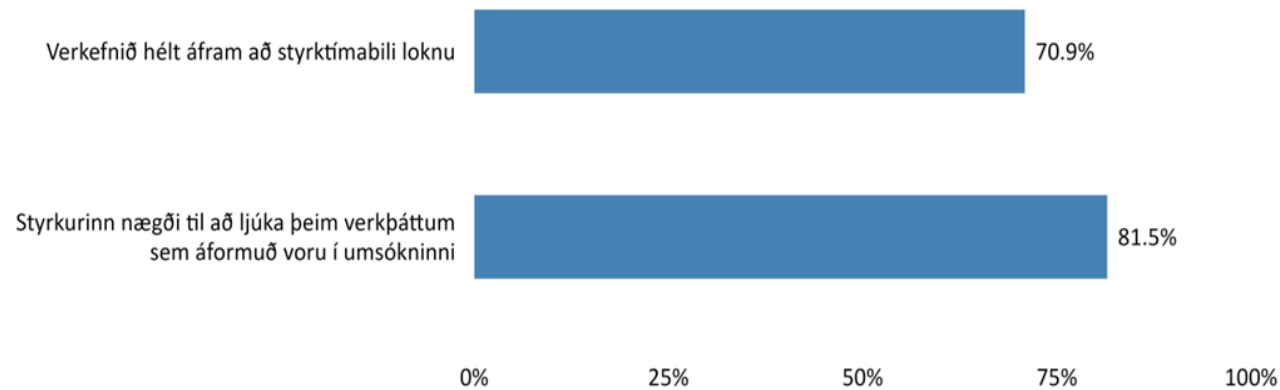
Mynd 39. Ávinningur fyrir samfélagið

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um mikilvægi styrksins í tengslum við verkefnið?



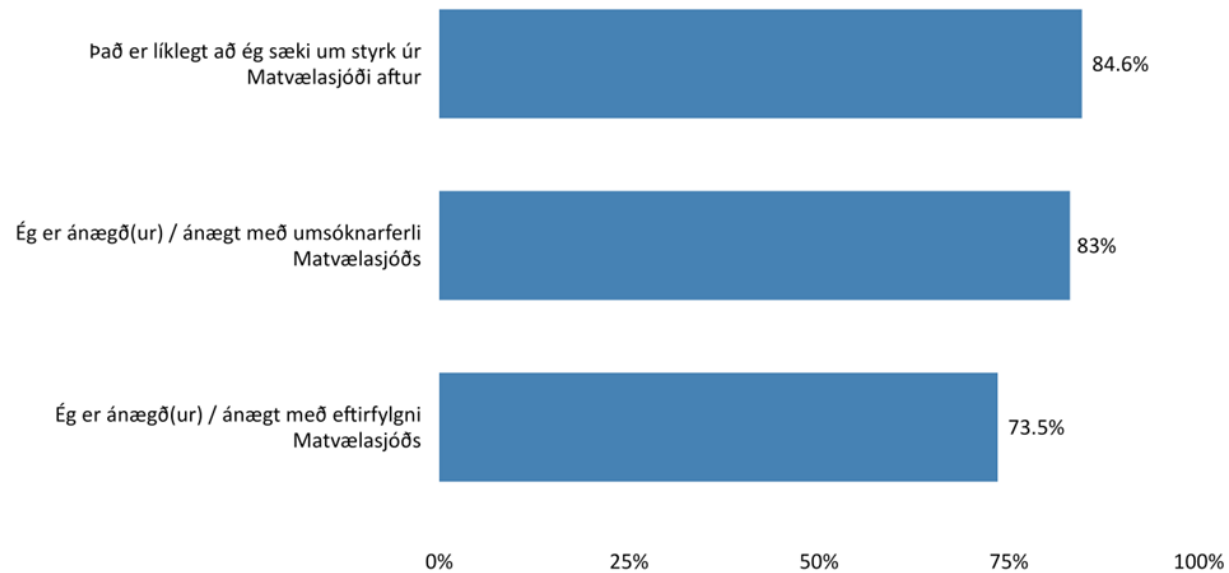
Mynd 40. Mikilvægi styrks

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um mikilvægi styrksins í framvindu verkefnisins?



Mynd 41. Framvinda verkefnisins

Hversu sammála (mjög sammála, frekar sammála) ertu eftirfarandi fullyrðingu um umsóknarferli og eftirfylgni Matvælasjóðs?



