

# Breed)<sup>2</sup>

Ενδυνάμωση του συστήματος ΕΕΚ μέσω της βιώσιμης επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην ποιοτική εκτροφή χοίρων



Οδηγός κινήτρων για  
ποιοτική εκτροφή  
χοίρων



Ενδυνάμωση του συστήματος ΕΕΚ μέσω της βιώσιμης επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην ποιοτική εκτροφή χοίρων

2019-1-IT01-KA202-007785

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Οδηγός κινήτρων για ποιοτική εκτροφή χοίρων

Συγγραφέας:

Asociacija MINTIES BITĖS, Λιθουανία

Συν-συγγραφείς:

DINAMICA SCRL, Ιταλία

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, Ελλάδα

ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE  
"ANTONIO ZANELLI", Ιταλία

GRAN SASSO - ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ LAGA, Ιταλία

ESCOLA PROFISSIONAL COOPERATIVA  
EPRALIMA, Πορτογαλία

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA  
WIEJSKIEGO W ΒΑΡΣΖΑΟΥΗ, Πολωνία

Διάταξη γραφικών από:

ESCOLA PROFISSIONAL COOPERATIVA  
EPRALIMA, Πορτογαλία

*Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου που αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.*

# Οδηγός κινήτρων για ποιοτική εκτροφή χοίρων





## Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή .....	6
<b>1   Προσέγγιση για την παρακίνηση των εκπαιδευομένων</b>	<b>7</b>
Με την ανάληψη της εκπαίδευσης οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να μελετήσουν 14 ενότητες. ....	7
<b>2   Βασικές δεξιότητες επικοινωνίας, όπως ψηφιακές, γλωσσικές και κοινωνικές επικοινωνιακές δεξιότητες.....</b>	<b>7</b>
<b>3   Καθοδήγηση στο ψηφιακό περιβάλλον .....</b>	<b>12</b>
<b>4   Αρχές και τεχνικές εκτροφής χοίρων σε εξωτερικούς χώρους.....</b>	<b>14</b>
<b>5   Αρχές προϊόντων χοίρου - παράδοση, πολιτιστική κληρονομιά και αγορά.....</b>	<b>17</b>
<b>6   Αρχές ικανοποίησης πελατών.....</b>	<b>20</b>
<b>7   Αρχές αειφορίας - αναφέρεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας.....</b>	<b>22</b>
<b>8   Αρχές βιωσιμότητας - αναφέρεται στην κοινοτική αποδοχή .....</b>	<b>25</b>
<b>9   Βήματα που οδηγούν από μια επιχειρηματική ιδέα σε μια βιώσιμη επιχείρηση που επιτυγχάνει την ικανοποίηση των πελατών, το περιβάλλον και τη βιοποικιλότητα, διασφαλίζοντας τη συμμόρφωση και την αποδοχή της κοινότητας .....</b>	<b>26</b>
<b>συμπέρασμα.....</b>	<b>29</b>
<b>βιβλιογραφικές αναφορές.....</b>	<b>30</b>

## ➤ Εισαγωγή

Ο χοίρος ήταν ένα από τα πρώτα ζώα που εξημερώθηκαν πριν από περισσότερα από 6.000 χρόνια και οι Κινέζοι ήταν οι πρώτοι που εκτρέφουν άγρια γουρούνια για τροφή. Σήμερα οι χοίροι υπάρχουν σε κάθε ήπειρο εκτός από την Ανταρκτική, αλλά η καλλιέργεια τους είναι μια πολύπλοκη ασχολία και απαιτεί γνώση του τρόπου σωστής φροντίδας τους για να διασφαλιστεί η ευημερία τους και η προστασία του περιβάλλοντος.

Αυτός ο οδηγός απευθύνεται σε επιχειρηματίες χοιροτροφίας (νέους ή υφιστάμενους) και δημιουργήθηκε για να προωθήσει τη θετική στάση απέναντι στην εργαλειοθήκη OER BREED VET για βιώσιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην ποιοτική χοιροτροφία. Η εργαλειοθήκη αποτελείται από 14 ενότητες, όπου μπορείτε να βρείτε διάφορες πληροφορίες για χοίρους και άλλα σχετικά πράγματα. Αυτές οι ενότητες προετοιμάστηκαν από τους εταίρους του έργου BREED.

Αυτός ο οδηγός αποτελείται από 9 κεφάλαια τα οποία είναι αφιερωμένα σε σημαντικές πτυχές της εκτροφής χοίρων.

