



Beint <sup>My</sup> frá býli

# HEIMAVINNSLA OG SALA AFURÐA



Verkefnisstjórn þakkar eftirtöldum aðilum fyrir stuðning við verkefnið:

- Átaki til atvinnusköpunar/lönaðarráðuneytinu
- Framleiðnisjóði landbúnaðarins
- Impru nýsköpunarmiðstöð
- Landbúnaðarráðuneytinu

# Beint <sup>MS</sup> frá býli

## HEIMAVINNSLA OG SALA AFURÐA

Höfundar:  
Árni Jósteinsson  
Berglind Víktorsdóttir  
G. Ágúst Pétursson (ritstjóri)  
Guðmundur Guðmundsson  
Laufey Haraldsdóttir  
Laufey Steingrimsdóttir  
Ólöf P. Hallgrímsdóttir  
Sigurður Steingrímsson

Útgefandi:  
*Beint frá býli, samstarfshópur eftirfarandi stofnana/félagasamtaka:*  
Bændasamtök Íslands, Félag ferðaþjónustubænda, Hólaskóli - Háskólinn  
á Hólum, Impra, Landbúnaðarháskóli Íslands og Lifandi landbúnaður.

Hönnun og umbrot: Still  
Prófastur: Harla  
Prentun: Ásprent

Ákureyri 2007



# EFNISYFIRLIT

1	INNGANGUR	7	7	FRÁ HUGMYND TIL FRAMKVÆMDA	37
2	BEINT FRÁ BÝLI	9	7.1	HVERNIG VERÐUR HUGMYND TIL?	37
2.1	BEINT FRÁ BÝLI – GÆÐAMERKI	9	7.2	HUGMYNDALEIT	37
2.2	REGLUR UM NOTKUN MERKISINS BEINT FRÁ BÝLI	9	7.3	GÓÐ HUGMYND ER EKKI ALLTAF NÓG	39
3	MATVÆLAVINNSLA Í SVEITUM	13	7.4	ER HUGMYNDIN HAGKVÆM?	40
3.1	TÆKI OG KUNNÁTTA	13	8	VIÐSKIPTAÁÆTLUN	43
3.2	DREIFING MATVARA	13	8.1	EFNISÞÆTTIR Í VIÐSKIPTAÁÆTLUN	44
3.3	VÖRUR	13	8.2	VIÐSKIPTAMÓDELID	46
4	VINNSLA MATVÆLA	15	9	VIÐAUKI	51
4.1	UMBÚÐIR OG MERKINGAR	15	9.1	Merkingar á geymslupoli	51
4.2	ÖRYGGI OG GÆÐI	15	9.2	Ákvörðun á geymslupoli	52
4.3	INNRA EFTIRLIT	16	9.3	Notkun hráefna með útrunnið geymslupól	52
5	MATUR ÚR HÉRAÐI	19			
5.1	HÉRAÐSBUNDIN MATVÆLAFRAMLEIÐSLA ER AUÐLIND	19			
5.2	MATARKISTAN SKAGAFJÖRDUR; SVÆÐISBUNDIÐ ÞRÓUNARVERKEFNI	20			
6	EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR	23			
6.1	KJÖTVINNSLA/SLÁTRUN	23			
6.1.1	Slátrun - sláturhús	23			
6.1.2	Kjöttvinnsla - úrbeining, söltun, reyking og fl.	24			
6.1.3	Hreindýrakjöt	25			
6.1.4	Fuglakjöt	26			
6.2	EGG OG EGGJAAFURÐIR	26			
6.3	MJÓLKURSAMLÖG, MJÓLK OG MJÓLKURVÖRUR	27			
6.3.1	Helstu opinberar kröfur	27			
6.3.2	Ostagerð	28			
6.3.3	Ísgerð	28			
6.3.4	Aðrar mjólkurvörur	29			
6.3.5	Gerilsneyðing og fitusprengring mjólkur	29			
6.4	LÍFRÆN FRAMLEIÐSLA OG SALA AFURÐA	29			
6.5	SJÁVARFANG	30			
6.5.1	Lax og silungur	31			
6.6	SULTUR OG HUNANG	31			
6.7	GRÆNMETI, KARTÖFLUR, JURTI, ÁVEXTIR OG BER	32			
6.7.1	Jurtir	32			
6.7.2	Ávaxtasafar og saftir	33			
6.8	ÁFENGIR DRYKKIR	33			
6.9	BRAUÐ- OG KÖKUGERÐ	33			



# 1 INNGANGUR

Í nágrannalöndum okkar má víða finna ferðaþjónustubændur og aðra bændur sem taka á móti ferðamönnum og bjóða vörur sínar til sölu – til dæmis í sveitaverslunum, á bændamörkuðum og jafnvel á veitingastöðum. Þær matvörur sem eru í boði eru til dæmis unnar kjötvörur, mjólk og mjólkurvörur eins og ostar og jógúrt, egg, ávextir, sultur og ýmiss konar matvæli er tengjast matarmenningu héraðsins. Þessi matvælaframleiðsla er yfirleitt í smáum stíl og ekki stór hluti af framleiðslu í viðkomandi landi.

Hingað til hefur þessi skemmtilega hefð ekki náð að þróast hér á landi á sambærilegan hátt og í öðrum löndum. Umræðan hefur verið til staðar en hún hefur snúist meira um það sem ekki má í stað þess að láta verkin tala. En það er ljóst að hér leynast tækifæri til tekju- og atvinnusköpunar fyrir bændur auk þess sem neytendur eru í auknum mæli farnir að horfa til þess að kaupa vörur beint frá framleiðendum. Þetta er því tilvalið vöruþróunarverkefni sem miðar að því að skapa meiri verðmæti heima í héraði og styrkja tengslin á milli framleiðenda og neytanda.

Í febrúar 2004 skipaði landbúnaðarráðherra nefnd til að athuga hvernig bændur gætu staðið að heimasölu. Nefndin skilaði af sér skýrslu í janúar 2005 og í meginniðurstöðum kom fram að bændur á Íslandi búa við sambærilegar reglugerðir og bændur í nágrannalöndunum en að túlkun þeirra og framsetning mætti vera einfaldari. Ein af tillögum

nefndarinnar var að hvetja til myndunar samstarfshóps sem ynni að þessum málefnum í samvinnu við hlutaðeigandi stofnanir og embætti hins opinbera, til dæmis með útgáfu leiðbeinandi handbókar um starfsleyfi matvælaframleiðinga.

Nokkrum mánuðum síðar var hleypt af stokkunum verkefni sem hefur að markmiði að stuðla að framleiðslu matvæla á sveitabýlum og milliliðalausri sölu þeirra til neytenda. Að verkefninu standa Hólaskóli-Háskólinn á Hólum, Lífandi landbúnaður, Félag ferðaþjónustubænda, Matra/Landbúnaðarháskóli Íslands, Bændasamtök Íslands og Imprá. Í upphafi var markmið verkefnisins að þróa vörumerki, útbúa leiðbeiningar fyrir bændur og framkvæma tilraunaverkefni með bændum. Þegar þetta er skrifað, einu og hálfu ári seinna, er verkefnið komið vel á veg, gæðamerkið Beint frá býli er nú skrásett vörumerki og nú hefur þessi handbók um heimavinnslu og sölu litið dagsins ljós.

Lagður hefur verið grunnur að umhverfi sem eykur fjölbreytni innan ferðaþjónustu á Íslandi og í íslenskum landbúnaði. Með þátttöku heimavinnslubænda í Beint frá býli er verið að tryggja að matvaran sé gæðavara og að fulls öryggis sé gætt við alla framleiðslu og meðhöndlun matvörunnar. Þessir tveir þættir, gæði og öryggi vörunnar, eru lykillinn að farsælli markaðssetningu heimavinnslu og heimasölu í framtíðinni, auk beinnar tengingar neytenda við framleiðendur.

- 2.1 *Beint frá býli - gæðamerki*
- 2.2 *Reglur um notkun merkisins  
Beint frá býli*



Í janúar 2005 kom út skýrsla nefndar um heimasölu afurða og má segja að þá hafi verið lagðar línur um stofnun samtaka um heimavinnslu og sölu afurða beint frá bændum. Eftirfarandi tillögur voru meðal annarra lagðar fram:

- Að ferðaþjónustubændur og aðrir bændur, sem vilja nýta sér heimasölu búsafurða, efla með sér samtök til þess að skilgreina og fylgja eftir þeirri þörf sem hér virðist vera til staðar. Slíkt myndi auðvelda mótun og framkvæmd samræmdra reglna og einnig auðvelda neytendum viðbrögð við afurðunum (t.d. er varðar framleiðsluábyrgð, vörumerki o.fl.).

- Að samtökin sbr. tillögu a. (sjá hér fyrir ofan – innskot greinarhöfundar) gefi út handbók með öllum helstu upplýsingum varðandi lög og reglur sem í gildi eru. Til þess fái þau atbeina yfirumsjónar- og samræmingaraðila: embætti yfirdýralæknis og Umhverfisstofnunar, er geri grein fyrir því innan hvaða ramma starfsemi þessi er heimiluð og gefi ráð við gerð handbókarinnar.

- Að þeim aðilum sem vilja hefja heimavinnslu og sölu matvæla, verði gefinn kostur á tilhlýðilegum námskeiðum um viðfangsefnið. Kennslustofnanir í landbúnaði, Landbúnaðarháskóli Íslands og Hólaskóli þjóna hér mikilvægu hlutverki. Endurmenntunarsamningur Bændasamtaka Íslands við menntastofnanir landbúnaðarins er eðlilegur farvegur gagnvart starfandi ferðaþjónustuaðilum með þátttöku eftirlitsstofnana.

- Að samtökin sbr. tillögu a. leiti eftir fjármunum til að standa straum af ráðgjöf og þekkingarmiðlun um viðfangsefnið, t.d. með 5 ára verkefni sem verði á ábyrgð Bændasamtaka Íslands og/eða landbúnaðar- og umhverfisráðuneyta. Bent er í þessu sambandi á fjármagn samkvæmt búnaðarlagasamningi.

Premur mánuðum seinna, í apríl 2005, var sett á fót nefnd til að vinna að þessum málum og í dag hefur stórum áfanga verið náð. Beint frá býli stendur nú fyrir vörumerki og félagsskap fyrir heimavinnslu og milliliðalaus sölu frá viðkomandi bæjum.

### 2.1 Beint frá býli - gæðamerki

Matvæli eru viðkvæmur varningur og því mikilvægt að tryggja gæði vörunnar og örugga meðhöndlun allt frá vinnsluferlinu að borði neytenda. Því er gott samstarf við alla hagsmunaaðila mikilvægt, ekki síst við þá sem hafa eftirlit með matvælaframleiðslunni.

Margir bændur búa yfir mikilli þekkingu á framleiðslu-aðferðum og ósjaldan hefur sú þekking gengið mann frá manni í gegnum tíðina. Sú þekking er mikilvægur þáttur í þessu ferli en jafnframt er mikilvægt að leitað sé frekari fræðslu til að mæta þörfum samtímans. Þess vegna hefur verið sett upp námskeið fyrir bændur sem vilja ganga til liðs við Beint frá býli en markmiðið með því er jafnframt að aðstoða þá við að koma hugmyndum sínum í framkvæmd í samræmi við gildandi lög og reglugerðir.

Neytendur gera sífellt meiri kröfur um gæði og öryggi þeirrar vöru og þjónustu sem þeir greiða fyrir. Það er því mikilvægt í nánustu framtíð að halda vörð um gæðamerkið Beint frá býli og það gerum við með góðri samvinnu og samstarfi.

### 2.2 Reglur um notkun merkisins Beint frá býli

Merkið er gæðamerki til notkunar fyrir sveitabýli (lögbylí eða þjónustubýli) sem framleiða matvöru úr eigin hráefni á býlinu og selja beint til notanda. Áhersla er lögð á matvæli sem byggja á íslenskri matarhefð. Merkið má nota á umbúðir um vörur sem framleiddar eru og seldar á sveitabýlum, í auglýsingum um slíkar vörur, á auglýsingaskilti þar sem slíkar vörur eru seldar og á vegaskiltum þeirra bæja sem selja vörur beint frá býli.

Til að mega nota merkið *Beint frá býli* þarf að uppfylla eftirfarandi skilyrði:

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

- Að uppfylla opinberar kröfur og hafa gilt leyfi til starfseminnar.
- Að hafa tekið þátt í námskeiði á vegum verkefnisins *Beint frá býli*, eða aflað sér hliðstæðrar þekkingar með öðrum hætti.
- Að hráefni í vöruna komi að langmestu leyti frá viðkomandi býli, eða innan viðkomandi byggðarlags. Þar sem því verður ekki við komið er heimilt að nota aðfengið hráefni sem uppfyllir lög og reglugerðir.
- Að framleiðsla fari að stærstum hluta fram á býlinu. Þó geta nágrannabýli sameinast um framleiðslu og heimilt er að kaupa að sérhæfða þjónustu.
- Að matvörunar séu seldar beint til neytenda.
  - Heimilt er að selja vörur beint til neytanda á sveitamörkuðum og í gegnum Internetið.
  - Heimilt er að selja vörur beint til matsölastaða/gististaða milliliðalaust.
- Að gerast félagi í samstarfshópnum *Beint frá býli* og greiða hófleg árgjöld fyrir notkun á merkinu.

Sótt er um leyfi til notkunar á merkinu til stjórnar verkefnisins *Beint frá býli* á þar til gerðu eyðublaði. Uppfylli umsækjandi skilyrði til þátttöku gerir stjórn verkefnisins samning við umsækjanda þar sem tilgreindar eru þær vörur sem selja má undir merkinu *Beint frá býli*. Einnig koma fram í samningnum sölusvæði og önnur skilyrði sem framleiðandi þarf að uppfylla og viðbrögð við því ef ekki er staðið við samninginn.





3.1 Tæki og kunnátta

3.2 Dreifing matvara

3.3 Vörur

## 3 MATVÆLAFRAMLEIÐSLA Í SVEITUM

Um aldir voru íslensk sveitaheimili sjálfum sér nóg um flesta hluti, þar á meðal matvæli. Á heimilunum fór öll matvælaframleiðsla fram, jafnt öflun hráefna sem úrvinnsla. Þetta gjörbreyttist á 20. öldinni. Þá urðu mikil umskipti í íslensku þjóðfélagi, þéttbýlið blés út og sérhæfing gekk í garð á flestum sviðum. Matvælaframleiðslan fór ekki varhluta af þessum breytingum og fluttist að stærstum hluta frá heimilum til sérhæfðra matvælaframleiðslu- og vöruvæðingum.

Á síðustu árum hefur orðið vart ákveðinnar hreyfingar í gagnstæða átt. Með breyttum áherslum í landbúnaði og aukinni ferðaþjónustu hefur orðið til eftirspurn eftir matvællum framleiddum í sveitunum þar sem hráefnið verður til. En hvers konar matvörur er hentugt að framleiða til sveita?

### 3.1 Tæki og kunnátta

Tækni við framleiðslu matvara er mjög mismunandi frá einni vöru til annarrar. Í sumum tilvikum er framleiðslan hliðstæð almennri eldamennsku og má þar nefna sultugerð og bakstur, en í öðrum tilvikum er sérhæfingin meiri, svo sem í ostagerð og kjötvinnslu. Til sultugerðar þarf ekki margbrotin áhöld, pott, pressu, síu og vigt. Öðru máli gegnir til dæmis um framleiðslu á reykum pylsum eða ostum þótt einnig þar megi oft ná prýðilegum árangri án fullkomins tækjabúnaðar. Til þess að einfalda málið enn frekar eru sumir tækjaframleiðendur farnir að sérhæfa sig í búnaði fyrir sveitabýli.

Öll matvælavinnsla krefst nákvæmni og hreinlætis en sumar matvörur eru viðkvæmari en aðrar og krefst vinnsla þeirra sérstakrar aðgætni. Lög og reglur endurspeglu þennan mun því fyrir utan almennar reglur um framleiðslu, dreifingu og

merkingar matvara, gilda sérstakar reglugerðir um ákveðna vöruflokka, svo sem kjöt- og mjólkurvörur. Segja má að framleiðsla þessara vara krefjist enn meiri undirbúnings og vandvirkni en ella.

Í raun er ekkert því til fyrirstöðu að framleiða margvíslegar matvörur á sveitabýlum og þá ekki eingöngu til heimaneyslu heldur einnig til sölu. Fjölbreytninni eru lítil takmörk sett. Vönduð vara verður auðvitað ekki hrist fram úr erminni og framleiðsla matvæla krefst kunnáttu og tækjabúnaðar en það er engin ástæða fyrir áhugasama bændur að láta það letja sig. Hvort tveggja er hægt að verða sér úti um, búnaðinn og þekkinguna.