Mynd 42. Umsóknarferli og eftirfylgni Matvælasjóðs

9.2 Listi yfir viðmælendur í viðtalsrannsókn

Ársæll Magnússon. 1000 ára sveitarporp ehf. Kjötsnakk. *Verðmætasköpun með fullvinnslu á hrossakjöti*. Styrkur veittur 2022.

Birkir Þór Bragason. Tilraunastöð Háskólans í meinafræði. Skilvirkari sjúkdómsvarnir gegn PRV sýkingum í íslensku fiskeldi. Styrkur veittur 2024.

Davíð Freyr Jónsson. Royal Iceland hf. *Markaðssetning á grásleppuhrognum til Sushi veitingastaða*. Styrkur veittur 2022.

Elínborg Erla Ásgeirsdóttir. *Lífrænt vottuð matvælaframleiðsla*. Styrkur veittur 2024.

Eva Margrét Jónudóttir. Matís ohf. Áhrif fóðrunar á gæði kjöts af íslenskum holdanautum. Styrkur veittur 2023.

Friðrik Guðjónsson. Feed the Viking. *Purrkaðar kjöt- og fiskafurðir úr íslenskum hráefnum á Bandaríkjamarkað*. Styrkur veittur 2020 og 2022.

Gísli Grímsson. Saltverk ehf. *Markaðssókn á sjálfbæru sjávarsalti frá SALTVERK í Bandaríkjunum*. Styrkur veittur 2020. Einnig voru veittir styrkir 2022 og 2024.

Hans Atlason – Klaki Tech ehf. *Hrognaflokkunar- og pökkunarbúnaður*. Styrkur veittur 2023.

Halldór Gunnar Ólafsson. Sjávarlíftæknisetrið BioPol ehf. *Hrognkelsafengur. Hnossgæti úr sjó*. Styrkur veittur 2023.

Hildur Inga Sveinsdóttir. Matís ohf. *Bættir vinnsluferlar við sjófrystingu karfa og hliðarstraumur þörungavinnslu*. Styrkur veittur 2021.

Hrönn Margrét Magnúsdóttir. Ankra ehf. *Uppbygging á söluneti og markaðsinnviðum á sjálfbærum vörum Feel Iceland í Bandaríkjunum*. Styrkur veittur 2023.

Júlía Katrín Björke. *Mývatns Spirulina*. Styrkur veittur 2020.

María Guðjónsdóttir. Háskóli Íslands. Innanhússræktun og vöruþróun stórþörunga í borholusjó. Styrkur veittur 2024.

Ragnheiður Lára Brynjólfsdóttir. Brjálaða gimbrin. *INN með INN-mat. Vöruþróun og tilraunir með innmat úr lömbum.* Styrkur veittur 2021. Einnig var veittur styrkur 2020.

Sigurður Steinar Ásgeirsson. *Gerilsneyðing matvæla með háþrýstingi.* Styrkur veittur 2023.

Einn viðmælandi óskaði nafnleyndar.

9.3 Spurningalisti

Spurningalisti fyrir styrkþega Matvælasjóðs

Þú hefur fengið þessa spurningakönnun vegna styrks sem þú fékkst frá Matvælasjóði í styrktarflokknum BÁRA/AFURÐ/KELDA/FJÁRSJÓÐUR á árunum 2020-2024. Þessari könnun er ætlað að meta hvaða áhrif styrkirnir höfðu á framvindu þeirra verkefna sem styrkt voru, áhrif á einstaklinga / fyrirtæki / stofnanir sem fengu styrkinn og víðari samfélagsleg áhrif.

Það tekur 5-8 mínútur að svara könnuninni. Þér er ekki skylt að svara einstökum spurningum en þátttaka þín er mjög mikilvæg þannig að sem best mynd fáiast af áhrifum styrkjanna. Þú ferð á milli blaðsíðna könnunarinnar með því að velja Áfram eða Til baka.

Ef þú hefur fengið fleiri en einn styrk veldu þá styrkinn sem þú fékkst fyrst. Ef þú hefur fengið tvo styrki sama árið veldu þá styrkinn sem fékk hærri upphæð.

Hluti 1. Spurningar fyrir alla styrkþega

Vinsamlegast svarið eftirfarandi spurningum á skalanum: *1 = verkefni á frumstigi, 2 = aðeins komið af stað, 3 = komið vel á veg, 4 = mjög langt komið, 5 = verkefni að fullu lokið.*

1. Hver var staða verkefnisins þegar styrkur var veittur?
2. Hver er staða verkefnisins í dag?

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum um áhrif styrks Matvælasjóðs á starfsemi þína / fyrirtækisins / stofnunarinnar?