### Αυτά τα κεφάλαια είναι:

- Προσέγγιση για την παρακίνηση των εκπαιδευομένων να αναλάβουν την εκπαίδευση
- Βασικές δεξιότητες επικοινωνίας, όπως ψηφιακές, γλωσσικές και κοινωνικές επικοινωνιακές δεξιότητες
- Καθοδήγηση στο ψηφιακό περιβάλλον
- Αρχές και τεχνικές εκτροφής χοίρων σε εξωτερικούς χώρους
- Αρχές προϊόντων χοίρου - παράδοση, πολιτιστική κληρονομιά και αγορά
- Αρχές ικανοποίησης πελατών
- Αρχές αειφόρας - αναφέρεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας
- Αρχές βιωσιμότητας - αναφέρεται στην κοινοτική αποδοχή
- Βήματα που οδηγούν από μια επιχειρηματική ιδέα σε μια βιώσιμη επιχείρηση που επιτυγχάνει την ικανοποίηση των πελατών, το περιβάλλον και τη βιοποικιλότητα, διασφαλίζοντας τη συμμόρφωση και την αποδοχή της κοινότητας

Ένας από τους βασικούς μας στόχους είναι να βοηθήσουμε νέους ή υπάρχοντες επιχειρηματίες χοιροτροφιών εκμεταλλεύσεων να αποκτήσουν νέες δεξιότητες και να χρησιμοποιήσουν τη γνώση στις επιχειρήσεις τους, επομένως κάθε κεφάλαιο προσφέρει όχι μόνο θεωρητικές αλλά και πρακτικές συμβουλές.

## 1 | Προσέγγιση για την παρακίνηση των εκπαιδευομένων

Με την ανάληψη της εκπαίδευσης οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να μελετήσουν 14 ενότητες.

Αυτές οι ενότητες είναι:

.	Τίτλος ενότητας
1	Ευρωπαϊκοί, εθνικοί και περιφερειακοί κανονισμοί για την χοιροτροφία ελεύθερης βοσκής
2	Μεταβολές του εδάφους και των υπόγειων υδάτων που σχετίζονται με την αναπαραγωγή σε εξωτερικούς χώρους
3	Άζωτο που εκπέμπεται στον αέρα από την υπαίθρια αναπαραγωγή
4	Απαραίτητος εξοπλισμός για χοιροτροφία ελεύθερας βοσκής
5	Τεχνικές εκτροφής χοίρων ελεύθερας βοσκής
6	Ανάγκες και τροφή των ζώων που εκτρέφονται σε εξωτερικούς χώρους
7	Θέματα που σχετίζονται με την καλή διαβίωση των ζώων
8	Ηθολογία χοιροτροφίας ελεύθερας βοσκής
9	Προβλήματα υγείας των χοίρων και άλλες απειλές που συνδέονται με την εκτροφή ελεύθερας βοσκής
10	Πυκνότητα κάλτσας
11	Ποιότητα του κρέατος που προέρχεται από ζώα που εκτρέφονται σε εξωτερικούς χώρους
12	Βασικές δραστηριότητες μάρκετινγκ
13	Ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας
14	Διαδικτυακή πώληση

## 2 | Βασικές δεξιότητες επικοινωνίας, όπως ψηφιακές, γλωσσικές και κοινωνικές επικοινωνιακές δεξιότητες



Η ικανότητα στην επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για την υγεία μας, τις σχέσεις μας και μάλιστα για όλες τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουμε ως λειτουργικοί άνθρωποι (Hannawa & Spritzberg, 2015). Μελέτες έχουν δείξει μια σαφή και θετική σχέση μεταξύ αποτελεσματικών διαπροσωπικών δεξιοτήτων και μιας σειράς πλεονεκτημάτων όπως μεγαλύτερη ευτυχία στη ζωή, ανθεκτικότητα στο στρες και ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι ίσως η πιο σημαντική από όλες τις δεξιότητες ζωής. Είναι αυτό που μας δίνει τη δυνατότητα να περάσουμε πληροφορίες σε άλλους ανθρώπους και να καταλάβουμε τι μας λένε. Αρκεί να παρακολουθήσετε ένα μωρό να ακούει με προσήλωση τη μητέρα του και να προσπαθεί να επαναλάβει τους ήχους που κάνει για να καταλάβετε πόσο θεμελιώδης είναι η παρόρμηση για επικοινωνία.

Η επικοινωνία, στην πιο απλή της μορφή, είναι η πράξη μεταφοράς πληροφοριών από το ένα μέρος στο άλλο. Μπορεί να είναι φωνητικά (με χρήση φωνής), γραπτά (με χρήση έντυπων ή ψηφιακών μέσων όπως βιβλία, περιοδικά, ιστότοποι ή email), οπτικά (χρησιμοποιώντας λογότυπα, χάρτες, γραφήματα ή γραφήματα) ή μη λεκτικά (χρησιμοποιώντας γλώσσα του σώματος, χειρονομίες και τόνος και ύψος φωνής). Στην πράξη, είναι συχνά ένας συνδυασμός πολλών από αυτά.

Η μηχανογράφηση των διαδικασιών εισήχθη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Μετά από σχεδόν 30 χρόνια κινητικότητας, το cloud computing, το Internet of Things (IoT), η επαυξημένη πραγματικότητα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα αποκεντρωμένα δημόσια βιβλία συναλλαγών όπως το blockchain οδηγούν τις επιχειρήσεις σε νέες ψηφιακές διαδικασίες αφοσίωσης πελατών και τεχνολογίας πληροφορικής.