### 3.2 Dreifing matvara

Þegar komið er að því að velja matvöru til framleiðslu er nauðsynlegt að hugleiða strax í upphafi hvernig ætlunin sé að markaðssetja vöruna, hvort selja eigi hana í veitingasölu, í torgsölu eða jafnvel setja hana á almennan markað. Hvaða leið er farin í markaðssetningu hefur ekki aðeins mikil áhrif á frágang vörunnar, svo sem á umbúðir og merkingar, heldur einnig á samsetningu hennar. Grundvallaratriði er að matvörur séu prófaðar með tilliti til geymsluþols og vörunar síðan merktar í samræmi við það.

### 3.3 Vörur

Í töflu 1 eru dæmi um matvörur sem mætti framleiða á sveitabýlum og eru sumar þeirra nú þegar orðnar að söluvöru hjá íslenskum bændum. Upptalningin er augljóslega fjarri því að vera tæmandi.

Tafla 1. Yfirlit yfir matvörur

Mjólkurvörur	Fiskmeti	Grænmeti, krydd, ber
Ostar (harðir, mjúkir, mysuostar)	Fiskur, vatnafiskur, kældur, frystur	Grænmeti, hrátt, soðið, kælt, fryst
Jógúrt, skyr, ís	Reyktur fiskur	Grænmetisréttir
Broddmjólk	Hertur fiskur	Kryddjurtir, kryddblöndur, kryddsós
Kjötvörur	Siginn fiskur	Hvönn, fjallagrös, sól
Kjöt, grófhlutad, úrbeinað, kælt, fryst	Grafinn fiskur	Sultur, hlaup
Bjúgu, pylsur, kæfa	Brauð, korn og kornvörur	Jurtate
Reykt kjöt	Brauð, bakað, seytt, steikt	Aðrar vörur
Þurrverkað kjöt	Kökur, smákökur, lagkökur	Safar, saftir
Slátur	Korn, heilt, malað	Öl og aðrir áfengir drykkir
		Egg

4.1 *Umbúðir og merkingar*

4.2 *Öryggi og gæði*

4.3 *Innra eftirlit*



Á bak við hverja matvöru er mikil hugmynda- og þróunarvinna sem hefst þegar hugmynd kviknar og lýkur ekki fyrr en matvaran er tilbúin til dreifingar. Þessi vöruþróun tekur mislangan tíma. Stundum er um að ræða margreynda uppskrift að matvöru sem aðeins þarf að laga að framleiðslu og dreifingu en í öðrum tilvikum þarf að byrja frá grunni. Það er deginum ljósara að ef enginn markaður er fyrir tiltekna vöru er enginn tilgangur í því að framleiða hana. Því verður við vöruþróun að hafa stöðugt í huga hvort markaður sé fyrir hendi og hvaða kröfur væntanlegir kaupendur geri.

Jafnframt vöruþróuninni þarf að skipuleggja dreifingu vörunnar. Á að selja hana heima, í torgsölu eða jafnvel setja á markað? Sú leið sem farin er í dreifingu hefur ekki aðeins mikil áhrif á frágang vörunnar, svo sem á umbúðir og merkingar, heldur einnig á samsetningu hennar. Matvara sem neytt er jafnóðum er oft seld á almennum mörkuðum, til dæmis ís úr vél, nýr fiskur og svo framvegis. Aðrar matvörur geta hins vegar þurft að hafa langt geymslupól og því jafnvel þörf fyrir notkun aukaefna (þráa- og rotvarnarefna). Ef notuð eru bindi- og rotvarnarefni þarf að tryggja að þau séu leyfileg í matvælum samanber aukaefnareglugerð (285/2002) ásamt viðaukum. Hvert sem markmið vöruþróunar er þarf alltaf að prófa vöruna áður en hún er sett á markað. Þessar prófanir geta verið einfaldar en án prófana fæst ekki úr því skorið hvort þróunarvinnan hafi skilað þeirri vöru sem að var stefnt.

Nánari umfjöllun um hugmynda- og þróunarvinnuna er að finna í kafla 7: Frá hugmynd til framkvæmda.

## 4.1 Umbúðir og merkingar

Markmiðið með þökkun er að varðveita gæði og heilnæmi matvæla og koma í veg fyrir spillingu þeirra í flutningi og geymslu. Einnig er með þökkun hægt að draga umtalsvert úr rýrnun og kemur ávinningur sem af því hlýst á móti kostnaði við þökkunina. Þökkuð vara verður fyrir minni skakkaföllum en óþökkuð og þéttar umbúðir draga mjög úr rýrnun vegna uppgufunar. Þótt megintilgangur með umbúðum sé að verja vörur mengun og skemmdum felst mikilvægt viðbótarmarkmið í því að koma upplýsingum til

kaupenda og dreifenda og að gera vöruna aðlaðandi.

Rétt þökkunarefni eru lykilatriði ef þökkun á að takast vel, svo afurðirnar líti vel út og viðunandi geymslupól náist. Við val á þökkunarefni þarf að taka tillit til eiginleika mismunandi efna, svo sem styrkleika og hversu auðveldlega þau hleypla í gegnum sig raka og lofti. Umbúðum má skipta í nokkra flokka, pappambúðir, glerlát, málmumbúðir, plastumbúðir og samsettar umbúðir. Plastumbúðir eru mjög margbreytilegar að gerð og eiginleikum, enda í raun um fjölmörg mismunandi efni að ræða.

Allir matvælaframleiðendur sem hyggja á dreifingu matvæla í verslanir þurfa að uppfylla sérreglur um umbúðir og merkingar. Jafnvel þegar matvara er seld óþökkuð þarf innihaldslýsing að liggja fyrir svo hægt sé að upplýsa kaupendur um samsetningu vörunnar. Upplýsingar um umbúðir og merkingar má finna á heimasíðu Umhverfisstofnunar ([www.ust.is/Matvaeli/Merkingar](http://www.ust.is/Matvaeli/Merkingar)).

## 4.2 Öryggi og gæði

Öll matvælavinnsla krefst nákvæmni og hreinlætis en sumar matvörur eru viðkvæmari en aðrar og krefst vinnsla þeirra sérstakrar aðgætni. Lög og reglur endurspeglu þennan mun því fyrir utan almennar reglur um framleiðslu, dreifingu og merkingar matvara gilda sérstakar reglugerðir um ákveðna vöruflokka svo sem kjöt- og mjólkurvörur. Það má segja að framleiðsla þessara vara krefjist enn meiri undirbúnings og vandvirkni en ella.

Lykilatriðið við heimavinnslu matvara felst í því að færa vinnsluna út úr eldhúsunum í sérherbergi og aðskilja þannig vinnslu og heimilishald. Mikil hætta er á krossmengun ef heimiliseldhús er notað fyrir matvælavinnslu. Sem dæmi má nefna að ef kartöflur og grænmeti er hreinsað í eldhúsvaski, geta jarðvegsbakteríur auðveldlega borist í aðrar matvörur sem unnar eru í sama eldhúsi.

Ekki er nauðsynlegt að fara út í kostnaðarsama uppbyggingu heldur má byrja smátt með því að innrétta eitt herbergi eða

bílskúr og setja upp vinnuborð, vask og handlaug. Ennfremur þurfa veggir og gólf að vera slétt og auðþrífanleg. Til að auðvelda framleiðslu í litlu húsnæði má aðskilja ólíka vinnsluþætti með því að framkvæma þá á mismunandi tíma í sama rými. Þá er framleiðslan til dæmis skipulögð þannig að vinnslan fer fram einn dag og varan flutt í kæli til geymslu. Því næst er vinnusvæðið þrifið. Daginn eftir er svo vörinni pakkað í sama vinnslusal.

Við geymslu eiga margvíslegar breytingar sér stað í matvælum og útilokað að stöðva þær allar. Jafnvel þótt takist að halda örveruvexti í skeljum eiga sér stað með tímanum aðrar breytingar, svo sem á lit og áferð, þrúnun og niðurbrot næringarefna.

Matvörur eru misviðkvæmar. Geymsluþolið getur verið mælt í dögum, mánuðum og jafnvel árum. Oft er ekki augljóst hvert geymsluþol tiltekinnar matvöru er en gjarnan er miðað við þann tíma sem hún er söluhæf í viðum skilningi. Er þá tekið tillit til skemmda, heilnæmis, bragðgæða og fleiri þátta.

### 4.3 Innra eftirlit

Ekki þarf mikið ímyndunarafl til að sjá að það getur verið hættuspil að borða eitthvað sem ekki hefur verið framleitt við heilnæmar aðstæður. Ekki bætir úr skák að neytendur matvæla eru venjulega ekki í aðstöðu til að meta heilnæmi vörunnar. Það sést ekki hvort matvara inniheldur sjúkdómsvaldandi bakteríur. Af þessum sökum er nauðsynlegt að allir framleiðendur matvæla tileinki sér nákvæm vinnubrögð til að tryggja heilnæmi framleiðsluvörunnar. Þessar vinnureglur mynda kerfi sem nefnist innra eftirlitskerfi.

Innra eftirlit er eftirlit á vegum framleiðanda eða dreifanda í þeim tilgangi að tryggja gæði, öryggi og hollustu matvæla og að vörurnar uppfylli að öðru leyti þær kröfur sem til þeirra eru gerðar. Innra eftirlit er fyrirbyggjandi aðferð. Matvælafyrirtæki eru flokkuð með tilliti til áhættuþátta og kröfur til innra eftirlits taka mið af áhættu matvæla og greiningu áhættustaða í framleiðslunni.

Innra eftirlitskerfi þarf alls ekki að vera viðamikil en það þarf að lágmarki að innihalda eftirfarandi:

*Skriflega hreinlætisáætlun. Þar kemur fram hvað beri að þrifa, svo sem veggir, gólf og tæki, hversu oft þarf að þrifa, hvaða hreinsiefni skal nota og hvernig er þrifið, tilhögun meindýravarna og fleira. Hreinlætisáætlanir þurfa ekki að vera flóknar og oft aðstoða seljendur hreinsiefna við gerð þeirra.*

*Skriflegt eftirlit með hitastigi. Hitastig í kælum þarf að skrá að minnsta kosti einu sinni á dag. Best er að gera það í upphafi vinnudags og dugar að nota einfalt blað með reitum fyrir dagsetningar og hitastigsskráningar.*

*Skriflegt móttökueftirlit. Þar er yfirlit um vörflokka og sagt hvaða þætti á að skoða við vörmóttöku (magn, útlit, dagsetning, hitastig, niðurstaða).*

*Áætlun um þjálfun starfsfólks. Í öllum matvæla-fyrirtækjum þarf lágmarkskunnátta í meðhöndlun matvæla að vera fyrir hendi, svo sem hvernig komið er í veg fyrir mengun matvæla af völdum baktería og hvernig komið er í veg fyrir fjölgun baktería.*

Á heimasíðu Umhverfisstofnunar ([www.ust.is/Matvaeli](http://www.ust.is/Matvaeli)) má finna margvíslegar leiðbeiningar um innra eftirlit í matvælafyrirtækjum.

## Mikilvægt að hafa í huga

Krossmengun kallast það þegar bakteríur berast beint eða óbeint á milli matvæla. Algengast er að hún gerist með eftirfarandi hætti:

*Bein mengun milli matvæla, til dæmis með kjötsafa frá hráu kjöti í soðin matvæli eða tilbúna rétti. Til þess að koma í veg fyrir að þetta gerist verða hráar og soðnar/tilbúnaðar matvörur að vera aðskildar allan tímann frá móttöku/matreiðslu að afhendingu. Einnig skal aðskilja ópakkað kjöt og fisk.*

*Mengun frá tækjum. Bakteríur geta hæglega fjölgað sér á óhreinum áhöldum og í skorum á yfirborði tækja og búnaðar. Ef hreinsun og þrif eru ekki fullnægjandi berast þessar bakteríur í matvæli. Þetta getur til dæmis gerst þegar sami hnífur og skurðarbretti er notað við að skera hrátt kjöt og hrásalat og áhöldin ekki þrifin á milli.*

*Mengun frá vinnuflötum. Ef kassar sem eru á gólfi eru settir upp á borð berast bakteríur af gólfinu í þær matvörur sem snerta borðið.*

*Mengun frá fólki. Bakteríur geta hæglega borist milli hrárra og soðinna matvæla með höndum starfsmanna. Til dæmis getur starfsfólk borið bakteríur frá hráu kjöti yfir í áleggsskinku ef hendurnar eru ekki þvegnar á milli.*

Það er sérstaklega varasamt ef hættulegar bakteríur berast í tilbúin matvæli sem ekki eru hitameðhöndluð fyrir neyslu, svo sem í tilbúna rétti, hrásalat og álegg. Þegar maturinn er tilbúinn til neyslu er komið inn fyrir síðustu varnarlinuna því hann verður ekki hitaður eða meðhöndlaður frekar.

### Rekjanleiki:

*Rekjanleiki matvöru er mat á því hversu langt er hægt að rekja hana til hráefna og íblöndunarefna sem notuð voru til framleiðslu hennar. Ef um er að ræða kjöt þá er rekjanleikinn fullkominn ef hægt er að rekja kjötið til ákveðins grips hjá bónda. Rekjanleiki verður sífellt mikilvægari fyrir fyrirtæki, yfirvöld og kaupendur.*

### Leiðbeiningar fyrir handþvott:

*Bleytið vel hendur undir heitu rennandi vatni, helst yfir 40°C.*

*Löðrið hendur í sápu og nuddið þeim vel saman og strjúkið með sápunni upp fyrir úlnlið.*

*Þvoið rækilega milli fingra og skrúbbið fingurgóma og undir neglur með naglabursta*

*Skolið sápu af með rennandi vatni.*

*Þurrkið hendur með einnota pappírspurrkum.*

*Sóttthreinsið hendurnar með sóttthreinsivökva eða -geli.*

*Örverur berast auðveldlega með hönskum. Þá þarf að þvo og sóttthreinsa eins og hendurnar. Þótt hanskar séu heilir er ekki þar með sagt að þeir séu hreinir!*

*Með hreinlæti forðumst við að flytja örverur úr umhverfinu í matvælin og með hitastigsstjórnun komum við í veg fyrir að þær fjölgi sér.*

### Kalt og heitt!

*Ef geyma á matvæli, hvort sem er í matvælavinnslu eða veitingahúsarekstri, verður að tryggja að það sem á að vera kalt sé vel kalt og það sem á að vera heitt sé vel heitt. Þarna eru engar málamiðlanir ásættanlegar. Heitum mat skal halda heitum við hitastig yfir 60°C. Við upphitun matvæla þarf hitastigið að ná að minnsta kosti 75°C. Kældum mat skal halda köldum við hitastig undir 4°C. Frosna matvöru skal geyma við hitastig undir -18°C.*

5.1 Héraðsbundin matvælaframleiðsla er auðlind

5.2 Matarkistan Skagafjörður



Matur og matargerðarlist er hluti af menningu þjóða. Ekki má gleyma því að ræktun/öflun hráefnis, verkun og vinnsla matvæla er hluti af verkmenningu. Íslendingar hafa líkt og aðrar þjóðir sína menningu og hefðir í matvælavinnslu og matargerð.

Þekking almennings á íslenskri matargerð eins og hún hefur verið stunduð gegnum aldirnar hefur dvínað í seinni tíð. Það má meðal annars rekja til innflutnings á matarmenningu annarra þjóða sem hefur orðið vinsæl á undanförunum árum og áratugum. Undanfarið hafa þó sjónir fólks beint í auknum mæli að þessu vannýtta sviði menningar þjóðarinnar. Tengist það ekki síst aukinni ferðapjónustu í landinu þar sem krafan um nýjungar í vöru og þjónustu er stöðugt fyrir hendi.

## 5.1 *Héraðsbundin matvælaframleiðsla er auðlind*

Í héruðum landsins fer víða fram öflug matvælaframleiðsla og -vinnsla, tengd láði og legi. Lögð hefur verið áhersla á hreinleika umhverfis og öryggi og gæði framleiðslunnar. Telja Íslendingar sig standa jafnfætis ef ekki framar öðrum þjóðum hvað þetta varðar – og víst er að hugmyndin um matvælaframleiðslu í fámennu og hreinu umhverfi ætti að virka í heimi þar sem mengun af ýmsu tagi er sívaxandi vandamál.

Þetta tvennt, menningararfurinn og matvælaframleiðsla nútímans, skapar kjörið tækifæri fyrir þá sem veita ferðapjónustu og aðra sem geta haft hag af slíku. Mikilvægt er að geta fært hefðirnar í búning sem hentar nútímafólki og ekki binda sig um of við fortíðina þó sagan verði vissulega að fylgja og geri vöruna meira spennandi.

Leiða má líkum að því að þekking á verklagi og hefðum í matargerð hafi, þegar á heildina er litið, varðveist best í hinum dreifðu byggðum landsins. Þó svo íslensk matargerð hafi um margt verið lík frá einu landshorni til annars má finna héraðsbundna sérstöðu ef vel er að gáð. Slíkt er hægt að nýta í markaðssetningu.