1 = mjög ósammála, 2 = frekar ósammála, 3 = hvorki sammála né ósammála, 4 = frekar sammála, 5 = mjög sammála, 6 = veit ekki/á ekki við.

3. Tekjur styrkþega jukust.
4. Skammtímastörfum fjölgaði.
5. Langtímastörfum fjölgaði.
6. Samkeppnishæfni styrkþega jókst.
7. Aukin verðmætasköpun, t.d. með nýtingu afurða sem áður var fargað.
8. Aukin nýsköpun í íslenskri matvælaframleiðslu.
9. Aukin þekking og hæfni starfsfólks.
10. Aukin samkeppnishæfni íslenskrar matvælaframleiðslu.
11. Aukið samstarf við íslenska aðila..
12. Aukið samstarf við erlenda aðila.
13. Aukið aðgengi að öðru fjármagni eða styrkjum.
14. Áhrif á nærsamfélagið.
15. Minnkun kolefnisfótspors.
16. Betri nýting náttúruauðlinda.
17. Styrkurinn var mikilvægur fyrir framgang verkefnisins.
18. Verkefnið hefði ekki verið mögulegt án styrks.

Vinsamlegast svaraðu með já eða nei: 1=já, 2=nei.

19. Nægði styrkurinn til að ljúka þeim verkþáttum sem áformuð voru í umsókninni? (Ef nei fylgt eftir með opinni spurningu, hvers vegna ekki?_____).

20. Hélt verkefnið áfram að styrktímabili loknu? (fylgt eftir með opinni spurningu. Ef já hversu lengi? _____ Ef nei hvers vegna ekki?_____).

Vinsamlegast svarið eftirfarandi spurningu á skalanum: 1 = mjög ólíklegt, 2 = frekar ólíklegt, 3 = hvorki líklegt né ólíklegt, 4= frekar líklegt, 5 = mjög líklegt.

21. Hversu líklegt er að þið sækid um styrk úr Matvælasjóði aftur?

Vinsamlegast svarið eftirfarandi tveimur spurningum á skalanum: 1 = mjög ósammála, 2= frekar ósammála, 3 = hvorki sammála né ósammála, 4=frekar sammála, 5=mjög sammála, 6=veit ekki/á ekki við.

22. Ég er ánægð(ur) / ánægt með umsóknarferli Matvælasjóðs.

23. Ég er ánægð(ur) / ánægt með eftirfylgni Matvælasjóðs.

Hluti 2. Bakgrunnsspurningar:

24. Styrkþegi er: Einstaklingur, fyrirtæki, opinber stofnun.

25. Hvaða ár fékkstu styrkinn? 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

26. Í hvaða landshluta fór verkefnið fram? Höfuðborgarsvæðið, Suðurnes, Vesturland, Vestfirðir, Norðurland vestra, Norðurland eystra, Austurland, Suðurland.

27. Undir hvaða flokk afurða fellur styrkurinn? Matvælaiðnað, landbúnað, sjávarútveg, fiskeldi, hringrásarhagkerfi, annað – hvað?
28. Hver er starfsmannafjöldi fyrirtækisins/stofnunarinnar? Færri en 10, 10-49, 50-99, 100-249, 250 eða fleiri, á ekki við/vil ekki svara.
29. Hvert er kyn þitt (verkefnastjóra)? Karl, kona, kynsegin/kvár, vil ekki svara, annað – hvað?
30. Á hvaða aldri ert þú (verkefnisstjóri)? Yngri en 30 ára, 30-39, 40-49, 50-59, 60 ára eða eldri, vil ekki svara.
31. Hefur þú einhverjar ábendingar sem þú vilt koma á framfæri við Matvælasjóð? (Opin spurning).

Hluti 3. Sértækar spurningar eftir flokki

Leiðagreining þar sem hver sjóður fékk einungis þær spurningar sem áttu við hann.

A. BÁRA – Frá hugmynd yfir í verkefni

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? *1 = mjög ósammála, 2 = frekar ósammála, 3 = hvorki ósammála né sammála, 4 = frekar sammála, 5 = mjög sammála.*

1. Verkefnið leiddi til betri innsýnar í markað eða hráefni.
2. Verkefnið skilaði nothæfum niðurstöðum eða næstu skrefum.
3. Verkefnið leiddi til frekari þróunar vörunnar/verkefnisins.
4. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í annan flokk sjóðsins (Kelda, Afurð).
5. Verkefnið leiddi af sér vöru sem komin er í markaðsferli eða á markað.
6. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í aðra íslenska eða erlenda sjóði (t.d. Rannís eða Tækniþróunarsjóð).