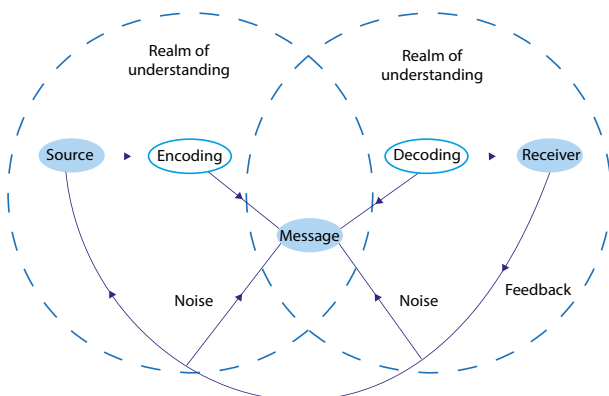
Από τα μέσα της δεκαετίας του 2000 μέχρι σήμερα, οι έξυπνες συσκευές και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν έντονα τις μεθόδους επικοινωνίας και ανοίγουν νέα κανάλια επικοινωνίας με τους πελάτες. Η ψηφιακή επικοινωνία ενθάρρυνε τις υψηλές προσδοκίες σχετικά με τη διαθεσιμότητα πολλών καναλιών και έφερε επανάσταση στην Εμπειρία Εξυπηρέτησης Πελατών στο πλαίσιο της προσέγγισης «Πελάτης στο Κέντρο» και επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο.

Στο πλαίσιο της άνοδος των νέων τεχνολογιών, όλες οι βιομηχανίες διεξάγουν διάφορες πρωτοβουλίες για να ανακαλύψουν και να εκμεταλλευτούν τα τεχνολογικά οφέλη.

### Μορφές επικοινωνίας και ψηφιακής επικοινωνίας Επισκόπηση και ορισμός

Η επικοινωνία μπορεί να οριστεί ως «μετάδοση πληροφοριών, ιδεών, στάσεων ή συναισθημάτων από ένα άτομο ή ομάδα σε άλλο (ή άλλους), κυρίως μέσω συμβόλων» (Theodorson & Theodorson, 1969). Το μήνυμα που κατέχει την βασική αξία της διαδικασίας αναφέρεται σε πληροφορίες που απεικονίζονται με λέξεις, σημεία και σήματα (Nordquist, 2017). Υπάρχουν άλλα σημαντικά στοιχεία που περιλαμβάνουν την πηγή, τη διαδικασία κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης, δέκτες και άλλα συνεισφέροντα στοιχεία, τα οποία φαίνονται στο σχήμα 1. Παρά τα απλά στοιχεία του μοντέλου, η επιτυχία των επικοινωνιών εξαρτάται από τους συνδέσμους αυτών των παραγόντων.

Εικόνα 1. Ένα γραμμικό μοντέλο επικοινωνίας



Η ταχεία ανάπτυξη των ψηφιακών τεχνολογιών, ιδιαίτερα του Διαδικτύου και της εφαρμογής του, της τεχνολογίας κινητών συσκευών επέτρεψε την επικοινωνία με τις νέες μορφές και κανάλια εκτός από γνωστά όπως εφημερίδες, τηλεόραση, βιβλία κ.λπ. που είναι επίσης γνωστά ως παραδοσιακή επικοινωνία. Ο όρος ψηφιακή επικοινωνία αναφέρεται σε κάθε είδος επικοινωνίας που συμβαίνει μέσα στη σφαίρα ενός ψηφιακού περιβάλλοντος μέσω του ηλεκτρονικού μέσου.

Σημαίνει ότι όταν πραγματοποιείτε οποιαδήποτε συνομιλία ή ανταλλαγή πληροφοριών στο Διαδίκτυο



ή στις τηλεπικοινωνίες, οι άνθρωποι επικοινωνούν ψηφιακά.

### Μορφές ψηφιακής επικοινωνίας

Λόγω της ανάπτυξης της υψηλής τεχνολογίας, πολυάριθμες μορφές επικοινωνίας έχουν χρησιμοποιηθεί για ψηφιακή μετάδοση σε διάφορους τύπους μέσων και οχήματα. Όταν αναφέρουμε την ψηφιακή επικοινωνία, οι άνθρωποι συνήθως σκέφτονται το Διαδίκτυο ως το πιο δημοφιλές παράδειγμα. Ωστόσο, η ψηφιακή εποχή έχει φέρει στην κοινωνία περισσότερα εργαλεία από το Διαδίκτυο. Το επόμενο μέρος παραθέτει ορισμένες κύριες μορφές ψηφιακής επικοινωνίας που παίζουν εξέχοντα ρόλο στο επιχειρηματικό περιβάλλον στις μέρες μας.

#### • Διαδίκτυο και email

Το Διαδίκτυο, το οποίο είναι γνωστό ως το δίκτυο που συνδέει διαφορετικούς υπολογιστές παγκοσμίως, είναι ένα τεράστιο κανάλι επικοινωνίας με εκτίμηση 972 εκατομμυρίων διαδικτυακών πληθυσμών το 2007 (Philip Kotler, 2008). Το email, από την άλλη πλευρά, από την πρώτη του εισαγωγή στη δεκαετία του 1960, θεωρείται το εξέχον εργαλείο ψηφιακής επικοινωνίας τόσο σε δημόσιο όσο και σε ιδιωτικό περιβάλλον.