Hugmyndafræðin, að selja matvöru *beint frá býli*, hefur notið mikilla vinsælda erlendis og verið í sókn í nágrannalöndunum. Aðskilnaður neytenda frá framleiðendum hefur einkennt matvælamarkaðinn á undanförunum áratugum og er svo enn. Oft er engin leið að sjá hvar viðkomandi matvæli eru framleidd eða við hvaða aðstæður. Vörur *beint frá býli* eru nokkurs konar svar við þessari þróun. Sívaxandi hópur neytenda óskar eftir upplýsingum um uppruna vörunnar og öryggi hennar. Þá kryddar það upplifun ferðamanna að kynnst atvinnuháttum og menningu þess samfélags sem þeir heimsækja á ferðalagi.

Svokölluð *matarferðapjónusta*, þar sem matur og matargerðarlist eru notuð sem aðráttarafi á ferðamenn, er ein af nýjungunum á borðum ferðapjónustunnar. Maturinn er ekki einungis nýttur til að seða svanga ferðalanga, heldur er matarmenning og matvælaframleiðsla svæða nýtt jafnt sem aðráttarafi og hrein afþreying fyrir ferðamenn. Að selja vöru *beint frá býli* er *matarferðapjónusta* þar sem neytandinn kaupir ekki „nafnlaus“ matvæli heldur merka sérvöru. Í kaupbæti fær hann upplifunina við það að kynnst uppruna vörunnar, umhverfinu og jafnvel framleiðandanum sjálfum. Slíkt er söluvænt en til þess að svo sé þarf að tryggja að kaupandinn fái upplýsingar um hvað hann er með í höndunum.

Í þessu samhengi er það hugmyndaflugið sem gildir. Framsetning vörunnar, hvort sem er beint á borð fyrir neytandann eða í umbúðum, skiptir máli. Það er hægt að selja matvæli sem minjagrip og það er hægt að selja menningu gegnum matvæli. Að selja *beint frá býli* þarf ekki endilega að fara fram á býlinu sjálfu, nágrannar geta haft samvinnu um markaðssetningu og sölu. Samvinna við veitingahús og mötuneyti á svæðinu kemur til greina og fólk getur tekið sig saman um að standa fyrir markaði þar sem boðið er upp á matvæli af svæðinu, ef til vill kryddað með fleiru, til dæmis söng, dýrasýningu fyrir börnin, sýnikennslu í matargerð eða einhverju sem tengist samfélagsmynd svæðisins í fortíð og nútíð. Þetta vekur athygli en mikilvægt er að koma því á framfæri við viðskiptavininn hvers konar vara er á boðstólnum. Það er hægt með merkingum eða beinum samskiptum. Það sem gildir er að ná athygli kaupandans og leggja áherslu á þá sérstöðu sem í boði er.

## 5 MATUR ÚR HÉRAÐI

Samvinna getur verið til hagsbóta fyrir svæðið í heild og orðið til þess að styrkja einstök framleiðslufyrirtæki, jafnvel þó lögð sé áhersla á sérstöðu hvers og eins. Í eftirfarandi kafla verður lýst dæmi um slíkt samstarf hérlendis.

### 5.2 Matarkistan Skagafjörður; svæðisbundið þróunarverkefni

Í ársbyrjun 2004 fór af stað þróunarverkefnið *Matarkistan Skagafjörður* í samstarfi Ferðamáladeildar Hólaskóla og Háskólans í Guelph í Kanada. Þátttakendur í verkefninu eru matvælaframleiðendur og ferðaþjónustuaðilar í héraðinu. Höfuðmarkmið verkefnisins er að þróa matarferðaþjónustu í dreifbýli. Skagafjörður er um margt ákjósanlegt svæði fyrir slíka þróun því það er blómlegt landbúnaðarhérað, þar er fjölbreytt matvælaframleiðsla og ferðaþjónusta fer þar vaxandi.



Meginmarkmið verkefnisins er að gera matvælaframleiðsluna í héraðinu sýnilegri, um leið og maturinn er nýttur sem aðdráttarafli fyrir ferðamenn. Þannig verður ákveðin markaðssetning á matvælunum í gegnum ferðamanninn

á sama tíma og ferðaþjónustuaðilar nýta matinn til að skapa sér sérstöðu. Þessar tvær atvinnugreinar ná að styðja þannig hvor aðra til hagsbóta fyrir báðar og héraðið í heild.

Í raun er hér um að ræða vöruþróun. Varan er Skagafjörður þar sem framleidd eru gæða matvæli og boðið er upp á fjölbreytni í ferðaþjónustu. Í verkefninu er lögð áhersla á staðbundið hráefni annarsvegar og skagafirskar hefðir í matargerð hins vegar.

Sumarið 2004 var gerð könnun meðal innlendra og erlendra ferðamanna í Skagafirði þar sem kannað var viðhorf þeirra til staðbundinna matvælaframleiðslu og hefða í matargerð. Í ljós kom að meirihluti aðspurðra eða milli 70 og 90 prósent höfðu áhuga á að kynna og fá að smakka staðbundinn mat. Lítil munur var á viðhorfi innlendra og erlendra ferðamanna og gáfu þessar niðurstöður sterkar vísbendingar um sóknarfæri á þessu sviði.


Hannað var merki strax í upphafi til þess að gera verkefnið sýnilegt og styrkja markaðssetningu innan héraðs og utan. Merkinu er ætlað að hafa skírskotun, bæði til matar og svæðisins. Eyjan Drangey er í forgrunni merkisins en hún var fyrr á tímum matarkista Skagafirðinga. Sem dæmi um notkun merkisins má nefna að matvælaframleiðendur í Skagafirði hafa notað merkið til að merkja sínar framleiðsluvörur og réttir úr skagafirsku hráefni hafa verið merktir sérstaklega á matseðlum veitingastaða í héraðinu.

Flest matvælaframleiðendur og veitingastaðir í Skagafirði taka þátt í verkefninu. Í því starfar forystuhópur sem í sitja 6 af þátttakendum. Hlutverk þessa hóps er að koma með tillögur varðandi framkvæmd verkefnisins og miðla upplýsingum til annarra þátttakenda.



Auk þess að vekja athygli á og kynna skagfirskan mat fyrir heimamönnum og gestum eru í mótun hugmyndir um hönnun matarslóða fyrir héraðið þar sem fólk yrði leiðbeint um hvar það getur fengið keyptan mat framleiddan á svæðinu, unnin og/eða matreiddan samkvæmt skagfirskum hefðum. Áhugi er einnig fyrir því að safna gögnum varðandi skagfirska matarhefð og matargerð, gera skagfirskar matreiðslubók og fleira sem gæti aukið gildi verkefnisins og nýst þátttakendum við vöruþróun í fyrirtækjum sínum.

Ávinningurinn verkefnisins er m.a. aukin fjölbreytni á sviði ferðaþjónustu í dreifbýli, þar sem leitast er við að gera hlut íslenskrar matvælaframleiðslu og matargerðarhefða stærri í ört vaxandi atvinnugrein. Til lengri tíma litið getur slíkt verkefni haft jákvæð áhrif á efnahag svæðisins þar sem viðkomandi atvinnugreinar styðja hver aðra.

- 
- 6.1 *Kjötvinnsla/slátrun*
  - 6.2 *Egg og eggjaafurðir*
  - 6.3 *Mjólkursamlög, mjólk og mjólkurvörur*
  - 6.4 *Lífræn framleiðsla og sala afurða*
  - 6.5 *Sjávarfang*
  - 6.6 *Sultur og hunang*
  - 6.7 *Grænmeti, kartöflur, jurtir, ávextir og ber*
  - 6.8 *Áfengir drykkir*
  - 6.9 *Brauð- og kökugerð*

## 6.1 Kjötvinnsla/slátrun

Hér á landi eru lög varðandi rekstur sláturhúsa einhlít. Löggjöfin er ekki tvískipt eins og þekktist í sumum nágrannalöndum okkar, svo sem í Noregi og Svíþjóð þar sem til hafa verið sérstakar reglur fyrir rekstur smárra sláturhúsa sem mega einungis framleiða fyrir innanlandsmarkað og svo almennar reglur fyrir EU vottuð sláturhús sem framleiða til útflutnings auk innanlandsmarkaðar. Reyndar skal það nefnt að í íslenski löggjöf er að finna ákvæði sem leyfir bændum að slátra til eigin nota.

*Íslenskir bændur sem vilja stunda slátrun, kjötvinnslu og sölu afurða þurfa að uppfylla sömu skilyrði og gerð eru til venjulegra sláturhúsa en kröfurnar byggja á lögum 96/1997 og reglugerð 461/2003 en þar segir meðal annars að slátrun skuli fara fram í löggiltu sláturhúsi.*

### 6.1.1 Slátrun - sláturhús

Meðal helstu krafna til sláturhúsa er að þau séu löggilt, þar með talið að kæling og frysting afurða fari fram í viðurkenndum kælum og frystum og geymsla þeirra í viðurkenndum kæligeymslum og frystigeymslum. Í lögnum (96/1997) er kveðið á um að þeir sem hyggist byggja hús til slátrunar, úrvinnslu eða geymslu sláturafurða, eða gera meiriháttar breytingar og endurbætur á slíkum húsum, skuli senda landbúnaðar-ráðuneytinu teikningar af húsunum og fá þær samþykktar áður en framkvæmdir hefjast. Sláturhús skulu einnig uppfylla ákvæði reglugerðar nr. 798/1999 um fráveitur og skólp. Í lögnum segir enn fremur að í hverju sláturhúsi skuli að öðru jöfnu starfa maður með slátramenntun.

Í lögnum er kveðið á um heilbrigðisskoðun á sláturdýrum fyrir slátrun og mega ekki líða nema 12 tímar frá skoðun til slátrunar, þó með mögulegri undantekningu ef sérstakar reglur um upplýsingar um eldi, heilbrigði og lyfjagjöf eru uppfylltar. Þá á

kjötsskoðunarlæknir að skoða og merkja sláturafurðirnar fyrir frekari vinnslu. Löggjöfin krefst með öðrum orðum nánast að það sé dýralæknir til staðar meðan slátrað er og er viðkomandi jafnframt ætlað að fylgjast með umgengni og þrífum og meðferð afurða, þar með talið kælingu, frystingu, hlutun, brytjun, pökkun, merkingu og hleðslu flutningatækja. Sláturleyfishafar standa straum af kostnaði við heilbrigðiseftirlit gegnum gjald af öllu innvegnum kjöti, það er ákveðinni upphæð á hvert kíló af kjöti.



Sláturleyfishafar eiga að starfrækja innra eftirlit samkvæmt reglugerð nr. 40/1999, um innra eftirlit í sláturhúsum og kjötpökkunarstöðvum. Kjötsskoðunarlæknir á að fylgjast reglulega með innra eftirliti sláturhúsa.

Almennar kröfur um byggingar og búnað sláturhúsa, kjötfrystihúsa, kjötpökkunarstöðva og dreifingarstöðva eru tíundaðar í viðaukum reglugerðar 461/2003 en þar segir meðal annars að gólf skuli lögð slitsterku efni sem auðvelt er að þrifa og þannig að vatn renni greiðlega að niðurföllum sem skulu með vatnslásum og ristum. Veggir eiga að vera sléttir, slitsterkir og vatnspéttir, klæddir ljósum efnum sem auðvelt er að þvo og sótthreinsa. Mót veggja og gólfs skulu aflíðandi. Hurðir eiga að vera úr slitsterku, auðþrifa og einangrunarefni eiga að vera lyktarlaus og tæringarþolin, loftræstingin á að vera þannig að ekki setjist þéttivatn á loft, veggir og innréttingar og að ekki berist loft milli mengaðs og ómengaðs svæðis. Lýsingin á að vera fullnægjandi og með réttum ljóslitum. Loftklæðningu á að vera auðvelt að þrifa og sótthreinsa. Þá á að vera búnaður til varnar meindýrum, svo sem skordýrum, rottum og músum. Tæki og búnaður á að vera úr tæringarþolnum, ryðvörðum eða ryðfríum efnum sem auðvelt er að þrifa. Fletir sem snerta afurðir eiga að vera sléttir. Í reglugerðinni er margt fleira talið upp, svo sem ílát, geymslur, kælibúnaður sem tryggir hitastig í vinnslusölum við skurð, úrbeiningu og pökkun á fersku kjöti á aldrei að fara yfir 12°C, vatn á að vera með

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

neysluvatnsgæðum, ákvæði eru um meðhöndlun á úrgangi, aðstöðu fyrir kjötskoðunarlækni, aðstöðu fyrir heilbrigðiseftirlit, búningsherbergi og margt fleira.

Ferskt kjöt skal kæla strax eftir skoðun við slátrun og skal kjarnhiti í kjötskrokkum og skrokkhlutum vera minni en 4°C í kindakjöti og svínakjöti 24 tímum eftir slátrun og 48 tímum eftir slátrun í stórgripakjöti eigi að dreifa kjötinu og selja það kælt.

*Þróunin undanfarin ár hefur verið aukin samþjöppun á sláturmarkaði, færri og stærri vinnslueiningar og er það ekkert einsdæmi hérlendis því sama þróun hefur verið í gangi í nágrennalöndunum.*

*Þessi samþjöppun þýðir að dýr eru flutt um lengri veg til slátrunar, árstíðabundin vinna leggst af í sumum sveitarfélögum en eflist í öðrum.*

*Erlendis þekkjast dæmi um að brugðist hafi verið við þróuninni með rekstri færanlegra sláturhúsa og í Noregi eru menn með tvær tegundir sláturhúsa, hús sem slátra einungis fyrir heimamarkað og svo sláturhús með útflutningsleyfi sem uppfylla kröfur ESB.*

*Sem dæmi um drifkrafta að baki þeirri þróun sem verið hefur í gangi má nefna að íslenska ríkið samþykkti á sínum tíma að greiða 170 milljónir í bætur fyrir úreldingu sláturhúsa á árunum 2003 og 2004 í þeim tilgangi að auka hagkvæmni og lækka sláturkostnað.*

### 6.1.2 Kjötvinnsla - úrbeining, söltun, reyking og fleira

Vegna margháttaðra krafna um eftirlit og búnað kann að vera hagkvæmast fyrir heimavinnslubændur að kaupa slátrun hjá löggiltu sláturhúsi. Ef bændur velja að láta slátra í löggiltu sláturhúsi og taka síðan afurðirnar heim

til frekari fullvinnslu heima á bænum þarf starfsleyfi fyrir slíkt og hér eru það matvælalöggin 195/93 (og reglugerð 522/1994) sem móta kröfurnar.

Bóndi sem hefur áhuga á að vinna eigið kjöt og selja beint til neytenda getur gert slíkt með því að taka kjötið heim frá löggiltu sláturhúsi. Húsnæðið þar sem kjötvinnslan fer fram, svo sem úrbeining, þurrkun, söltun, kryddun, reyking, pökkun, merking og svo framvegis, þarf að uppfylla ákvæði matvælaeignarreglugerðar sem fjallað var um í fyrri kafla (vatnsheld, varanleg efni, auðþrífanleg og margt fleira samanber viðauka matvælaeignarreglugerðar). Þá þarf starfsleyfi til rekstrarinn en þar er meðal annars gerð krafa um starfrækslu kerfisbundins innra eftirlits samanber umfjöllun að framan.

Meðal annarra helstu krafna til kjötvinnsla má nefna að matvælaframtæki eiga að vera tengd vatnsveitum með starfsleyfi og þar skal ætíð nægilegt magn af vatni ásamt aðstöðu til að skola og hreinsa matvælin. Þá gildir að í vinnslusölum þar sem fram fer skurður, úrbeining og pökkun á fersku kjöti á hitastig ekki að vera hærra en 12°C. Með fersku kjöti er hér átt við kjöt í heilum skrokkum eða skorið og/eða úrbeinað til frekari vinnslu. Kjöt þetta má einungis hafa verið kælt eða fryst til að tryggja geymsluþol.

Um kæli- og frystibúnað í matvælavinnslu gildir almennt:

- Hitastig skal vera þannig að kælivörur haldist við 0-4°C og frystivörur við -18°C eða lægra.

- Hitamælar skulu vera til staðar og þá skal prófa og stilla reglulega.

- Vöruhleðsla skal vera í samræmi við þau mörk sem framleiðendur búnaðarinn setja.

- Fullnægjandi aðskilnaður skal vera á milli ópakaðra, viðkvæmra matvæla (svo sem kjöts og fisks) og á milli soðinna og ósoðinna matvæla.

Þess skal gætt að kjöt og kjötvörur sem unnið er með

sé ekki lengur utan kæli- og/eða frystiklefa en brýna nauðsyn ber til. Kjarnahiti í vörunni skal aldrei vera hærra en 7°C nema um sé að ræða sérstaka meðferð svo sem sóltun, reykingu eða suðu.