B. AFURÐ – Mótun og þróun afurðar

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? 1 = mjög ósammála, 2 = frekar ósammála, 3 = hvorki ósammála né sammála, 4 = frekar sammála, 5 = mjög sammála.

1. Verkefnið stuðlaði að þróun nothæfrar afurðar.
2. Afurðin varð verðmætari í ferlinu.
3. Verkefnið nýtti hráefni á sjálfbæran hátt.
4. Afurðin fór í markaðsprófun (t.d. kynningar, prufusala, sýnishorn).
5. Afurðin fór í almenna markaðsdreifingu (t.d. sala í verslunum eða á netinu).
6. Verkefnið jók líkur á að varan færi á markað.
7. Styrkurinn hafði jákvæð áhrif á rekstur stofnunarinnar / fyrirtækisins.
8. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í annan flokk sjóðsins.
9. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í aðra íslenska eða erlenda sjóði (t.d. Rannís eða Tækniþróunarsjóð).

C. KELDA – Ný þekking í þágu matvælaframleiðslu

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? 1 = mjög ósammála, 2 = frekar ósammála, 3 = hvorki ósammála né sammála, 4 = frekar sammála, 5 = mjög sammála.

1. Verkefnið skapaði nýja þekkingu.
2. Verkefnið gerði þá sem unnu að því hæfari í nýsköpun og þróunarstarfi.

3. Nýrri þekkingu hefur verið miðlað á árangursríkan hátt.
4. Sú þekking eða tækni sem þróuð var verður notuð áfram í öðrum verkefnum.
5. Afrakstur verkefnisins leiddi til nýrra verkefna.
6. Styrkurinn hafði jákvæð áhrif á rekstur stofnunarinnar / fyrirtækisins.
7. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í annan flokk sjóðsins.
8. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í aðra íslenska eða erlenda sjóði (t.d. Rannís eða Tækniþróunarsjóð).

D. FJÁRSJÓÐUR – Afurð á markað

Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingum? *1 = mjög ósammála, 2 = frekar ósammála, 3 = hvorki ósammála né sammála, 4 = frekar sammála, 5 = mjög sammála.*

1. Styrkurinn skilaði tilætluðum árangri við að koma vöru á markað.
2. Verkefnið jók sýnileika vörunnar.
3. Verkefnið jók tekjur af vörunni.
4. Verkefnið styrkti stöðu vörunnar gagnvart samkeppni.
5. Styrkurinn hefur aukið aðgengi og markaðshlutdeild á íslenskum mörkuðum.
6. Styrkurinn hefur aukið aðgengi og markaðshlutdeild á erlendum mörkuðum.
7. Sótt var um áframhaldandi styrk til verkefnisins í aðra íslenska eða erlenda sjóði (t.d. Rannís eða Tækniþróunarsjóð).

9.4 Spurningarammar

Bára – Frá hugmynd yfir í verkefni

1. Getur þú lýst hugmyndinni sem verkefnið byggist á?
2. Hver var staðan á verkefninu þegar þú sóttir um styrkinn?
3. Hver er staðan á verkefninu núna? / Hélt verkefnið áfram eftir að styrktímabili lauk? / nægði styrkurinn til að ljúka verkefninu / hafið þið sótt um frekari styrki innan sjóðsins eða í aðra sjóði?
4. Sérðu fyrir þér að það verði áframhald á verkefninu / er verkefnið sjálfbært. Ef svo er hver eru næstu skref?
5. Hvaða áhrif hafði styrkurinn (jukust tekjur, urðu til störf, aukin hæfni, vara varð til)?
6. Hversu mikilvægur var styrkurinn fyrir framgang hugmyndarinnar / verkefnisins? Hefði verið hægt að halda áfram með verkefnið án styrks?
7. Voru gerðar einhverjar rannsóknir, prófanir eða athuganir í verkefninu?
8. Hefur verkefnið leitt til eða telurðu að það muni leiða til nýsköpunar eða aukinnar verðmætasköpunar?
9. Skilaði styrkurinn ávinningi til annarra en styrkþega og þá hverra? (náersamfélags, samstarfsaðila? Samfélagsins í heild?)
10. Hafið þið ábendingar til Matvælasjóðs um umsóknarferlið eða framkvæmd styrkjanna?
11. Er eitthvað sem þú vilt bæta við í sambandi við styrkina og áhrif á hugmyndina / verkefnið?