#### • Κινητά τηλέφωνα

Στο παρελθόν, τα κινητά τηλέφωνα είχαν μόνο κλήσεις και μηνύματα κειμένου (SMS) ως μεθόδους επικοινωνίας. Χάρη στην ανακάλυψη των smartphone με 3G και Wi-Fi στα μέσα της δεκαετίας του 2000 και 4G και 5G τα τελευταία χρόνια, τα κινητά τηλέφωνα έχουν μετατραπεί σε συσκευές ψηφιακής μετάδοσης με πολλούς πρακτικούς τύπους επικοινωνίας. Τα μηνύματα πολυμέσων, οι φωνητικές κλήσεις και οι βιντεοκλήσεις είναι πλέον διαθέσιμα μέσω αυτού του ηλεκτρονικού μέσου.

#### • Φυσικά ψηφιακά μέσα

Οι αυξανόμενες ανάγκες των ψηφιακών μεταδόσεων απαιτούν από τους ανθρώπους να αποθηκεύουν δεδομένα ηλεκτρονικά. Τα ψηφιακά αρχεία ανταλλάσσονται καθημερινά στο διαδικτυακό περιβάλλον. Είναι επίσης μια μορφή εμπλοκής της ψηφιακής επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων.

#### • Μέσα ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Είναι απαραίτητο να αναφερθεί ο επαναστατικός αντίκτυπος των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στις ψηφιακές επικοινωνίες. Δεδομένου ότι αυτή η μορφή επικοινωνίας έχει κρίσιμο ρόλο στην ερευνητική μελέτη, συζητείται διεξοδικά στο επόμενο μέρος με επαρκείς πληροφορίες.

Πώς να βελτιώσετε τις δεξιότητες επικοινωνίας μέσω μιας οθόνης

Από διαπροσωπική άποψη, κάθε είδος θετικής επικοινωνίας είναι υγιές. Ακολουθούν μερικές συμβουλές για τη βελτίωση των δεξιοτήτων επικοινωνίας σε έναν ψηφιακό κόσμο:

Χρησιμοποιήστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μία από τις καλύτερες ευκαιρίες για αποτελεσματική επικοινωνία στον ψηφιακό κόσμο και συχνά θεωρούνται ως ο καλύτερος τρόπος για να χτίσετε ή να αναπτύξετε σχέσεις στο διαδίκτυο. Για να αρχίσετε να βελτιώνετε τις δεξιότητές σας στην ψηφιακή επικοινωνία, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα εξαιρετικό μέρος για να ξεκινήσετε. Οι πιο αποτελεσματικές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματική επικοινωνία είναι το Facebook, το Twitter και το LinkedIn. Το Facebook είναι η πιο ολοκληρωμένη κοινωνική εμπειρία και ενσωματώνει φωτογραφίες, βίντεο, μηνύματα και εικονικές ομάδες. Το Twitter είναι ιδανικό για σύντομες συνομιλίες και για επικοινωνία με άτομα που μπορεί να γνωρίζετε ή να μην γνωρίζετε. Το LinkedIn είναι ουσιαστικά η «επιχειρηματική έκδοση» του Facebook και είναι ένας πολύ καλός τρόπος δικτύωσης στον κλάδο ή στον τομέα της καριέρας σας.

Η διαδικτυακή διάσκεψη ανοίγει νέες δυνατότητες.

Για τις επιχειρήσεις, η διαδικτυακή διάσκεψη έχει ανοίξει έναν κόσμο νέων ευκαιριών. Χρησιμοποιώντας πόρους όπως το Zoom, μπορείτε να πραγματοποιείτε αποτελεσματικές επαγγελματικές συναντήσεις με υπαλλήλους, πελάτες και μέλη του διοικητικού συμβουλίου, ανεξάρτητα από τη φυσική τοποθεσία. Η αξιοποίηση των πόρων διαδικτυακής διάσκεψης θα επιτρέψει την καλύτερη επικοινωνία ενώ βρίσκεστε στο δρόμο ή εκτός γραφείου.

Skype για να μείνετε σε επαφή

Παράλληλα με τις ίδιες γραμμές της διαδικτυακής διάσκεψης, το Skype και άλλες πηγές συνομιλίας μέσω βίντεο μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων ενώ είναι σωματικά διαχωρισμένοι από το άλλο άτομο. Αυτά τα ψηφιακά εργαλεία είναι πιο κοντά στην επικοινωνία «πραγματικής ζωής». Όχι μόνο μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη φωνή σας, αλλά με τη συνομιλία μέσω βίντεο, μπορείτε επίσης να διαβάσετε τη γλώσσα του σώματος και να δείξετε έκφραση

Εδώ είναι μια μεγάλη επισκόπηση του γιατί οι δεξιότητες επικοινωνίας είναι σημαντικές.



Ως ηγέτες των οργανισμών τους, οι CEO αναμένεται να επικοινωνούν αποτελεσματικά με τα ενδιαφερόμενα μέρη, τους πελάτες και τους υπαλλήλους τους.

Το να είσαι πάντα στο επίκεντρο, ωστόσο, απαιτεί ένα συγκεκριμένο σύνολο επικοινωνιακών δεξιοτήτων. Πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι εργαζόμενοι είναι ευχαριστημένοι και ότι όλοι νιώθουν ότι είναι ενήμεροι για τα βασικά γεγονότα της εταιρείας. Στην ουσία, είναι δική σας δουλειά να δώσετε τον τόνο για ολόκληρο τον οργανισμό.