Þeir sem ráðast í reykingu matvæla þurfa meðal annars að ráða yfir góðum kæligeymslum til að geyma kjötvörurnar fyrir og eftir reykinguna. Reyking getur verið framkvæmd á marga vegu, svo sem heitreyking (70-90°C), kaldreyking (undir 30°C), volgreying (30-50°C), flotreyking og fleira. Á markaðnum er til mikill fjöldi reykofna af ýmsum stærðum og gerðum sem hentað geta litlum sem stórum fyrirtækjum. Hérlendis hafa einnig verið útbúnir reykofnar/reykkofar í nokkrum mæli og er fólk bent á að ræða við heilbrigðisfulltrúa um hvort slík aðstaða fái samþykkt.

Við markaðssetningu og merkingu á kjötvörum er meðal annars nauðsynlegt að uppfylla kröfur reglugerðar 331/2005 um kjöt og kjötvörur. Þar er meðal annars fjallað um flokkun og samsetningu kjöts og kjötvara hérlendis.

Reykingaraðferðir.

Tvær meginaðferðir eru notaðar við reykingu matvæla og kallast þær kald- og heitreyking. Munurinn felst fyrst og fremst í mismunandi hitastigi í reykklefa:



- *Kaldreyking:* Í kaldreykingu er oft miðað við að hitastigið í reykklefanum sé undir 30 °C. Aðferðin er meðal annars notuð við reykingu á hangikjöti og silungi.

- *Heitreyking:* Í heitreykingu er hitastigið í reykklefanum haft 70-90°C til að tryggja að hitastigið í matvæluunum fari yfir 60°C. Síld og vínarpylsur eru dæmi um heitreyktar matvörur.

Sumar afurðir eru reyktar við millihátt hitastig eða 30-50°C. Skinka og beikon eru dæmi um matvörur sem eru reyktar með þeirri aðferð.

*Austurlamb.*

Á árinu 2004 stóð Sláturfélag Austurlands að stofnun Austurlambs en það eru regnhlífarsamtök nokkurra austfirskra bænda sem riðu á vaðið hérlendis og tóku að bjóða neytendum þann valmöguleika að kaupa kjötvörur beint af ákveðnum sveitabæjum með nútíma tölvutækni. Féð sem boðið er undir merkjum Austurlambs er í mörgum tilvikum sérvalið, til dæmis gimbrar í ákveðnum þyngdarflokki. Slátrunin fer fram á vegum Norðlenska á Húsavík en þar er haldið sérstaklega utan um skrokkana og þeir síðan sendir til Egilsstaða þar sem kjötið er sagað niður og því pakkað í viðeigandi neytendaumbúðir, sérmerкта kassa með mynd frá viðkomandi býli og vörumerki Austurlambs. Með þessu fyrirkomulagi yfirtaka bændurnir nokkra þætti í virðisaukakeðjunni og auka þannig sölutekjur sínar. Í hnotskurn má segja að sérstaða Austurlambs hafi til þessa falist í að búa til nýja söluleið á Íslandi, gegnum internetið, auk þeirrar nýbreytni að gefa fólk möguleika á að velja framleiðandann. Vörurnar hafa notið mikilla vinsælda og bændurnir hafa naumlega náð að anna eftirspurninni.

### 6.1.3 Hreindýrakjöt

Í lögum nr.96/1997 (og reglugerð nr.637/2005) er fjallað um verkunarstöðvar fyrir hreindýrakjöt. Markmið lagasetningarinnar er að tryggja að hreindýraafurðir séu öruggar til neyslu.

Í reglugerðinni er kveðið á um að hreindýraafurðir sem dreifa á og selja á almennum markaði skuli verkaðar, unnar og geymdar í löggiltum verkunarstöðvum með viðurkenndum kæli- og kjötfrystigeymslum.

Landbúnaðarstofnun veitir starfsleyfi og hefur eftirlit með starfsemi verkunarstöðva.

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

Meðal helstu krafna er að til staðar sé innra eftirlit. Dýrin sem unnin eru eiga að vera af löglega skotnum dýrum og hafa fengið viðunandi kælingu. Kjötið á að heilbrigðisskoðast af kjötskoðunarlækni.

Kröfur til aðstöðu eru tíundaðar nokkuð í reglugerðinni. Meðal annars á yfirborð gólfs að vera slitsterkt, slétt og auðþrífanlegt. Þá eiga að vera hreinlætistæki og aðstaða til sótthreinsunar á handverkfærum. Vatn á að vera af neysluvatnsgæðum, loftræsting og lýsing eiga að standast kröfur. Hitastig í kælum skal vera 0-4°C og í geymslum fyrir frosið kjöt skal hitastig vera -18°C eða lægra.

### 6.1.4 Fuglakjöt

*Fjalladýrð ehf.*

*Möðrudalur er hæsta byggða ból á Íslandi og þar hafa Vilhjálmur bóndi og fjölskylda vakið verðskuldaða athygli á undanförunum árum fyrir rekstur ferðaþjónustufyrirtækisins Fjalladýrðar sem býður vel búið tjaldsvæði, gistingu í uppþúnum rúmum að ógleymsdu Fjallakaffi sem er í senn kaffihús, veitingahús og verslun. Þau hafa verið brautryðjendur í heimavinnslu og sölu beint til neytenda en fyrirtækið býður hið landspekkt Möðrudalskjöt auk hins vinsæla reykta geitakjöts. Vörurnar hafa bókstaflega flogið út, það er til neyslu í veitingahúsinu á staðnum en einnig beint til einstaklinga og fáeinna stærri viðskiptavina. Framleiðslan felst í að kjöt af sláturfé frá Möðrudal er tekið heim frá sláturhúsi og unnið og reykt í kjötvinnslunni á staðnum en Fjalladýrð er með leyfi fyrir kjötvinnslu og reykingu. Vilhjálmur segir að hann fái mikið meira fyrir afurðirnar með fullvinnslunni sem dregur auk þess að fleiri ferðamenn.*

Í lögum nr. 64/1994 um vernd, friðun og veiðar á villtum fuglum og villtum spendýrum (og reglugerð 456/1994) er fjallað um hvaða fugla megi veiða og hvenær, hvaða vopn sé heimilt að nota og hvaða hjálpartæki.

### 6.2 Egg og eggjaafurðir

Egg eru kjörnar heimavinnsluafurðir þar sem slíkt á við. Meðal áhugaverðra markaðsmöguleika má nefna sölu til ferðaþjónustuaðila, á veitingahús, í ferðamannafjós, sveitaverslanir, til stofnana og skóla í nærumhverfinu, sölu gegnum Internetið og áskriftarsölu.



Um framleiðslu og sölu á eggjum og eggjaafurðum gilda nokkur lög og reglugerðir, svo sem búnaðarlög, lög um búfjárhald, lög um dýravernd og fleiri. Enn fremur gilda lög nr. 93/1993, matvælalögin, um svona starfsemi ásamt matvælaogreglugerð nr. 522/1994. Stærð framleiðslueiningarinnar mótar nokkuð þær lagakröfur sem þarf að uppfylla en það er reglugerð 251/1995 um aðbúnað og sjúkdómavarnir á alifuglabúum og útungunarstöðvum sem helst mótar reglurnar varðandi eggjaframleiðslu.

Það er héraðsdýralæknir sem hefur umsjón með eftirliti með alifuglabúum fyrir hönd Landbúnaðarstofnunar samkvæmt reglugerð 251/1995 en undanskilin frá þeirri reglu eru þó bú með færri en 50 fugla eða ársframleiðslu sem svarar 800 kílóum af eggjum. Þegar heimavinnsla og sala beint frá býli eru höfð í huga kann eftirlitið að tengjast starfsleyfi og eftirliti heilbrigðiseftirlits, það er um leið og eggin eru orðin verslunarvara í matvælageiranum. Verðandi frumkvöðlar þurfa að ræða við héraðsdýralækni og/eða heilbrigðisfulltrúa um kröfurnar.

Til eggjaframleiðenda eru gerðar töluverðar kröfur samkvæmt reglugerð 251/1995, meðal annars um reglubundið heilbrigðiseftirlit héraðsdýralækna og sýnatökur. Þá eru gerðar töluverðar kröfur til aðbúnaðar með tilliti til mengunar, sóttvarna og fleira. Hús skulu meindýra- og fuglaheld. Gerðar eru kröfur um vatnspolin og slétt gólf, vegg og loft í eldishúsum. Einnig eru kröfur til loftræstingar

og lýsingar. Varðandi framleiðendur ættu að hafa samband við héraðsdýralækni áður en ráðist er í nýbyggingar eða miklar breytingar á húsnæði. Reglugerðin gerir ýmsar kröfur til búra og merkinga á búrasamstæðum. Fóður hæsnanna á að vera laust við salmónellusýkla og ávallt að vera hitavögglað. Fóðurgeymar og fóðurdreifikerfi skulu varin fyrir ágangi meindýra. Vatn á að uppfylla kröfur um neysluvatn. Á alifuglabúum skal aðstaða til hreinsunar, flokkunar og geymslu neyslueggja vera aðskilin annarri starfsemi á búinu. Egg skulu þrífni með þvottaefni viðurkenndu af Landbúnaðarstofnun. Hiti þvottavats skal lægstur vera 38°C en ávallt 15°C heitari en eggjin. Egg skal geyma í kæli við 12°C að hámarki. Hitastig í kæli skal aldrei fara undir frostmark. Rakastig í kæli skal vera á bilinu 60 til 80%.

Hvaða reglur gilda nákvæmlega um minnstu framleiðendurna sem eru með fá hænsni, hænsni sem jafnvel ganga úti, er órlítið erfitt að fullyrða um. Almennt þarf þó líklega að taka hliðsjón af reglugerð 251/1995 en einnig virðist sem almennar kröfur matvælaeignar nái til þeirra sem stunda munu heimavinnslu og sölu beint frá býli. Litlu búin þurfa ekki samkvæmt lagabókstaf að láta framkvæma salmónelluprufur né að láta gegnumlýsa eggjin.

Út frá gæðasjónarmiðum er þó rétt að benda á að gegnumlýsing þarf ekki að vera kostnaðarsöm aðgerð, hvorki mikil fjárfesting né tímafrekt ferli. Það getur hins vegar kostað mikið og illt umtal þegar fólk fær skemmda vöru. Kæling og endingartími eggja ákvarðast í samráði við héraðsdýralækni. Loks skal nefnt að umbúðir og merking vörunnar þurfa að standast lagakröfur en þeir þættir eru reyndar líka mikilvægir til að gera vöruna aðlaðandi.

Athygli skal vakin á að væntanleg er ný reglugerð um framleiðslu og sölu á eggjum haustið 2007.

## 6.3 Mjólkursamlög, mjólk og mjólkurvörur

Fullvinnsla á mjólk og sala ýmiss konar mjólkurafurða, svo sem íss og osta er alþekkt í flestum nágrannalöndum okkar. Hérlandis var reyndar stunduð framleiðsla af þessum toga í eina tíð en með tilkomu mjólkursamlaganna á tuttugustu öldinni lagðist slík vinnsla nánast alveg niður. Meðal mögulegra solumöguleika fyrir vörur af þessum toga gæti verið bein sala til gesta í ferðamannafjösi, sala til ferðamanna í bændagistingu og sala frá sveitaverslun. Einnig gæti verið áhugavert að skoða möguleika á sölu osta í gjafa- eða neytendaumbúðum, til dæmis á bændamörkuðum, gegnum Internetið, í gjafakörfum fyrir stórfyrirtæki og fleira.

### 6.3.1 Helstu opinberar kröfur

Þegar hugmyndir um vinnslu og sölu á mjólkurafurðum eru skoðaðar með tilliti til laga og reglna eru það helst lög nr. 99/1993 um framleiðslu, verðlagningu og sölu á búvörum, lög 93/1995 um matvæli, lög nr. 7/1998 um hollustuhætti og mengunarvarnir ásamt reglugerðum 919/2002 um mjólk og mjólkurvörur, reglugerð 438/2002 um aðbúnað nautgripa og eftirlit með framleiðslu mjólkur og annarra afurða þeirra, reglugerð 536/2001 um neysluvatn og 522/1994 um matvælaeftirlit og hollustuhætti við framleiðslu og dreifingu matvæla (matvælaeignar) sem koma helst við sögu.

Meðal helstu ákvæða varðandi hugsanlega heimavinnslu mjólkurvara eru ákvæði í 16 grein reglugerðar nr. 919/2002 um mjólk og mjólkurvörur en þar segir: að mjólk sem dreift er til neytenda skuli vera gerilsneydd.

Ákvæði um bann við sölu á mjólk eða mjólkurvörum unnum úr ógerilsneyddri mjólk hafa verið við lýði hérlandis frá því um 1950, meðal annars í kjölfar salmónellusýkingar sem rakin var til sölu á ógerilsneyddri mjólk. Til framleiðslu mjólkur og kjötafurða þarf starfsleyfi samanber ákvæði 13 gr. reglugerðar nr. 438/2002 sem

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

fellur undir Landbúnaðarstofnun (héraðsdýralæknar).

Vinnsla mjólkur- og mjólkurafurða er matvælaframleiðsla og starfsleyfisskyld samkvæmt lögum 93/1995 um matvæli (reglugerð 919/2002). Um hana gildir reglugerð 522/1994, matvæla­reglugerðin. Um framleiðslu af þessu tagi gildir krafa um kerfisbundið innra eftirlit, það er krafa um HACCP (sjá lýsingu á innra eftirliti hér að framan). Þegar litið er til nálægra landa virðist sem lagakröfur séu að mestu sambærilegar og héraðs.

### 6.3.2 Ostagerð

Heimavinnslufyrirtæki sem óskar að vinna osta úr eigin mjólkurframleiðslu þarf að uppfylla kröfur til matvælaframleiðslufyrirtækja samanber lýsingu hér að framan. Húsnæðið þarf að vera nægilega rúmgott með tilliti til hollustuhátta og það þarf að hindra óheppilega verkun milli hráefna, mjólkur og mjólkurvara. Það þarf þannig að vera öruggur aðskilnaður milli gerilsneyddrar og ógerilsneyddrar vöru. Hægt er að nota sama rýmið eftir atvikum en vinnuna þarf þá að skipuleggja þannig að hrein og óhrein framleiðsla fari fram aðskilin í tíma og að hreingerning fari fram í millitíðinni. Umbúðir þarf að geyma í öðru rými en framleiðsluherbergi/vinnslusal vegna þess að raki í vinnslusal er kjör­lendi sveppa sem geta skemmt bæði umbúðirnar og vörunar. Þvottaaðstaða er meðal mikilvægustu þáttanna þegar menn ætla að framleiða matvörur af bestu gæðum. Í vinnslunni þurfa því að vera vaskar sem hægt er að stjórna með olnbogum eða fótum. Vatn skal vera af neysluvatnsgæðum.

Í reglugerð 919/2002 er tilgreint hvernig staðið skuli að gerilsneyðingu en hana má framkvæma á nokkra vegu með breytilegum hita og tímalengd. Aðferðirnar hafa mismunandi áhrif á eiginleika mjólkurinnar sem skiptir miklu í tengslum við ostagerð.

Gerilsneyðingu má framkvæma á tæknilega einfaldan, ódýran en mannaflafrekan hátt með hitun í pottum en einnig má nefna að það eru til mjólkurvinnslulínur í mjög smáum og ódýrum einingum sem auðveldlega má koma fyrir í farartækjum eða gámum. Afkastageta slíkra eininga er náttúrliga takmörkuð og vinnslan er mannaflafrek þannig að framleiðslukostnaður verður

tiltölulega hár. Ef framleiðsluvörur eru hins vegar seldar á eða í næsta nágrenni við framleiðslustað fellur ekki til kostnaður við flutninga, markaðssetningu og fleira þannig að það getur verið verðugt reikningsdæmi að kanna kosti og ókosti smárra rekstrareininga.



Aðrir möguleikar áhugasamra ostagerðarmanna eru náttúrliga að láta mjólkursamlag sjá um gerilsneyðingu mjólkurinnar og taka síðan mjólkina heim til ostaf­ramleiðslunnar. Þá má nefna þann möguleika að láta mjólkursamlög framleiða ost fyrir býli (til dæmis sauðast, geitast og fleiri). Slíkt hefur meðal annars verið gert við framleiðslu á ostum úr sauðamjólk og geitamjólk héraðs á undanförunum misserum. Loks má nefna möguleikann á að taka ost frá samlagi og rista hann upp, reykja, krydda, sylta og skreyta.

### 6.3.3 Ísgerð

Ísframleiðsla er einn af mörgum möguleikum heimavinnslufyrirtækja í fullvinnslu mjólkur. Hér verður ekki keppt við stóru samlögin í magni og verði en það er samt hægt að framleiða áhugaverða og eftirsóttu gæðavöru ef marka má vinsældir ísframleiðslu á bænda­býlum í nágrenna­löndunum. Í Evrópu er til dæmis víða boðinn ís með fjölbreyttum bragðefnum sem oft eru ræktuð og framleidd af bændunum sem framleiða ísinn (ber og fleira).