Kelda – Ný þekking í þágu matvælaframleiðslu

1. Hvað var vitað um efnið áður en rannsóknin hófst?
2. Hvernig var rannsóknin framkvæmd (aðferðir, samstarf, prófanir)?
3. Hverjar eru helstu niðurstöður eða lærdómar úr verkefninu?
4. Hefur rannsóknin skapað þekkingu sem nýtist öðrum í greininni?
5. Hvernig getur þessi þekking stuðlað að nýsköpun eða sjálfbærni í matvælaframleiðslu
6. Hefur rannsóknarniðurstöðum verið miðlað? Ef svo, hvernig?
7. Leiddi rannsóknin til breytinga á verkferlum eða innleiðingar á nýrri tækni?
8. Hver er staðan á verkefninu núna? Var framhald á því?
9. Nægði styrkurinn til að ljúka verkþáttum?
10. Hver eru næstu skref í rannsóknum eða innleiðingu niðurstaðna?
11. Var verkefnið unnið í samstarfi við aðra? Hverju skilaði það til samstarfsaðila?
12. Hvaða áhrif hafði styrkurinn/styrkirnir á rekstur fyrirtækisins / stofnunarinnar?
13. Skilaði styrkurinn ávinningi til annarra en styrkþega (nærsamfélags, samstarfsaðila?)
14. Er eitthvað sem Matvælasjóður mætti bæta varðandi framkvæmd eða eftirfylgni styrkjanna?

15. Er eitthvað sem þú vilt bæta við, sem ég er ekki að spyrja um?

Afurð – Afurð úr hráefnum

1. Getur þú lýst afurðinni sem þið voruð að þróa?
2. Á hvaða stigi var afurðin þegar þið sóttuð um styrk?
3. Hvernig hefur styrkurinn nýst í þróunarvinnunni?
4. Hvaða breytingar urðu á vörunni eða hugmyndinni í ferlinu?
5. Hefur verkefnið leitt til betri nýtingar hráefna eða sjálfbærari vinnslu?
6. Hefur nýsköpun komið fram í tækni, aðferðum eða útfærslu?
7. Hvernig er afurðin í dag – tilbúin til markaðssetningar eða áfram í þróun?
8. Hver voru áhrif styrksins á ykkar fyrirtæki eða starfsemi? (störf, þekking, tekjur)/ Nægði styrkurinn?
9. Hafið þið sótt um aðra styrki í Matvælasjóð eða aðra sjóði í framhaldinu?
10. Skilaði styrkurinn ávinningi til annarra en styrkþega (nærsamfélags, samstarfsaðila?)
11. Hvaða áskoranir komu upp í ferlinu – og hvað mynduð þið gera öðruvísi næst?
12. Hefur þú ábendingar til Matvælasjóðs um umsóknarferlið eða framkvæmd styrkjanna?
13. Er eitthvað sem þú vilt bæta við í sambandi við styrkina og áhrif á hugmyndina / verkefnið?

Fjársjóður – Afurð á markað með styrk frá sjóðnum

1. Hver er varan sem styrkurinn tengist?
2. Hver var staðan á markaðssetningu vörunnar þegar þið sóttuð um styrk?
3. Nægði styrkurinn til að koma vörunni á markað? Hver er staðan núna?
4. Hvernig nýttuð þið styrkinn í markaðsstarfi (t.d. kynning, innviðir, dreifing)?
5. Hvaða þýðingu hafði styrkurinn fyrir markaðssetningu á afurðinni innanlands og erlendis?
6. Jók verkefnið sýnileika vörunnar?
7. Hafa orðið breytingar á sölu, tekjum eða markaðshlutdeild?
8. Teljið þið að verkefnið hafi aukið samkeppnishæfni íslenskra matvæla?
9. Hver eru næstu skref – og hvernig hyggist þið halda áfram að byggja á árangrinum?
10. Skilaði styrkurinn ávinningi til annarra en styrkþega (nærsamfélags, samstarfsaðila?)
11. Hafið þið sótt um aðra styrki í Matvælasjóð eða aðra sjóði í framhaldinu?
12. Hvaða áskoranir komu upp í ferlinu – og hvað mynduð þið gera öðruvísi næst?
13. Hefur þú ábendingar til Matvælasjóðs um umsóknarferlið eða framkvæmd styrkjanna?
14. Er eitthvað sem þú vilt bæta við í sambandi við styrkina og áhrif á hugmyndina / verkefnið?