### 1. Να είστε προσιτοί

Κάθε επιτυχημένος Διευθύνων Σύμβουλος καταβάλλει ιδιαίτερη προσπάθεια για να γνωρίσει την ομάδα του ως άτομα. Ξεκινήστε την πρακτική να περπατάτε στο γραφείο σας ή να συμμετέχετε σε ανεπίσημες συνομιλίες. Δείξτε ενδιαφέρον για τη ζωή των ψηφοφόρων σας (μπορεί να περιλαμβάνει υπαλλήλους, συνεργάτες και πελάτες) και να είστε πρόθυμοι να μοιραστείτε κάποιες λεπτομέρειες για τη δική σας. Όσο χαμηλώνετε το βάθρο σας, τόσο περισσότερο θα συσπειρώνονται πίσω σας. --Alexandra Levit, Inspiration at Work

### 2. Δώστε έμφαση στα βασικά σας σημεία μέσω της επανάληψης.

Έχω πάει σε τόσες πολλές αίθουσες δεξιώσεων ακούγοντας μερικούς από τους μεγαλύτερους ηγέτες των βιομηχανιών τους σήμερα να αποδοκιμάζουν την προσέγγισή τους, και αυτό που λένε είναι εξαιρετικό -- αλλά δυσκολεύομαι συνεχώς να θυμάμαι τα βασικά σημεία τους. Ποτέ δεν θέλω να είμαι έτσι ως ηγέτης και ειδικά ως ομιλητής, γι' αυτό προσπαθώ να επαναλάβω βασικά σημεία για έμφαση, ώστε να μην χαθεί κανένα μέρος της επιχειρηματολογίας μου. --Rob Fulton, Audio Luminaries

### 3. Ακούστε ενεργά.

Μέρος της εξαιρετικής επικοινωνίας είναι η ενεργή ακρόαση. Οι καλύτεροι επικοινωνιολόγοι που ξέρω είναι και οι καλύτεροι ακροατές. Ακούγοντας, σέβεται το άτομο με το οποίο μιλάς και επίσης ακούς και κατανοείς την άποψή του. Στη συνέχεια, μπορείτε να διατυπώσετε μια απάντηση που έχει νόημα. --Andrew Thomas, SkyBell Video Doorbell

### 4. Να θυμάσαι ότι είσαι πάντα «ενεργός».

Είσαι πάντα ανοιχτός, όπου κι αν βρίσκεσαι. Όλοι σας παρακολουθούν πάντα και θα πρέπει να είστε προετοιμασμένοι σε ό,τι κάνουντε. Οι σπουδαίοι επικοινωνιακοί είναι πάντα προετοιμασμένοι για το άγνωστο: να είστε αυτό το άτομο. --Peter Daisyme, Φιλοξενία

### 5. Προσαρμόστείτε εύκολα σε κάθε κατάσταση.

Πολλές φορές ως Διευθύνων Σύμβουλος έχετε μια σαφή εικόνα για το πού θέλετε να είστε, πώς θέλετε να φτάσετε εκεί και ποια βήματα χρειάζονται για να επιτύχετε τους στόχους σας. Όταν επικοινωνείτε με άλλους, πρέπει να έχετε κατά νου ότι μερικές φορές πρέπει να προσαρμοστείτε στην κατάσταση, ειδικά αν δεν είστε ικανοποιημένοι. --Stanley Meytin, True Film Production

### 6. Χαλαρώστε το κοινό σας.

Οι επικοινωνιακοί άνθρωποι έχουν τον τρόπο να αφοπλίζουν το κοινό τους για να το κάνουν να χαλαρώνει. Έχετε παρατηρήσει ποτέ τη χρήση της λέξης "λαοί" από τον Πρόεδρο Ομπάμα αντί για "άνθρωποι" ή πώς παρεμβαίνει τις ομιλίες του με τη φράση "ξέρετε;" Αυτά είναι δύο καλά παραδείγματα για το πώς ένας επικοινωνιακός άνθρωπος επιχειρεί να χαλαρώσει το κοινό του με ήρεμη γλώσσα ή καθομιλουμένη. --Andrew Schrage, Money Crashers Personal Finance

Οι δεξιότητες επικοινωνίας απαιτούνται σχεδόν σε όλες τις πτυχές της ζωής:

ο επαγγελματίας πρέπει να έχει την ικανότητα να αλληλεπιδρά αποτελεσματικά, με πελάτες και άλλους επαγγελματίες.

Ανάπτυξη Επικοινωνιακών Δεξιοτήτων

Οι καλές δεξιότητες επικοινωνίας μπορούν να βελτιώσουν τον τρόπο που λειτουργείτε στη ζωή, εξομαλύνοντας τον δρόμο σας στις σχέσεις σας με τους άλλους.

Η αξία της ψηφιακής επικοινωνίας

Ξεκινήστε κάνοντας μερικές ερωτήσεις. Τι σημαίνει επικοινωνία; Πιο συγκεκριμένα, πόσο σημαντική είναι η ψηφιακή επικοινωνία στη ζωή σας; Είτε στην προσωπική ζωή είτε σε ένα επαγγελματικό περιβάλλον, η συνομιλία και η δέσμευση, σε πολλές περιπτώσεις, έχουν μετακινηθεί κυρίως από πρόσωπο με πρόσωπο σε ψηφιακή φύση.