Í Holtseli í Eyjafirði hefur verið rekin ísgerð af þessum toga en bændurnir keyptu sérleyfi á ísgerðarvél (sjá mynd) sem tekur inn á sig ógerilsneydda mjólk og skilar síðan gerilsneyddum ís um 15 mínútum síðar. Ísinn er boðinn með fjölmörgum bragðtegundum og aðskilur sig töluvert frá öðrum ís á markaðnum meðal annars vegna þess að í honum er ófitusprengr mjólk og hann er þéttari og fleira. Framleiðslan í Holtseli fer fram í sérinnréttuðu rými á hlöðuloftinu Holtseli.



Bændurnir í Holtseli hyggjast framleiða og selja ís til sölu heima í Holtseli fyrir gesti sem koma til að berja framleiðsluna augum auk þess sem ísinn er seldur gegnum fáeina ferðapjónustubændur og valin veitingahús en ísinn á að markaðsfærast sem lúxusvara.

### 6.3.4 Aðrar mjólkurvörur

Meðal annarra möguleika fyrir heimavinnslufyrirtæki er framleiðsla og sala á broddmjólk og kaplamjólk. Broddmjólk er mjólk sem fæst við mjaltir fyrstu fjóra dagana eftir burð og hana má samkvæmt lögum selja ógerilsneydda að ákveðnum skilyrðum uppfylltum samanber grein 21 í reglugerð 919/2002.

Kaplamjólk hefur ekki sést mikið héraendis til þessa en í norska búnaðarblaðinu Bondevenen (49. tbl. 2005) var áhugaverð grein um framleiðslu og sölu á kaplamjólk í Noregi. Mjólkinn var sögð vinna gegn sýklum og vera góð fyrir meltingu, maga og þarma, lifur og nýru. Einnig er hún sögð vinna gegn ofnæmistengdu exemi. Samkvæmt greininni fær framleiðandinn um 175 norskur krónur fyrir lítrann, um 2.100 íslenskar krónur, en mjólkinn var að sögn mest seld ógerilsneydd í 2ja desílítra platspokum, fryst strax eftir mjaltir. Hver meri var sögð

mjólkka um 200 lítra á ári. Ekki er hægt að útiloka að svona framleiðsla kunni að skjóta upp kollinum seinna meir en ekki er þó heimilt að selja ógerilsneydda mjólk héraendis samkvæmd gildandi reglum.

### 6.3.5 Gerilsneyðing og fitusprengring mjólkur

Gerilsneyðing mjólkur er gerð í þeim tilgangi að eyða skaðlegum örverum í mjólkinni og draga úr virkni þeirra örvera sem valda skemmdum. Hún fer þannig fram að mjólkinn er hitað upp í 62-65°C í 30 mínútur eða upp í 72-78°C í 15-20 sekúndur.

Fitusprengring mjólkur er gerð í þeim tilgangi að seinka því að fitukúlurnar í mjólkinni renni saman og setjist til á yfirborðinu. Við fitusprengringu er mjólkinni dælt í gegnum tækjabúnað sem sundrar fitukúlunum þannig að þær verða smærri og jafnari að stærð.

## 6.4 Lífræn framleiðsla og sala afurða

Á Íslandi eru í gildi lög um lífræna landbúnaðarframleiðslu, nr. 162 frá 1994, og reglugerð um lífræna framleiðslu landbúnaðarafurða og merkingar, nr. 74, 2002. Héraendis hefur vottunarstofan Tún gefið út reglur um lífræna framleiðslu og sér um vottun á framleiðslunni.

Bóndi sem vill hefja lífræna ræktun og sölu afurða þarf að hlíta öllum þeim lögum og reglum sem gilda um matvælaframleiðslu almennt en auk þess að haga framleiðslu sinni í samræmi við kröfur til lífrænnar ræktunar. Samkvæmt þessu þyrfti bóndinn eftirfarandi:

- Vottun um lífræna ræktun (útgefið af vottunarstofunni Tún)

- Starfsleyfi frá heilbrigðisnefnd (gerð er krafa um að innra eftirlit við framleiðslu og dreifingu).

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

Ekki eru undanþágur frá því að lífrænt ræktuðu búfé skuli slátrað í löggiltu sláturhúsi né að lífræn mjólk og mjólkurvörur úr henni unnar skuli vera úr gerilsneyddri mjólk. Hérlendis hefur íslenskur framleiðandi lífrænnar mjólkur (Bíóbú) valið að markaðssetja ófitusprengrda mjólk og jógúrt unna úr slíkri mjólk í samræmi við þá skoðun að ferlið við fitusprengringu skaði hollustu mjólkurinnar.



Um framleiðslu og sölu á innpakkaðri neytendavöru úr lífrænt ræktuðu grænmeti, kornvörum og þess háttar gilda sömu kröfur og til annarrar matvælaframleiðslu, það er kröfur um starfsleyfi og kerfisbundið innra eftirlit. Meðal matvælaframleiðenda sem farið hafa þessa leið hérlendis er Eymundur í Vallanesi sem markaðssetur nokkrar vörur undir vörumerkinu „Móðir jörð“.

Hér á landi er vottunin um lífræna ræktun gefin út af vottunarstofunni Túni en samkvæmt upplýsingum á vef Lífrænnar miðstöðvar á Hvanneyri felst lífrænn búskapur í eftirfarandi:

*„Lífrænn búskapur felst í því að vinna sem mest í samræmi við náttúruna, leitast er við að nýta auðlindir á sjálfbæran hátt og lögð er áhersla á verndun náttúru og umhverfis. Stefnt er að því að landbúnaður verði sjálfbær.“*

*Öll ræktun miðar að því að viðhalda eða auka frjósemi jarðvegs, lögð er áhersla á fjölbreytni í búskaparháttum og æskilegt er að tengja saman jarðrækt og húsdýrahald. Jarðvegurinn og lífið í honum er undirstaða ræktunar og áburður á að næra jarðveginn svo að hann geti nært plönturnar. Bannað er að nota tilbúinn áburð (auðleyst áburðarsölt) en þess í stað er notaður búfjáraburður og safnhaugamold. Belgjurtir eru notaðar til að binda nitur (köfnunarefni) úr andrúmsloftinu til að auka frjósemi jarðvegs.“*

Lífrænn búskapur er stundaður samkvæmt ákveðnum reglum og vottaður af vottunarstofum. Áhugasamir um framleiðslu og sölu á lífrænt ræktuðum vörum þurfa að setja sig í samband við vottunarstofuna Tún annarsvegar og heilbrigðisfulltrúa

hinsvegar til að afla sér nánari upplýsinga varðandi þær vörur sem um er að ræða.

### 6.5 Sjávarfang

Nauðsynlegt er að sækja um rekstrarleyfi fyrir fullvinnslu á fiski, til dæmis til að flaka, grafa, krydda, reykja, pakka og svo framvegis. Viðskiptamöguleikarnir eru fjölmargir en benda má á möguleika tengda sjávarjarðabændum með ferðaþjónustu, sölu beint til neyslu hjá nálægum ferðaþjónustubændum eða sölu til veitingahúsa og á bændamörkuðum.

Afla þarf starfsleyfis hjá heilbrigðisnefndum sveitarfélaga fyrir vinnslu og sölu á fiski. Kröfur til vinnslunnar varða meðal annars aðstöðuna þar sem fiskurinn er geymdur, flakaður, beinhreinsaður, kryddaður, grafinn, reykur, pakkaður og svo framvegis. Gerð er hefðbundin krafa um matvælahúsnæði, það er vatnsheld og auðþrífanleg gólf og veggir og fleira. Enn fremur eru gerðar kröfur varðandi búnað og tæki.

Framleiðandi má með öðrum orðum ekki nota eigið heimaeldhús en rétt er að taka fram að það þarf ekki að vera mjög dýrt að koma sér upp aðskildu eldhúsi (ónotað herbergi, bílskúr og fleira).

Meðal annarra mikilvægra krafna sem gerðar eru til svona reksturs eru kröfur um tengingu við vatnsveitu með starfsleyfi og krafan um kerfisbundið innra eftirlit.



Varðandi frumkvöðlum er ráðlagt að ræða við heilbrigðisfulltrúa og/eða aðra frumkvöðla í greininni varðandi breytingar á húsnæði, val á tækjabúnaði og fleira áður en lagst er í framkvæmdir, til að tryggja að ekki komi upp óvænt vandamál eftir.

### Hákarlavinnslan í Bjarnarhöfn

Hildibrandur Bjarnason og Herborg Sigurðardóttir í Bjarnarhöfn á Snæfellsnesi eru meðal þeirra íslensku bænda sem hafa haslað sér völl í ferðaþjónustu ásamt matvælavinnslu og sölu beint frá býli. Bjarnarhöfn er löngu orðin meðal vinsælustu viðkomustaða ferðamanna á Snæfellsnesi sem koma til að kynnast Bjarnarhafnarkirkju, safninu um sögu hákarlaveiða og veiðarfærum, minjum um byggð við sjávarströndina gegnum tíðina, ásamt hinum fræga Bjarnarhafnar-hákarli.

Hákarlinn frá Bjarnarhöfn er seldur um allt land og þykir mikið lostæti bæði meðal Íslendinga og erlendra ferðamanna. Sem dæmi um umfang rekstrarins nefnir Hildibrandur að erlendir blaðamenn heimsóttu staðinn í 5 daga í röð á sumrinu 2006 og hugðust allir skrifa greinar um starfsemina.

## 6.5.1 Lax og silungur

Hérlendis hefur verið töluvert um sölu á lax og silungi, bæði villtum fiski og fiski frá fiskiræktarstöðvum. Bóndi sem óskar að ráðast í að vinna og reykja laxfiska og selja á markað (til verslana, ferðaþjónustubænda, á bændamörkuðum, gegnum Internetið, í sveitaverslun, í gjafakörfur og fleira) þarf að afla starfsleyfis fyrir reksturinn hjá heilbrigðisnefnd sveitarfélags síns, það er varðandi vinnslu og sölu.

Meðal helstu krafna sem gerðar eru til matvælaareksturs af þessum toga eru kröfur um matvælahúsnæði, það er aðstöðuna þar sem fiskurinn er geymdur, flakaður, beinhreinsaður, reykur, pakkaður og svo framvegis. Gerð er hefðbundin krafa um vatnsheld og auðþrífanleg gólf og veggj auk krafna varðandi búnað og tæki. Aðrar mikilvægar kröfur varðandi framleiðslu og sölu á laxi og silungi eru kröfurnar um tengingu við vatnsveitu með starfsleyfi og krafa um kerfisbundið innra eftirlit sem fjallað var um í fyrri kafla. Reykingaraðstaða getur verið á marga vegu, fólk getur keypt reykofna af mörgum stærðum og gerðum, ofna sem nota margs konar

brennsluefni, svo sem harðvið, mjúkvið, tað og fleira. Hafi menn heimasmiðaðan reykofn/reykkofa þarf að ræða við heilbrigðisfulltrúa um hvort reykastaðan uppfyllir kröfur og hvaða lagfæringar/breytingar þyrfti til að fá viðkomandi búnað samþykktan.

Verðandi frumkvöðlum er ráðlagt að ræða við heilbrigðisfulltrúa og/eða aðra frumkvöðla í greininni varðandi breytingar á húsnæði, val á tækjabúnaði og fleira áður en lagst er í framkvæmdir, til að tryggja að ekki komi upp óvænt vandamál eftirá.

## 6.6 Sultur og hunang

Þeir eru líklega fjölmargir sem hafa glímt við að búa til sultur, hlaup og ávaxtamauk af ýmsu tagi. Þeir sem vilja ráðast í framleiðslu og sölu á svona vörum, það er sultum (ber, rabarbari), hunangi, marmelaði og hlaupi af ýmsu tagi þurfa að afla sér starfsleyfis hjá heilbrigðisfulltrúa og kynna sér reglugerð 656/2003 um sultur og sambærilegar vörur.

Helstu sölurásir fyrir svona vörur eru líklega í tengslum við sveitaverslanir, bændamarkaði, ferðaþjónustu, internetið, í gjafakörfur og til sölu í völdum verslunum.



Meðal helstu krafna sem gerðar eru til framleiðslu af þessum toga eru kröfur um matvælahúsnæði, það er vinnslu í öðru eldhúsi en heimaeldhúsi og því þarf, þar sem slíkt á við, að koma sér upp aðgreindu eldhúsi, aðstöðu í samræmi við almennar kröfur til matvælavinnsla.

Meðal annarra mikilvægra krafna sem gerðar eru til svona reksturs eru kröfur um tengingu við vatnsveitu með starfsleyfi og krafan um kerfisbundið innra eftirlit sem fjallað var um hér að framan.

Ferðaþjónustuaðilar með framleiðslueldhús geta notað þá aðstöðu til vinnslunnar (bara ekki á sama tíma og hefðbundin eldamennska á sér stað). Það þarf ekki að vera mjög dýrt í framkvæmd að uppfylla kröfuna um sérstakt, aðgreint eldhús

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

Því oft má taka bílskúr eða aukaherbergi undir slíka vinnslu. Gerð er krafa um sérstakan vask fyrir hráefnin og annan til handþvotta.

Nokkuð margar kröfur eru gerðar um innihald og merkingar á sultum samanber kröfurnar í reglugerð nr.656 sem kveður meðal annars á um lágmarksmagn af kjöti í sultunum, lágmarksmagn af safa og varðandi hráefni sem heimilt er að nota.

Þá þarf að horfa til krafna varðandi merkingar um innihald og fleira.

Áhugasömum er eindregið bent á að hafa samband við heilbrigðisfulltrúa sem getur gert ýtarlegri grein fyrir því hvaða breytingar þarf að gera á húsnæði og fleiru. Á heimasíðu Umhverfisstofnunar, [www.ust.is](http://www.ust.is), má fá bækling um innra eftirlit.

### 6.7 Grænmeti, kartöflur, jurtir, ávextir og ber

Þeir bændur sem vinna grænmeti þurfa að fá starfsleyfi hjá heilbrigðiseftirliti vegna fullvinnslu og þökkunar, samanber lög nr.93/1995 um matvæli (reglugerð 522/1994).



Vörurnar sem um getur verið að ræða eru fjölmargar og mögulegar sölurásir eru margar. Hér mætti hugsa sér framleiðslu og sölu til nálægtra stofnana og skóla (til dæmis að nota ræktunina sem vettvang fyrir heimsókn skólabarna), sölu á bændamörkuðum, í ferðamannafjósum, í sveitaverslunum, gegnum Internetið, beint til ákveðinna fyrirtækja, veitingahúsa eða verslana og margt fleira.

Hér er gerð krafa um innra eftirlit, það er almennt innra eftirlit. Umhverfisstofnun hefur tekið saman lítið hefti, „Garðávextir, meðferð og dreifing“, viðmiðunarreglur þar sem útlistaðar eru þær kröfur sem gerðar eru til svona

framleiðslu. Það gildir hér sem endranær að kröfur fara eftir fyrirhuguðu umfangi, tegundum og fleiru þannig að það er skynsamlegt að ræða málin við heilbrigðisfulltrúa áður en lagt er af stað. Hér að neðan er sýnishorn úr áður nefndu hefti Umhverfisstofnunar sem er aðgengilegt á vef stofnunarinnar, [www.ust.is](http://www.ust.is).

#### Athafnasvæði og skipulag

*Húsakynni starfseiningarinnar skulu vera rúmgóð og uppfylla lágmarkskröfur fyrir aðstöðu til vinnslu matvæla. Eftir því sem við á skulu gólf, veggir, loft og húsbúnaður gerður úr eða klæddir efni sem auðvelt er að þrifa.*



Mynd: Dæmi um uppsetningu á starfseiningu þar sem meðferð og dreifing garðávaxta fer fram.

Á nýliðnum árum hefur áhugi á jurtatíslu og hugsanlegri ræktun lækningarjurtar vaxið. Meðal margra þátta sem hafa orðið til hvatningar á þessu sviði var þróunar- og fræðsluverkefnið „Fórsturlandsins Freyjur“ sem stýrt var af jafnréttisfulltrúum Byggðastofnunar og styrkt var af Norðurslóðaáætlun Evrópusambandsins. Vitað er af stofnun nokkurra fyrirtækja í þessum geira, meðal annars fyrirtækja sem hyggjast markaðssetja vörur fyrir breiðan hóp náttúrujurtafyrirtækja.

## 6.7.2 Ávaxtasafar og saftir

Þeir eru líklega fjölmargir sem hafa glímt við að búa til ávaxtasafa og saftir af ýmsu tagi. Helstu sölurásir fyrir vörur af þessu tagi eru líklega í tengslum við ferðamannafjós, sveitaverslanir, bændamarkaði, ferðapjónustubændur, Internetið, í gjafakörfur og til sölu í völdum verslunum.



Mynd frá sænska vefnum [www.eldrimner.se](http://www.eldrimner.se) sem inniheldur fjölbreyttar upplýsingar um heimavinnslu og sölu afurða.