Στον επιχειρηματικό κόσμο, η επικοινωνία είναι ένα εξαιρετικά σημαντικό συστατικό της επιτυχίας. Προσθέτει αξία στις υπηρεσίες και τα προϊόντα των εταιρειών, καθιερώνει εξουσία και φωνή και διευκολύνει τη συλλογή των απαραίτητων σχολίων από τους πελάτες.

Η επικοινωνία είναι η διαδικασία ανταλλαγής ιδεών, συναισθημάτων, πληροφοριών, γνώσεων, γεγονότων, απόψεων και συναισθημάτων μεταξύ ενός αποστολέα και ενός παραλήπτη. Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι η αποστολή του σωστού μηνύματος στον κατάλληλο δέκτη τη σωστή στιγμή μέσω του σωστού καναλιού, προκειμένου να αλλάξει η γνώση, η στάση και η συμπεριφορά του δέκτη. Αποτελούν μια κοινή πρόκληση για άτομα, ομάδες, διεθνείς εταιρείες, κυβερνήσεις, έθνη και ολόκληρο τον κόσμο. Το μέλλον των ατόμων, των ομάδων, των κοινωνιών και των εθνών εξαρτάται κυρίως από την ικανότητά τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά με άλλους σε

μια εποχή παγκοσμιοποίησης και επικοινωνίας.

### 3 | Καθοδήγηση στο ψηφιακό περιβάλλον



Όποιο κι αν είναι το όραμα για το μέλλον μιας εταιρείας, για να αναπτυχθεί, πρέπει να περιλαμβάνει μετασχηματισμό. Καθώς οι ψηφιακές τεχνολογίες προσφέρουν νέους τρόπους σύνδεσης, συνεργασίας, επιχειρηματικής δραστηριότητας και δημιουργίας γεφυρών μεταξύ των ανθρώπων, αγγίζει τον πυρήνα όλων των επιχειρηματικών λειτουργιών και ακόμη και τους τρόπους διαχείρισης των οργανισμών.

Ένα ψηφιακό περιβάλλον είναι ένα ολοκληρωμένο περιβάλλον επικοινωνίας όπου οι ψηφιακές συσκευές επικοινωνούν και διαχειρίζονται το περιεχόμενο και τις δραστηριότητες μέσα σε αυτό. Η ιδέα βασίζεται σε ψηφιακά ηλεκτρονικά συστήματα τα οποία είναι ενσωματωμένα και υλοποιούνται για μια παγκόσμια κοινότητα. Τα κύρια στοιχεία ενός ψηφιακού περιβάλλοντος γενικά περιλαμβάνουν ιστοτόπους, διακομιστές cloud, μηχανές αναζήτησης, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εφαρμογές για κινητά, ήχο και βίντεο και άλλους πόρους που βασίζονται στον ιστό.

Ένα ψηφιακό περιβάλλον στην επιχείρηση περιλαμβάνει κάθε πόρο που είναι είτε υπολογιστής, φορητή συσκευή ή πόρος που βασίζεται σε ηλεκτρονικά μέσα στον οργανισμό σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα. Εάν ένας οργανισμός διεξάγει επιχειρηματικές δραστηριότητες μέσω του Διαδικτύου ή οποιουδήποτε άλλου ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων ιστοτόπων, e-mail, στρατηγικών βελτιστοποίησης μηχανών αναζήτησης, μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης, podcast, διαδικτυακών σεμιναρίων, διεξάγει αυτές τις δραστηριότητες σε ψηφιακό περιβάλλον. Καθώς διεξάγουν αυτές τις δραστηριότητες στο ψηφιακό τους περιβάλλον, ασχολούνται με τις αλληλεπιδράσεις, τις συναλλαγές και τις σχέσεις με τα ψηφιακά περιβάλλοντα άλλων οργανισμών. Τελικά, η παγκόσμια επιχειρηματική κοινότητα συμμετέχει σε ένα ολοκληρωμένο ψηφιακό περιβάλλον.

Οι περισσότερες ψηφιακές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στη δημιουργία αξίας σε νέα σύνορα για τη βασική τους δραστηριότητα ή χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία για να αυξήσουν την ανάπτυξη, τα έσοδα και την απόδοση με τρόπους που ήταν αδύνατος με τα παραδοσιακά μοντέλα. Μπορεί να είναι χρήσιμο για τις εταιρείες να επανεξετάσουν κοινά στοιχεία της ψηφιακής επιχείρησης και να τα συγκρίνουν με τα δικά τους επιχειρηματικά μοντέλα. Αυτές είναι μερικές από τις τάσεις που διαφοροποιούν τις ψηφιακές από τις παραδοσιακές διαδικασίες.

**Χρησιμοποιήστε τις υπάρχουσες τεχνολογίες** να μειώσει το κόστος, να συγκεντρώσει δεδομένα και να προσφέρει καλύτερη εμπειρία στον πελάτη. Οι ψηφιακές επιχειρήσεις εστιάζουν στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που τους αποκομίζει η τεχνολογία, είτε αυτό είναι η μείωση των γενικών εξόδων είτε η παροχή νέας αξίας στους πελάτες τους.

**Αγκαλιάστε την έννοια του** ψηφιακός μετασχηματισμός και οι πολιτισμικές αλλαγές που απαιτούνται. Η υλοποίηση και η διαχείριση των ψηφιακών υπηρεσιών μπορεί να απαιτήσει

οργανωτική αναδιάρθρωση, ειδικά καθώς δημιουργούνται νέοι ρόλοι και η πληροφορική παρέχεται μεγαλύτερη συμβολή στις στρατηγικές αποφάσεις.

**Εξερευνήστε νέα επιχειρηματικά μοντέλα** που βάζουν την εμπειρία των πελατών στο επίκεντρο της ψηφιακής στρατηγικής. Οι άνθρωποι είναι συχνά πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα για μια εξαιρετική εμπειρία πελάτη, καθιστώντας το βασικό παράγοντα διαφοροποίησης στην ψηφιακή οικονομία. Τα επιχειρηματικά μοντέλα που ευθυγραμμίζονται με αυτήν την υπερβολική εστίαση στην ικανοποίηση των πελατών θα επικεντρωθούν τελικά στις ψηφιακές υπηρεσίες, καθώς η ψηφιακή είναι όλο και περισσότερο η εμπειρία που προτιμούν οι άνθρωποι.

Η ενότητα 12 που ονομάζεται Βασικές δραστηριότητες μάρκετινγκ προτείνει την ιδέα ότι ένας ιστότοπος είναι απαραίτητος για κάθε επιχείρηση. Ένας ιστότοπος είναι οικονομικά αποδοτικός και προσεγγίζει μεγάλο αριθμό πελατών. Είναι ιδιαίτερα καλό γεωγραφικά όταν είναι αδύνατο να έρθετε να ελέγξετε τα προϊόντα, στην προκειμένη περίπτωση τα ζώα. Είτε ο ιστότοπος χρησιμοποιείται ως φυλλάδιο στατικής φάρμας για να δημοσιοποιηθεί το όνομα της φάρμας είτε για να πουλήσει πραγματικά προϊόντα στο Διαδίκτυο, ένας ιστότοπος μπορεί να βοηθήσει στο να πάει το μάρκετινγκ στο επόμενο επίπεδο χωρίς τεράστια επένδυση. Η γρήγορη απάντηση στα email είναι επίσης πολύ σημαντική, ειδικά στις μέρες μας που οι άνθρωποι θέλουν να λαμβάνουν πληροφορίες όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Όλα τα κανάλια επικοινωνίας είναι σημαντικά στις επιχειρήσεις και είναι απαραίτητο να επενδύσουμε σε αυτό για να προσεγγίσουμε περισσότερους ανθρώπους.

Επιπλέον, να είστε έξυπνοι και να συμβαδίζετε με την καινοτομία. Για παράδειγμα, σήμερα όλοι έχουμε smartphone και χρησιμοποιούμε διάφορες εφαρμογές κυρίως για επικοινωνία, αλλά αυτές οι εφαρμογές μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για διαφήμιση (π.χ. Instagram, Facebook κ.λπ.) Επίσης, μέσω αυτών των εφαρμογών μπορείτε να συνδεθείτε με πελάτες και να βρείτε νέες αυτές.

Μπορούν να παρακολουθήσουν τις μικρές ιστορίες σας (για παράδειγμα στο Instagram ή στο Facebook) και να δουν τα ζώα σας και άλλα πράγματα που σχετίζονται με τη φάρμα σας. Μια ακόμη εξαιρετικά δημοφιλής πλατφόρμα είναι το YouTube, όπου μπορείτε να μοιράζεστε μεγαλύτερα και πιο ολοκληρωμένα βίντεο για το αγρόκτημά σας ή ακόμα και να το χρησιμοποιήσετε για να αναζητήσετε εμπειρίες άλλων αγροτών και να μάθετε κάτι από αυτούς.

Επίσης, νέες εφαρμογές δημιουργούνται συνεχώς και αυτές οι εφαρμογές είναι αφιερωμένες ρητά στους αγρότες για να τους επιτρέπουν να παρακολουθούν και να διαχειρίζονται την παραγωγή ζώων από σχετικά οπουδήποτε θέλουν, με αποτέλεσμα βελτιωμένη απόδοση παραγωγής και καλή διαβίωση των ζώων.

### Μερικές εφαρμογές για χοιροτρόφους:

- **H εφαρμογή Practical Pig** από το AHDB Pork παρέχει πρόσβαση σε μια σειρά από σύντομα βίντεο κλιπ που επιδεικνύουν πρακτικές τεχνικές διαχείρισης στη φάρμα. Γραπτά, αφηγημένα και επίδειξης από ειδικούς του κλάδου, τα βίντεο δείχνουν στους κτηνοτρόφους και τους διαχειριστές πώς να ολοκληρώσουν σημαντικές καθημερινές εργασίες για να βοηθήσουν στην ενίσχυση της παραγωγής χοίρων τους.
- **H εφαρμογή Show Pig** από την Zoetis παρέχει στους χρήστες ένα χρήσιμο εργαλείο διαχείρισης κοπαδιών που έχει σχεδιαστεί για να βοηθά τους παραγωγούς χοιρινού κρέατος με συνιστώμενα πρωτόκολλα αναπαραγωγής και εμβολιασμού, ημερομηνίες και υπενθυμίσεις.
- **Εφαρμογή FeedSmart.** Λαμβάνοντας υπόψη βασικές μεταβλητές, όπως τις απαιτήσεις

συντήρησης, την ανάπτυξη των ζώων, τη γαλουχία και άλλα, αυτή η δωρεάν αριθμομηχανή μπορεί να παρέχει στους αγρότες άμεσες πληροφορίες σχετικά με τις διατροφικές ανάγκες των ζώων τους, τις τιμές των ζωοτροφών και την κατανομή των ζωοτροφών.