Það þarf starfsleyfi frá heilbrigðisfulltrúa til að framleiða og selja ávaxtasafa og saftir.

Þeir sem vilja ráðast í framleiðslu og sölu á

ávaxtasöftum og söftum þurfa að kynna sér reglugerð 577/2003 um ávaxtasafa og sambærilegar vörur. Í reglugerðinni eru meðal annars gerðar kröfur um framleiðsluaðferðir, það er þau efni sem notuð eru, merkingar, viðbættan sykur og fleira.

Meðal helstu krafna sem gerðar eru til framleiðslu ávaxtasafa og safta eru kröfur til innihalds varanna. Þá gerir starfsleyfið kröfu til matvælahúsnæðis, það er vinnslu í öðru eldhúsi en heimaeldhúsi og því þarf, þar sem slíkt á við, að koma upp aðgreindu eldhúsi. Aðrar mikilvægar kröfur eru tenging við vatnsveitu með starfsleyfi og krafan um innra eftirlit samanber umfjöllun í fyrri kafla.

Ferðapjónustubændur með framleiðslueldhús geta notað þá aðstöðu til vinnslunnar (bara ekki á sama tíma og hefðbundin eldamennska á sér stað). Krafan um sérstakt, aðgreint eldhús þarf reyndar ekki að vera mjög dýr í framkvæmd því oft má taka bílskúr eða aukaherbergi undir slíka vinnslu. Gerð er krafa um sérstakan vask fyrir hráefnin og annan til handþvotta.

Áhugasömum er eindregið bent á að hafa samband við heilbrigðisfulltrúa/ráðgjafa sem getur gert ýtarlegri grein fyrir því hvaða breytingar þarf að gera á húsnæði, kröfum um val á búnaði og fleira. Á heimasíðu Umhverfisstofnunar, [www.ust.is](http://www.ust.is), má fá bækling um innra eftirlit.

## 6.8 Áfengir drykkir

Vínframleiðsla er matvælaframleiðsla og er starfsleyfisskyld. Útgáfa rekstrarleyfa heyrir undir heilbrigðiseftirlit sveitarfélaga. Hér eru gerðar kröfur til innihalds vörunnar, kröfur um húsnæði, kröfur til tækja og búnaðar, kröfur um tengingu við vatnsveitu með starfsleyfi, kerfisbundið innra eftirlit og fleira.

Vín getur verið unnið á margan hátt, það er vín unnið úr blómum og berjum, grösom, viði og fleiru. Ekki hefur verið mikið um framleiðslu áfengis héraðs til þessa utan framleiðslu ÁTVR og bjórgerðarfyriretækjanna. Þó má benda á að það er bruggaður bjór úr íslensku byggi og einn vínframleiðandi starfar á Húsavík.

Sölufurli vörunnar verður háð sérstökum reglum samanber lög um ÁTVR (nr. 63/1969, um verslun með áfengi og tóbak, með síðari breytingum, áfengislög nr. 75/1998, með síðari breytingum og reglugerð 883/2005 um Áfengis- og tóbaksverslun ríkisins).

Þar sem hér getur verið um margvíslegar vörur með mjög breytileg framleiðsluferli og búnað að ræða er frumkvöðlum ráðlagt að setja sig í samband við heilbrigðisfulltrúa áður en ráðist er í framkvæmdir.



## 6.9 Brauð- og kökugerð

Bændum gefast fjölmargir möguleikar til framleiðslu og sölu á ýmsum brauðum og kökum. Slíkur rekstur er starfsleyfisskyldur. Heilbrigðiseftirlit á hverjum stað sér um að veita starfsleyfi.

## 6 EINSTAKAR FRAMLEIÐSLUVÖRUR

Markaðstækifærin eru mörg, meðal annars framleiðsla og sala hjá ferðaþjónustubónda, í sveitaverslun, til skóla og stofnana í heimahéraði, sala til veitingastaða, safna og annarra.



Hérlendis þekkjast nokkur dæmi um rekstur sérhæfðra brauðgerða í sveitum sem framleiða soðið brauð, rúgbrauð, hverabökuð brauð, kleinur og fleira.

Hér eru það lög 93/1995 um matvæli og matvælaeignagerðin (522/1994) sem setja rammann um rekstur brauð- og kökugerða en einnig þarf eftir atvikum að uppfylla kröfur um merkingar, innihaldslýsingar, umbúðir og fleira. Umhverfisstofnun hefur gefið út viðmiðunarreglur heilbrigðiseftirlits fyrir bakarí

([www.ust.is](http://www.ust.is)) og þar má meðal annars sjá kröfur til húsnæðis, búnaðar og annars.

Helstu kröfur eru kröfur um matvælahúsnæði, það er annað eldhús en heimaeldhús sem þarf reyndar ekki að vera mjög erfitt að koma sér upp (ónotað herbergi, bílskúr eða annað þess háttar). Þá eru gerðar kröfur um tengingu við vatnsveitu með starfsleyfi og varðandi búnað. Hér gildir líka krafan um kerfisbundið innra eftirlit samanber umfjöllun hér að framan. Fyrir þá sem eru að huga að fyrstu skrefum á þessu sviði minnum við á að það er ráðlegt að setja sig í samband við heilbrigðisfulltrúa áður en ráðist er í framkvæmdir.

## Vogafjós - svona geta hlutirnir þróast

Vogafjós-café í Mývatnssveit var opnað 1999, en hér er um að ræða kaffistofu í miðju fjósi, sem tekur 35-40 manns í sæti. Í byrjun var einungis opið frá kl 14:00-20:00 og einn starfsmaður sá um sölu á kaffi og vöfflum og var ætlunin að selja aðgang þegar verið var að mjólka kýrnar. Sú hugmynd var ekki að ganga upp og þá var tekin sú ákvörðun að fara út í frekari veitingasölu. Þar sem sterk og mikil matarhefð er í Mývatnssveit, svo sem fyrir taðreyktum silungi, signum, gröfnum silungi, hangikjöti, kæstum eggjum, grasastýngi og fleiru var tekin sú ákvörðun að bjóða gestum að njóta þeirrar matarmenningar og hefðar sem ríkir á svæðinu.


Óhætt er að segja að þetta hafi mælst vel fyrir hefur starfsemin þróast smátt og smátt. Heimagerður matur er nú uppistaða þess sem boðið er upp á og búinn er til mozarellaostur og fetaostur á búinu. Tíndar eru jurtir í hrauninu í nágrenninu og þurrkaðar, notaðar í krydd og te.

Einungis er notað kjöt af búinu hvort sem verið er að búa til kjötsúpu eða kjötbollur og hangikjötið er framleitt á búinu. Þar sem ekki hefur verið hægt að anna eftirspurn hefur verið leitað til nágrennabænda og keyptar af þeim hinar ýmsu matvörur. Á þennan hátt hefur verið stuðlað að meiri virðisauka heimafyrir og á svæðinu í heild.

Í dag er veitingahúsið opið yfir sumarið kl. 7:30-23:30 og starfsmennirnir orðnir 12. Yfir veturinn er aðeins opið á aðventunni frá fimmtudögum fram á sunnudaga kl. 14:00-20:00 og í því sambandi boðið upp á sérstakan aðventumatseðil. Á aðventunni hefur verið komið upp vísi að jólasveitabúð þar sem boðnar eru til sölu heimagerðar afurðir og ýmiss konar íslenskt handverk. Samvinna er með ýmsu handverksfólki og virðist þetta styðja hvað við annað.

Í framtíðinni er stefnt að stækkun kaffistofunnar en þess má geta að auk ofangreindrar starfsemi er gisting í boði.



- 
- 7.1 Hvernig verður hugmynd til?  
7.2 Hugmyndaleit  
7.3 Góð hugmynd er ekki alltaf nóg  
7.4 Er hugmyndin hagkvæm?

## 7 FRÁ HUGMYND TIL FRAMKVÆMDA

Margir hafa einhvern tímann á ævinni fengið góða hugmynd að framleiðslu á vöru eða góðri þjónustu eða það sem algengast er, einhverja blöndu af þessum þáttum báðum. En eitt er að ganga með hugmynd í kollinum og annað að láta hana verða að veruleika. Þó kannanir sýni að Íslendingar standi framarlega þegar kemur að frumkvöðlastarfsemi og nýsköpun er það aðeins lítil hópur þeirra sem stígur næsta skref og kannar möguleikann á því að hrinda hugmyndinni í framkvæmd. Margt kemur þar til og er aðstaða manna til þeirra hluta mjög breytileg og má í því sambandi nefna þekkingu og reynslu á viðkomandi sviði, fjárhagslegar aðstæður, áhuga og möguleika á markaði. Hvaðan koma hugmyndir eða hvað gefur neistann sem þarf til að kveikja hugmynd að góðri vöru eða þjónustu?

### 7.1 Hvernig verður hugmynd til?

Ekki verða allar viðskiptahugmyndir til á sama hátt og það er í raun mjög einstaklingsbundið hvernig hugmyndir kvikna. Sumar hugmyndir verða til skyndilega, líkt og kveikt sé á peru, en aðrar verða til að loknum áralöngum hugleiðingum eða þörf á breytingum. Engu að síður eru til ýmsar aðferðir sem geta auðgað ímyndunaraflíð og hjálpað fólki að brjótast út úr viðjum vanans og sjá umhverfið og tækifærin sem þar liggja í nýju ljósi.

Þegar vel er að gáð er það í raun ekki oft sem algjörlega nýr rekstur/hugmynd fer af stað, algjörlega ný hugmynd sem engum hefur dottið í hug fyrr. Mun algengara er að eldri hugmyndir séu endurbættar með einum eða öðrum hætti og útkoman verður vara eða þjónusta sem kemur betur á móts við þarfir eða væntingar viðskiptavinanna. Lykilatriði er að finna einhverja nýja og skemmtilega nálgun sem fellur vel að tækifærum í umhverfinu en er samt á einhvern hátt öðruvísi en framleiðsla og þjónusta annarra.

Hugmynd að vöru eða þjónustu sem gengur vel uppfyllir í flestum tilfellum eina eða fleiri af fullyrðingunum hér að neðan:

- *Vara/þjónusta sem aldrei hefur verið boðið upp á áður*

- *Próun eða aðlögun vöru/þjónustu að nýjum þörfum eða væntingum*

- *Vara/þjónusta boðin hópi sem ekki hefur verið vel sinnt*

- *Vara/þjónusta boðin á svæði sem ekki hefur verið vel sinnt*

- *Þjóða sömu vöru/þjónustu betur en allir hinir*

- *Þjóða sömu vöru/þjónustu ódýrar en allir hinir*

Hugmyndir kvikna oft út frá einhverju sem er þegar til og menn sjá að hægt er að gera betur eða bjóða vöru og þjónustu á nýju svæði. Margar hugmyndir verða til hjá mönnum sem eru að vinna fyrir aðra en sjá möguleika á því að framkvæma hlutina með öðrum hætti eða koma betur á móts við það umhverfi sem þeir búa í. Eins verða hugmyndir oft til í tengslum við áhugamál. En hvernig sem hugmyndin kann að hafa kviknað er mikilvægt að spyrja sig tveggja spurninga: Í hverju er ég góður og hvað hef ég gaman af að gera? Ef þú þekkir kosti þína og galla, styrk þinn og veikleika gefur það þér til kynna hvernig þú vinnur; hversu vel, hversu frumlega og hversu hratt.

### 7.2 Hugmyndaleit

Góðar viðskiptahugmyndir vaxa ekki á trjánum og þarf oft frjóa og frumlega hugsun til að móta góða hugmynd. Ýmsar aðferðir eru til að koma þankagangi þínum af stað og prófa hugmyndirnar sem þú hefur þegar fengið. Besta leiðin til að koma frumlegri hugsun af stað er að hugsa út fyrir rammann, komast frá hefðbundnum hugmyndum, ályktunum og fordómum.

Gömul hugmynd, ný nálgun

Hugsaðu um að aðlaga eða þróa hugmynd sem þegar er til eða með hliðsjón af því umhverfi sem þú býrð í. Það gæti hugsanlega verið eitthvað sem ekki er til á svæðinu sem þú býrð á eða jafnvel í landinu.

### Markaðstækifæri

Þín eigin reynsla getur hjálpað þér að greina markaðstækifæri, til dæmis vöru eða þjónustu sem fólk hefur áhuga á en er ekki í boði sem stendur. Þetta markaðstækifæri gæti komið vegna breytinga í umhverfinu eða einfaldlega sem hugboð: „Ef þetta væri til myndu örugglega margir kaupa þetta.“

### Byggðu á eigin hæfileikum

Þetta er líklega algengasta og um leið ein mikilvægasta leiðin við að hefja rekstur og endurspeglar hún þörf fyrir að vera sinn eigin herra og vera við stjórnvölinn. Ef til vill líst þér vel á að gera það sama og þú gerir núna, en gera það úr ökumannssætinu í stað þess að vinna fyrir aðra.

### Gerðu það betur

Tækifæri gefast oft til að koma inn á markað og ná viðskiptum frá þeim sem eru þar fyrir. Þú gætir mögulega gert það með því að vera ódýrari eða með því að bjóða betri þjónustu en þeir sem eru fyrir á markaðnum. Nýr rekstur getur einnig haft áhrif á það hvernig vörur/þjónusta er seld, til dæmis með því að nota nýjar leiðir eins og internetið.

### Að finna upp nýja vöru

Uppfinningar og nýjar vörur geta gefið mjög góðan árangur þar sem vinsældir vörunnar geta orðið mjög miklar á skömmum tíma. Að mörgu er þó að hyggja og vert er að hafa í huga einkaleyfi og höfundarrétt. Eins er vert að geta þess að vörubrún getur verið dýrt og erfitt ferli, sérstaklega fyrir smærri rekstrareiningar.

### Hugsaðu öðruvísi

Einn af lykilþáttum skapandi hugsunar er að skilja hvernig heilahvelin starfa. Vinstri hlið heilans sér um þætti eins og orð, tölur, samhengi og rökhugsun en sú hægri sér um innsæi, ímyndun, rúmhugsun, dagdrauma, tónlist og listir. Til að ná fram frumleika okkar þurfum við því að örva starfsemi hægra heilahvelsins og sem betur fer eru til leiðir til þess. Þó sumar þessara leiða kunni að sýnast furðulegar þá virka þær og geta því hjálpað þér í hugmyndavinnu þinni.

### Hugmyndir í hópvinnu

Hópvinna getur oft komið að góðum notum þegar verið er

að leita að góðum hugmyndum.

Fókushópar eru vinsælt tæki í markaðsrannsóknunum og skoðanakönnunum. Stjórnandi stýrir hópnum í opnum umræðum um ákveðið málefni og beinir umræðum að málefnum sem eru fyrirfram ákveðin. Það þarf hæfni til að setja saman fókushóp en vertu ekki feiminn við að koma saman óformlegum fókushópi sjálfur. Hafðu eftirfarandi í huga:

- Vertu viss um að þú skiljir markmið hópsins og tryggðu að umræðurnar þróist í átt að þeim markmiðum.

- Ekki leyfa einum aðila að einoka umræðurnar.

- Hafðu umræðurnar á jákvæðum nótum. Þú færð meira út úr fókushóp ef umræðurnar eru uppbyggilegar.

Yfirleitt eru um 8-14 þátttakendur í fókushóp. Ef markmiðið er að ræða hugmynd reyndu þá að velja þátttakendur sem endurspeglar markhóp þinn. Ef markmiðið er að finna hugmynd reyndu þá að finna frjótt og hugmyndaríkt fólk eða notaðu eina af aðferðunum sem kynntar eru hér að neðan.

### Hugarflug

Hugarflug er notað þegar hópur er fenginn til að koma með sem flestar hugmyndir, burtséð frá gæðum þeirra. Það eru oft villtustu hugdettur sem kveikja frumlegustu hugmyndirnar. Hugarflug á að vera skemmtilegt og æskilegt er að hugmyndir séu skrifaðar á töflu þannig að allir sjái hugmyndirnar sem bornar hafa verið upp. Vert er að hafa eftirfarandi í huga:

- *Gagnrýni og neikvæðni er bönnuð*

- *Óþvingaðar umræður eru æskilegar; þeim mun villtari hugmyndir þeim mun betra*

- *Markmið þitt er að fá sem flestar hugmyndir á tiltölulega stuttum tíma*

- *Æskilegt er að þátttakendur sameini og bæti hugmyndir*

### Greining vandamála

Þessi aðferð er góð til að meta hugmyndir og getur undirstrikað tækifæri á mörkuðum sem eru til staðar. Hópurinn fær lista yfir vandamál, eins og til dæmis „of stór“, „of lítil“ eða „of þungur“, auk þess sem hópurinn fær vöruna/þjónustuna sem verið er að athuga. Viðfangsefnið getur verið hvað sem er, allt frá gistingu að ryksugu. Hópurinn er því næst fenginn til að greina og tala um vöruna/þjónustuna út frá þeim þáttum sem vandamálin tilheyra. Þessi aðferð virkar vel því það reynist fólki auðveldara að tengja þekktar vörur vandamálunum og niðurstöðurnar geta gert þér mögulegt að skilgreina eiginleika vörunnar/þjónustunnar betur.

### Gátlistaaðferðin

Í þessari aðferð er ný hugmynd metin með gátlista sem getur innihaldið spurningar eins og:

- Möguleikar á öðrum notum? Hvernig? Möguleikar á öðrum notum með breytingum?

- Aðlögun? Hverju líkist þetta?

- Breytingar? Breyta lit/lögun/virkni? Aðrar breytingar?

- Bæta við? Minni? Stærri? Sterkari?

- Endurskipuleggja? Önnur uppröðun? Skipta um efnisþætti?

- Sameina? Sameina einingar? Önnur skírskotun

### Listi yfir eiginleika

Þessi aðferð krefst þess að þú gerir lista yfir alla eiginleika, góða eða slæma, og lítir síðan á þá frá öðrum sjónarhóli. Þannig er mögulegt að tengja saman hluti í nýjar lausnir sem hafa nýja nýtingarmöguleika.

## 7.3 Góð hugmynd er ekki alltaf nóg

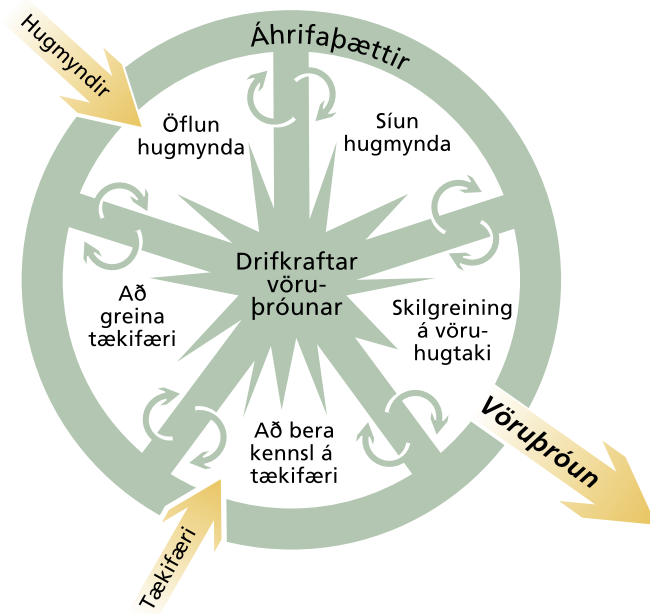
Prófsteinn hveggur hugmyndað er sá hvort markaður sé fyrir vöruna/þjónustuna. Til að færa rök fyrir hugmyndinni er nauðsynlegt fyrir þig að reyna að sýna fram á væntanlega spurn eftir vörunni/þjónustunni. Skilgreindu forsendur hugmyndað þinnar og reyndu að prófa þær en vertu viðbúinn að vera sveigjanlegur þar sem niðurstöðurnar geta leitt allt annað í ljós en þú hélt fyrirfram.

Ef niðurstöðurnar gefa til kynna að ekki sé mikil spurn eftir vörunni í núverandi mynd þarftu að betrumbæta hugmyndina svo hún komi betur á móts við væntingar kaupenda. Undir slíkum kringumstæðum má aldrei líta á þetta sem áfall heldur tækifæri eða ákveðna ögrun til að gera betur. Frumkvöðlar sem náð hafa góðum árangri hafa oft endað með allt aðra hugmynd en þá sem þeir fóru af stað með, annað hvort vegna þess að sú fyrsta var ekki nægilega góð eða vegna þess að önnur betri kom upp á leiðinni.

Vertu með hugmynd þína í sífelldri endurskoðun. Skoðaðu rekstur og vörur sem höfðu til þín og berðu saman við þína hugmynd. Heimsæktu fyrirtæki sem vekja áhuga þinn og aflaðu upplýsinga um hvernig það þróaði hugmynd sína og hvar það fékk aðstoð. Nýttu þér ættingja og vini til að ræða við um hugmyndina því ólík sjónarmið og umræður styrkja hana.

Myndin á næstu síðu lýsir hugsanlegum upphafsferli við þróun vöru eða þjónustu allt frá því að hugmynd kviknar og borin eru kennsl á tækifæri á markaði yfir í þróun vöruhugmyndað á grundvelli skilgreinds vöruhugtaks.

Árangur byggist ekki eingöngu á hugmyndinni heldur tækifæri. Tækifæri myndast á markaði og listin er að laga hugmyndina að tækifærinu. Eins og gengur eru tækifærin ekki alltaf sýnileg öllum og þess vegna nýtur þú ekki alltaf skilnings hjá þeim sem þú þarft stuðning frá, eins og bönkum, stofnunum og ráðgjöfum.




Að sannfæra annað fólk um að hugmyndin þín sé frábært tækifæri er ein af mörgum ástæðum þess að frumkvöðlar þurfa drifkraft, þrautseigju og ákveðni.

### 7.4 Er hugmyndin hagkvæm?

Er hugmyndin nægilega góð er spurning sem margir frumkvöðlar standa frammi fyrir. Við þessari spurningu eru ef til vill ekki skýr svör en það þýðir þó ekki að maður verði að taka ákvörðun um hvort haldið verði áfram í fullkominni blindni. Þau tæki sem við höfum til að skoða hugmyndir frekar eru til dæmis viðskiptaáætlun og markaðsrannsókn.





8.1 Efnispættir í viðskiptaáætlun  
8.2 Viðskiptamódelið

Lykillinn að því að koma fyrirtæki á fót er áætlanagerð og fyrsta og mikilvægasta skrefið í henni er að gera góða viðskiptaáætlun fyrir fyrirtækið. Oft verður viðskiptaáætlunin þitt helsta tæki í því að útvega peninga til starfseminnar. Einnig er viðskiptaáætlunin mikilvæg því hún neyðir þig til að reikna dæmið til enda og getur því forðað þér frá að gera afdrifarík mistök sem geta gerst ef lagt er upp með illa ígrundaða viðskiptahugmynd.

Rétt er að taka það skýrt fram, að viðskiptaáætlanir eru mjög misjafnar á sama hátt og hugmyndir og verkefni eru misjöfn. Þannig hlýtur viðskiptaáætlun sem fjallar um t.d. stofnun og rekstur málmbræðslu að vera verulega ólík viðskiptaáætlun sem fjallar um heimasölu á afurðum frá tilteknu býli. Áætlun fyrir málmbræðsluna getur verið mörg hundruð blaðsíður og uppfull af flóknum útreikningum. Áætlun fyrir heimasölu kann að vera aðeins fáeinir blaðsíður en hún er samt alveg jafn mikilvægt plagg. Víða er hægt að nálgast kynningarefni um gerð viðskiptaáætlana og er þar gjarnan fylgt nokkuð stöðluðu formi hvað innihald og framsetningu varðar. Hér skal samt varð við því að elta slíkar forskriftir í hvívetna. Ef t.d. er um að ræða einfalt verkefni sem hvorki er mjög áhættusamt, tímafrekt né fjárfrekt, þá er alls ekki ástæða til að setja of mikla vinnu í að útfæra flókna og viðamikla viðskiptaáætlun. Það er eigi að síður nauðsynlegt að fjalla á blaði um grundvallaratriðin en laga þau að raunveruleikanum í hverju tilviki.

Ýmis tæki og töl eru fánleg til að aðstoða þig við að gera viðskiptaáætlun. Handbækur um gerð viðskiptaáætlana hafa verið gefnar út, mögulegt er að leita sér upplýsinga á vefsvæðum fyrirtækja og stofnana og ýmis námskeið eru reglulega haldin um gerð viðskiptaáætlana. Ef þig vantar frekari upplýsingar um gerð viðskiptaáætlana hafðu þá samband við Impru eða það atvinnuþróunarfélag sem er næst þér. Þá er mögulegt að kaupa ýmsa þjónustu í einkageiranum, t.d. hjá ráðgjafa-fyrirtækjum, bönkum, lögfræðingum, einkaleyfisskrifstofum o.fl.

Viðskiptaáætlun er oft upphafsreiturinn. Þegar menn hefjast handa um að skrifa viðskiptaáætlun eru tekin

fyrstu skrefin á langri ferð. Því er nauðsynlegt að byrja á því að móta stefnuna. Í stuttu máli snýst mótun stefnu um eftirtalin meginatriði:

- Hvar erum við,
- hvar viljum við vera,
- hvernig komumst við þangað?

Einföld og öflug leið til þess að komast að svarinu við fyrstu spurningunni er að gera svokallaða SVÓT greiningu. Þetta er einföld greiningaraðferð sem felst í því að finna sterkar hliðar og veikar annars vegar og hins vegar koma auga á ógnanir og tækifæri í umhverfinu. Því má segja að styrkleika- og veikleika skoðun fjalli um innra umhverfi og þætti sem við getum með aðgerðum haft áhrif á. Þannig má grípa til aðgerða til að uppræta veikleika og auðvitað er skynsamlegt að skilgreina líka aðgerðir til að nýta sterkar hliðar. Ógnanir og tækifæri eru hins vegar þættir sem við getum haft lítil sem engin áhrif á og því þarf hér frekar að gera grein fyrir því hvernig við getum brugðist við ógnunum og nýtt okkur tækifæri í ytra umhverfi. SVÓT greining er því einföld og oft skapandi og skemmtileg vinna. Einfaldast er að setja upp eyðublað og fylla þar út í reitina til að fá yfirsýn.

### SVÓT greining:

Sterkar hliðar	Veikar hliðar
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
Ógnanir úr umhverfi	Tækifæri í umhverfinu
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

SVÓT greiningin segir okkur sem sagt í grófum dráttum hvar við erum á vegi stödd. Hvar gengur vel, hvar þarf að bæta úr o.s.frv.

Næst er að svara spurningunni: Hvar viljum við vera? Hér er þá komið að því að skilgreina markmiðin. Ekki er mælt með því að ganga of langt í þessum efnum heldur hafa fá en skýr markmið. Markmið þurfa að ákveða eftirtalin skilyrði:

- Vera mælanleg (t.d. dagsetningar, tímalengd, upphæðir eða aðrir mælanlegir þættir).
- Vera raunsæ þannig að það sé hægt að ná þeim ef vel er haldið á spilum.

Þriðja spurningin var: Hvernig komust við þangað. Hér er sem sagt verið að vísa til þess að gerð sé framkvæmdaáætlun. Til einföldunar mætti vinna með eyðublað sem væri eitthvað í líkingu við það sem hér er sett fram:

200X	Markmið	Markmið
Lok september		
Lok nóvember		
Lok 200X		
Lok 200X		

Markmið eru oft fyrst skilgreind til lengri tíma, t.d. þriggja ára. Síðan eru þau brotin þannig niður, að fyrir næsta ár eru skilgreind markmið eftir mánuðum. Hér er engin einhlít regla og verður hver að finna sinn takt og sína aðferð. Mestu máli skiptir, að eftir að markmið hafa verið sett á blað þá hafi hvert markmið sína framkvæmdaáætlun.

## 8.1 Efnisþættir í viðskiptaáætlun

Viðskiptaáætlun útskýrir möguleika viðskiptahugmyndar til árangurs – og þá skiptir ekki máli hversu umfangsmikið verkefnið er. Hún leitar svara við þeirri spurningu hversu mikil áhætta felist í verkefninu og gerir grein fyrir þeim ávinningi sem vænta má ef vel tekst til. Hér erum við því í raun komin með tæki sem er ætlað að leggja mat á áhættuþáttinn. Oft er verið að biðja lesanda viðskiptaáætlunar

að leggja fjármuni í verkefnið og viðskiptaáætlun þarf að svara þeirri spurningu hvort það sé fýsilegt. Það sem einum kann að finnast áhugavert og fýsilegt kann hinsvegar öðrum að finnast ótrúverðugt og alltof áhættusamt.

Það má einnig halda því fram, að viðskiptaáætlun sé n.k. sýndarveröld. Í henni eru gerð viðskipti fram í tímann. Við "framleiðum" ákveðið magn af vöru og/eða þjónustu, á ákveðnum kostnaði og seljum tilgreindum markhópum tilgreint magn. Við reiknum út og reynum að áætla tekjur og kostnað fram í tímann. Sem sagt: við reikum fyrirtækið á pappírnum, helst þannig að það skili viðunandi árangri á t.d. næstu þremur árum.

Er þá viðskiptaáætlun fyrst og fremst útreikningar og tölur? Því fer fjarri og má segja að oft sé of mikið talnaflóð í viðskiptaáætlunum.

Menn kannast við svimandi hagnaðarspár og sölutölur þar sem höfundar viðskiptaáætlana létu hagnaðinn nánast ráðast af þeirri dálkastærð sem excel forritið leyfði hverju sinni! Það er einfalt að verða ríkur í excel. Oft eru slíkar ofur hagnaðar-áætlanir meira vísindaskáldskapur en raunhæf viðskiptaáætlun. Það sem menn vilja sjá, þegar tölur eru annars vegar eru raunhæfar og vel ígrundaðar forsendur. Best er að styðja áætlanir með staðreyndum eftir því sem kostur er. Þannig vísa starfandi fyrirtæki til fyrri árangurs og annarrar þekkingar sem er til staðar í fyrirtækinu. Einnig er afar sterkt að geta vísað til markaðslegra kannana því það eru jú sölutölurnar sem mestu máli skipta um árangurinn, þegar upp er staðið.

Markaðslegar kannanir þurfa ekki að vera flóknar eða kostnaðarsamar. Stundum nægir að hringja nokkur símtöl, lesa og túlka skýrslur sem þegar liggja fyrir, vafra um á Internetinu og safna saman upplýsingum. Þegar söfnun og skoðun á upplýsingum er lokið þarf að leggja mat á þær og greina. Slík greining er gjarnan kölluð markaðsgreining og hún er mikilvæg vegna þess að tölulegar áætlanir um sölu og þar með tekjur fyrirtækisins byggja á markaðsgreiningunni. Einnig þarf að gera áætlun um markaðssetningu og auglýsingar og einnig þar er byggt á markaðsgreiningunni. Niðurstöður úr markaðsgreiningu ættu

ekki að vera mjög flóknar heldur einfaldar og mjög skýrar. Þær segja oft til um það, hvar væntanlegir viðskiptavinir búa, hvernig kynjaskipting er (kaupa konur meira en karlar?), aldurskipting (höfðar varan t.d. meira til aldurshópsins 40-60 en hópsins 20-30 ára?). Oft fjallar slík greining einnig um ákveðin einkenni sem má greina hjá hópum eins og t.d. áhugamál, lífsstíll (“markhópurinn sækir í lífrænt ræktaðar vörur”) og þannig mætti lengi telja. Þekktu væntanlegan viðskiptavin, það er kjarni málsins. Því meira sem þú veist um þarfir hans og óskir, þeim mun meiri verður salan.

Eins og áður sagði er markaðsgreining notuð þegar samin er markaðsáætlun. Þessi áætlun fjallar í grófum dráttum um fjögur meginatriði:

*Vöruna sjálfa – eiginleika hennar og gagnsemi fyrir viðskiptavininn. Hvaða þörf svarar varan o.s.frv.*

*Verð vöru eða þjónustu. Hér skiptir mestu máli að verðleggja rétt, en ekki hátt eða lágt. Rétt verð er það verð sem viðskiptavinur er tilbúinn að greiða og við erum tilbúin að selja á.*

*Dreifing og staðsetning. Það getur skipt miklu máli að standa vel að dreifingu og þannig, að hún verði hvorki of flókin né kostnaðarsöm. Staðsetning er stundum afgerandi þáttur og stundum skiptir hún sáralitlu máli. Oftast skiptir miklu máli að staðsetja verslun rétt, en ýmis þjónustufyrirtæki eru hins vegar þess eðlis að engu máli skiptir hvar þau eru staðsett. Þannig getur t.d. fyrirtæki sem býður upp á vefsíðugerð verið staðsett nánast hvar sem er svo fremi sem nauðsynlegar tengingar og starfskraftar eru til staðar.*

*Að síðustu þarf að auglýsa og kynna vöru og þjónustu, hversu umfangsmikil eða umfangslítill starfsemin er að öðru leyti: Ýmsar leiðir eru til að kynna vöru og þjónustu. M.a. má nefna:*

*Auglýsingar í dagblöðum, tímaritum, á gulum síðum, í sjónvarpi og útvarpi og á Internetinu.*

*Aðrar kynningarleiðir, eins og t.d. bæklingar,*

*áprentaðir bolir, merktir bílar, sérstakar uppákomur og einfaldlega sú leið sem oft er öflugust: maður segir manni eins og þar stendur.*

*Síðan má nefna almannatengsl (“Public relations” á ensku). Það getur oft verið mikilla fjármuna virði að koma umfjöllun inn í fjölmiðil. Þetta er oft ekki mjög erfitt ef rétt er staðið að verki. Sérstaklega ber að hafa í huga að senda ekki langa og flókna texta til miðlanna. Sendið jafnvel ekki meira en hálfa síðu af texta og forðist allar málalengingar. Ef hægt er að senda lífliga mynd með fréttinni þá aukast verulega líkur á að hún verði birt.*

Hvort væntingar um sölu nást ræðst ekki aðeins af markaðslegum forsendum, svo sem markaðskönnunum, væntri þörf og þróun þarfarinnar. Árangurinn ræðst ekki síður af þeim einstaklingum sem leiða starfið. Þess eru mörg dæmi að fjárfestar trúu fyllilega á það sem fram kemur í viðskiptaáætluninni; um þörfina fyrir lausnina og væntanlega þróun þarfarinnar; tæknilega útfærslu, markaðsstærðina, þróun markaðarins og áætlaða markaðshlutdeild; hagnað og arðsami; já að þeir trúu á allt... nema þann eða þá einstaklinga sem ætla að leiða verkið til árangurs!

Skynsamlegt er að fjalla ýtarlega um veikar og sterkar hliðar verkefnisins. Sumum hættir til að „gleyma“ veikum hliðum eða gera lítið úr þeim. Erfitt er að segja hvers vegna svo er, hugsanlega er þetta að einhverju leyti sálfræðilegt. Menn hreinlega „bæla“ veikleikana og neita að horfast í augu við þá. Eða þá að höfundur telur sterku hliðarnar svo yfirgnæfandi að það sé óþarfi að fjalla um einhverja veikleika sem enginn komi hvort eð er auga á. Það er rétt, flestir kunna að heillast svo mjög af verkefninu að þeim yfirjáist veikleikarnir. Vandinn er bara sá, að sá litli hópur sem kemur strax auga á veikleikana og kemur með „erfiðu“ spurningarnar eru þessir þjálfuðu og reyndu fjárfestar og bankamenn. Þeir vilja miklu frekar sjá að veikleikarnir séu skilgreindir, því sá sem ekki þekkir veikleika sína á erfitt með að bregðast við ef andstreymi kemur upp og það mun gerast á einhverjum tímapunkti í þróun viðskiptahugmynda eða starfandi fyrirtækis.

Það er miklu vænlegra að fjalla á alveg hreinskilinn og

heiðarlegan hátt um bæði sterkar og veikar hliðar verkefnisins. Lesandinn vill sjá að hér sé á ferðinni áhugaverð viðskiptahugmynd og, ef því er að skipta, viðskiptamódel sem muni tryggja framgang hugmyndarinnar og umbreyta henni í arðvænlegan rekstur. Viðskiptaáætlun þarf að svara fjórum grundvallar spurningum

1. Eru markmiðin vel skilgreind?
2. Er þörf?
3. Er stefnan vænleg til árangurs?
4. Getur frumkvöðullinn hrint stefnunni í framkvæmd?

Þessar spurningar vísa til tveggja meginþátta sem fjárfestar og bankar horfa á: Viðskiptahugmyndin og viðskiptamódelið annars vegar og fólkíð sem ætlar að hrinda stefnunni í framkvæmd hins vegar.

## 8.2 Viðskiptamódelið

Hér er átt við að viðskiptaáætlunin lýsi innra samhengi þeirra þátta sem mestu skipta þannig að lesandinn skilji til fulls samhengið. Athugið að lýsing á viðskiptamódeli er ekki sjálfstæður kafli í viðskiptaáætlun heldur er áætlunin unnin með þeim hætti að módelið komi skýrt og greinilega í ljós við lesturinn. Þessu er einfaldast að lýsa með eftirfarandi mynd:



Á þessari mynd er fyrst og fremst verið að ítreka, að góð viðskiptaáætlun segir sögu. Þessi saga þarf að heilla lesandann og kveikja hjá honum áhuga, helst mikinn áhuga. Það er auðvitað gott og nauðsynlegt að vinna áætlun samkvæmt “forsniðum” sem víða er hægt að nálgast og er oftast svipað að inntaki. Sumir vilja byrja á að fjalla um sjálfa lausnina (viðskiptahugmyndina) en aðrir telja rétt að fara aðeins lauslega yfir lausnina og vinda sér strax í

markaðsmálin. Fara síðan nánar yfir lausnina. Sumir fjalla um starfsmenn og stjórnun aftarlega í viðskiptaáætlun, aðrir telja rétt að byrja á þessum þætti.

Allt er þetta gott og blessað. Það sem hins vegar er hér verið að undirstrika er eftirfarandi: Viðskiptaáætlun “selur” ekki einungis vegna þess að samviskusamlega er fyllt út í “kassa” og engu gleymt. Það er einhver heillandi, samræmd

og gegnhugsuð saga sem við segjum í viðskiptaáætlun, saga sem fangar huga lesandans, þannig að hann leggur hana helst ekki frá sér fyrr en að lestri loknum, eins og margir þekjja þegar um er að ræða góða bók. Gleymum ekki tilganginum sem er að afla ákveðnu verkefni fylgis.

Á myndinni hér að framan er fyrst spurt, hvort lausnin feli í sér viðskiptatækifæri, þ.e. hvort verið sé að uppfylla raunverulega, brýna og viðvarandi þörf. Síðan er kannað, hvort markaðurinn sé tilbúinn til að greiða uppsett verð fyrir lausnina, hvort hann sé nægjanlega stór og hvað þarf til að ná þar árangri og framlegð. Síðan eru skoðaðir innri þættir sem snúa að framkvæmd. Hér getur verið gott að gera nákvæma framkvæmdaáætlun um verkefnið því þá koma í ljós kostnaðarliðir og aðrar mikilvægar tölur sem hvort eð er þarf að gera grein fyrir í viðskiptaáætlun. Sem sagt: rökstuðningurinn fyrir mikilvægum tölum (sem eru í fjárhagshluta viðskiptaáætlunar) er nánast kominn þegar góð framkvæmdaáætlun liggur fyrir. Almenn séð er ástæða til að varast miklar tæknilegar útskýringar og smáatriði varðandi lausnina. Það sem skiptir mestu máli er að lesandinn sjái mjög skýrt að á ferðinni sé mjög áhugavert viðskiptamódel. Í dæminu hér á eftir er því lýst, hvernig dregnir eru fram ákveðnir meginþættir í tilbúnu verkefni. Áherslan er hér lögð á að lesandinn átti sig á þeim ávinningi sem hlýst af því að ráðast í tiltekna framkvæmd. Ávinningurinn hér tengist þörfinni og hvernig henni er fullnægt (þjónusta, virkni), með hvaða hætti er áformað að

endurbæta og styrkja vöru sem þegar er fyrir á markaðnum (endurbætur) og hvernig sérstaða og ávinningur er dreginn fram með því að taka upp sólarhringsþjónustu.

Að síðustu er rétt að minnast á fjármálin. Víða má nálgast gögn sem eru hjálpleg við gerð fjárhagslegra áætlana og sjálfsagt að nýta sér það. Það má segja að fjárhagsáætlun sé nokkurs konar lokapunktur í viðskiptaáætlun.

Hér verður ekki farið djúpt í fjármálalega umfjöllun. Þó er rétt að árétta, að viðskiptaáætlun er lítils virði ef þar er ekki að finna umfjöllun um fjármálin. Raunar má segja að öll áætlunin sé ákveðin tilraun til að sýna fram á og "sanna" að tölurnar sem fram koma í fjárhagsáætlun séu trúverðugar. Þær áætlanir sem ekki verður komist hjá að gera eru stofnkostnaðaráætlun og rekstraráætlun til ákveðins tíma, t.d. þriggja ára. Oft getur verið nauðsynlegt að leita aðstoðar við gerð fjárhagslegra áætlana, t.d. hjá bókkara eða endurskoðanda.

## Stofnkostnaður

Í upphafi þarf að meta stofnkostnað. Hér þarf að tína allt til, þ.m.t. eigið vinnuframlag, aðkeypta vinnu við undirbúning og áætlanagerð, kaup á aðföngum, fjárfestingar í margháttaðum búnaði s.s. bifreiðum, húsnæði o.fl.

- *Þörfin sé til staðar hjá viðskiptavinum*
  - *Meiri þjónusta*
  - *Betri virkni*
- *Einkenni vöru/þjónustu*
  - *Endurbætur hafa verið gerðar á lausninni*
- *Aukið virði (value added)*
  - *þjónustuborð allan sólarhringinn*

*Að lestri loknum fær lesandinn sterkt á tilfinninguna að um sé að ræða áhugavert verkefni.*

*Niðurstaðan í þessu einfalda dæmi er: Betri lausn, meiri virkni og opið allan sólarhringinn.*

## Rekstraráætlun

Söluáætlun myndar tekjur í rekstraráætlun en gjöldin skiptast í fastan og breytilegan kostnað. Gera þarf skýran greinarmun á föstum og breytilegum kostnaði því breytilegur kostnaður eykst með aukinni sölu. Æskilegt er að tengja breytilegan kostnað við söluáætlun. Þannig að ef forsendur sölu breytast hafi það bein áhrif á breytilegan kostnað. Gerð er ítarleg áætlun um tekjur og gjöld. Rétt er að varast sérstaklega að rugla ekki saman fjárfestingum og rekstrarkostnaði. Afborganir af lánum koma ekki fram í rekstraráætlun en eru tilgreindar í sjóðstreymisáætlun.

## Fjármögnun

Eitt af markmiðum viðskiptaáætlunar er að draga úr áhættu og því getur vel unnin og trúverðug viðskiptaáætlun skipt sköpum þegar kemur að því að semja við fjárfesta. Núverandi og væntanleg fjárþörf er útlistuð eins og kostur er. Auk þess skal, ef við á, núverandi staða fjármála tíunduð, þar á meðal upplýsingar um eigendur, hluthafa og helstu lánardrottna. Gott er að byrja að meta hversu mikið af eigin fjármagni er til reiðu og reikna síðan hversu mikið utanaðkomandi fjármagn er nauðsynlegt. Í grófum dráttum má segja að utanaðkomandi fjármögnun geti verið með tvennu móti:

*Eigið fé: Stundum kallað „þolinmótt fjármagn“, því að ekki hlýst af því beinn kostnaður vegna afborgana og vaxta. Sala hlutafjár er áhættulítill en þess ber að gæta að hún getur falið í sér utanaðkomandi aðkomu að stjórn félagsins.*

*Lánsfé: Oft eru lánastofnanir tregar til að lána fyrirtækjum ef lítið eigið fjármagn er til staðar og krefjast trygginga fyrir afborgunum. Lánsfé krefst þess að afborganir og vextir séu greiddir óháð rekstrarafkomu, því fylgir lánsfé töluverð áhætta, sér í lagi hjá nýjum fyrirtækjum sem hafa ekki trygga afkomu.*



9.1 Merkingar á geymsluþoli

9.2 Ákvörðun á geymsluþoli

9.3 Notkun hráefna með útrunnið geymsluþol

HOUSE ICE CREAM™



Holtsels-Hnoss

Holtseli

601 Akureyri

: 4631159-8612859

Best before see  
bottom (-18°C)  
Once defrosted, do  
not refreeze.

• BAUERNHOF-E

## 9.1 Merkingar á geymslupoli

Matvæli eiga að vera merkt með „best fyrir“ eða „best fyrir lok“. Kælivörur sem hafa fimm daga geymslupól eða skemmra eiga þó að vera merkt með „síðasti neysludagur“. Allar kælivörur sem hafa þriggja mánaða geymslupól eða skemmra, eiga jafnframt að vera merkt með „þökkunardagur“. Orðunum fylgi annað hvort sjálf dagsetningin eða tilvísun í það hvar dagsetningin kemur fram.

Dagsetning skal tilgreind sem dagur, mánuður og ár en eftirfarandi frávik eru heimil:

a) fyrir matvæli sem geymast þrjú mánuði eða skemur nægir að tilgreina dag og mánuð;

b) fyrir matvæli sem geymast í 18 mánuði eða skemur, þó lengur en 3 mánuði, nægir að tilgreina mánuð og ár;

c) fyrir matvæli sem geymast lengur en 18 mánuði nægir að tilgreina ár.

Óheimilt er að:

gera breytingu á merkingu geymsluskilyrða og geymslupóls á umbúðum matvæla;

dreifa matvælum eftir dagsetningu „síðasta neysludags“ og tímabil „best fyrir“ merkingu;

Meginregla um geymslupólsmerkingar

Geymslupól	Geymslupól	Síðasti neysludagur	Best fyrir
5 dagar eða styttra	x	x	Dagur + mán
6 dagar - 3ja mán	x		Mán + ár
3 - 18 mán			Ár
Lengra en 18 mán			

Ekki er skylt að tilgreina geymslupól þegar um er að ræða:

- Ferska ávexti og grænmeti, þar með taldar kartöflur sem ekki hafa verið flysjaðar, sneiddar eða meðhöndlaðar með öðrum hætti. Undanþága þessi nær ekki til spírandi fræja eða sambærilegra afurða svo sem belgaldinspíra
- Vín, líkjöra, freyðivín, kryddvín og sambærilegar afurðir úr ávöxtum öðrum en þrúgum. Einnig drykkjarvörur sem flokkast undir tollflokkinn 22.06, samkvæmt alþjóða tollskránni og framleiddar eru úr þrúgum eða þrúgusafa
- Drykkjarvörur sem í eru 10% eða meira af vínanda miðað við rúmmál
- Gosdrykki
- Aldinsafa

- Nektar og áfenga drykki í ílátum sem rúma 5 lítra eða meira til afgreiðslu til stóreldhúsa
- Bökunarvörur sem að öllu jöfnu er neytt innan sólarhrings frá framleiðslu. Rotvarðar vörur skulu þó vera geymslupólsmerktar
- Edik
- Matarsalt
- Sykur
- Hunang
- Kakó- og súkkulaðivörur
- Sælgæti sem nær eingöngu er gert úr bragðbættum og/eða lituðum sykri
- Tyggigúmmi og hliðstæðar tyggivörur
- Einstaka einingar af ís þar sem geymslupól kemur fram á ytri umbúðum

## 9.2 Ákvörðun á geymslupoli

Framleiðandi vöru ákvarðar og ber ábyrgð á geymslupolsmerkingu hennar. Við ákvörðun geymslupols skal tekið tillit til eðlis vörunnar, flutnings-, dreifingar- og geymsluskilyrða.

## 9.3 Notkun hráefna með útrunnið geymslupól

Notkun hráefnis sem komið er fram yfir merкта „best fyrir“ dagsetningu í hvers lags framleiðslu er með öllu óheimil. Í 3. gr. samanber og 20. gr. reglugerðar nr. 503/2005 um merkingu, auglýsingu og kynningu matvæla kemur skýrt fram hvaða geymslupolsmerkingar þurfa að vera á matvælum og einnig hvaða skilyrði gilda um dreifingu á matvælum sem skylt er að merkja með geymslupoli.

Þrátt fyrir að geymslupolsmerkingin „best fyrir“ gefi til kynna lágmarksgeymslupól og að matvæli geti haldið eiginleikum sínum fram yfir merкта „best fyrir“ dagsetningu er með öllu óheimilt, samkvæmt ofangreindri reglugerð, að dreifa matvælum sem komin eru fram yfir þá dagsetningu. Þetta gildir jafnt um dreifingu matvæla með einstaka hráefnum sem komin eru fram yfir merкта „best fyrir“ dagsetningu þó svo matvælin sjálf séu innan „best fyrir“ dagsetningar eða dreifingu á forpökkuðum matvælum sem komin eru fram yfir merкта dagsetningu.

Ef framleiðendur nota hráefni sem er um það bil að fara fram yfir merкта „best fyrir“ dagsetningu til framleiðslu á matvælum sem fá svo aðra „best fyrir“ dagsetningu en hráefnið var með eru framleiðendurnir að breyta merkingu á geymslupoli matvæla og er slíkt óheimilt samkvæmt 2. mgr. 20. gr. reglugerðar nr. 503/2005 um merkingu matvæla.



# Beint <sup>MS</sup> frá býli

## HEIMAVINNSLA OG SALA AFURÐA

Höfundar:  
Arni Josteinnsson  
Berglind Víktorsdóttir  
G. Ágúst Pétursson (ritstjóri)  
Guðmundur Guðmundsson  
Laufey Haraldsdóttir  
Laufey Steingrimsdóttir  
Olóf Þ. Hallgrímsdóttir  
Sigurður Steingrímsson

Útgefandi:  
*Beint frá býli, samstarfshópur eftirfarandi  
stofnana/félagasamtaka:* Bændasamtök Íslands, Félag  
ferðapjónustubaenda, Hólaskóli - Háskólinn á Hólum, Impra,  
Landbúnaðarháskóli Íslands og Lífandi landbúnaður.

Hönnun og umbrot: Stíll  
Prófastalestur: Harla  
Prentun: Ásprent

Akureyri 2007

[www.beintfrabyli.is](http://www.beintfrabyli.is)



impra nýsköpunarmiðstöð  
löntæknistofnun