- **Εφαρμογή FarmHedge.** Για μια ολοκληρωμένη εφαρμογή που συνδέει τους αγρότες με πολλούς τομείς της γεωργικής βιομηχανίας, αυτή η εφαρμογή αγροεπιχειρηματίας σε πραγματικό χρόνο φέρνει τους χρήστες σε άμεση επαφή με προμηθευτές ζωοτροφών, λιπασμάτων, ανταλλακτικών και άλλων. Επιτρέπει στους παραγωγούς να δημιουργούν προσωπικές και ασφαλείς εργασιακές σχέσεις, εξοικονομώντας ταυτόχρονα χρόνο και χρήμα.

Συμπερασματικά, ο κόσμος μας είναι αδύνατος χωρίς νέες τεχνολογίες. Στις μέρες μας, οι επιχειρήσεις που προσαρμόζονται και υιοθετούν είναι πιο επιτυχημένες, επομένως, η ψηφιακή μετάβαση είναι μια αναγκαιότητα. Οι εκτροφείς ζώων που δεν ανταποκρίνονται στις αλλαγές της αγοράς που επιφέρει η καινοτομία, λόγω σταθερής νοοτροπίας ή λόγω φόβου, τείνουν να χάνουν ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησής τους.

## 4 | Αρχές και τεχνικές εκτροφής χοίρων σε εξωτερικούς χώρους



Η βασική αρχή της χοιροτροφίας ελεύθερης βοσκής είναι να παρέχει στα ζώα ελεύθερη πρόσβαση σε μεγάλες εκτάσεις γης, κάτι που συνδέεται με μεγάλη χρήση των φυσικών πόρων του εδάφους και των φυτών. Σε αυτό το σύστημα εκτροφής, οι χοίροι μπορούν να επιδείξουν πλήρως τη φυσική τους συμπεριφορά. Ωστόσο, είναι απαραίτητο να διαχειρίζεται σωστά το περιβάλλον, να ακολουθεί τους κανόνες που χαρακτηρίζουν αυτό το σύστημα εκτροφής και να χρησιμοποιεί συγκεκριμένες τεχνικές παραγωγής. Ως εκ τούτου, η επιλογή της θέσης του αγροκτήματος, ο βέλτιστος σχεδιασμός της διαθέσιμης περιοχής για τους χοίρους, ο διαχωρισμός των συνοικιών, η περίφραξη, η προστασία από την επαφή με άγρια ζώα, η εξασφάλιση πρόσβασης σε νερό, ζωοτροφές και καταφύγιο, φροντίδα για την υγεία, την ευημερία, τη φυλή Η επιλογή και η διατήρηση της σωστής πυκνότητας των ζώων είναι σημαντική.

Σε περιοχές που προορίζονται για αναπαραγωγή σε ελεύθερη βοσκή, θα πρέπει να υπάρχουν μέρη όπου παρέχεται νερό, χορτονομή, χώροι ανάπαυσης, καταφύγιο, λαγούμι, ψύξη του σώματος (λασπώδεις τόποι), ξύσιμο και αφόδευση στους χοίρους. Τα γουρούνια συχνά γρατσουνίζουν πάνω στα δέντρα και κυλιούνται στη λάσπη, κάτι που διατηρεί το δέρμα τους σε καλή κατάσταση και βοηθά στην απομάκρυνση των παρασίτων. Επιπλέον, τα λασπόλουτρα κρατούν τα ζώα δροσερά κατά τη διάρκεια του ζεστού καιρού, κάτι που είναι απαραίτητο καθώς οι χοίροι δεν έχουν ιδρωτοποιούς αδένες εκτός από αυτούς που βρίσκονται στην ασπίδα του στόματός τους.

Οι χοίροι δραστηριοποιούνται κυρίως το πρωί και νωρίς το βράδυ όταν περνούν τον περισσότερο

χρόνο τους αναζητώντας τροφή. Συνήθως ξεκουράζονται μετά το σούρουπο και η δραστηριότητά τους συγχρονίζεται σε κοινωνικές ομάδες. Στα γουρούνια αρέσει να διατηρούν σωματική επαφή μεταξύ τους και συχνά βρίσκονται σε επαφή όταν κοιμούνται και ξεκουράζονται. Αυτή η συμπεριφορά μειώνει την απώλεια θερμότητας. Η κοινωνική συμπεριφορά είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη στους χοίρους. Μια σταθερή ιεραρχία σχηματίζεται γρήγορα στο κοπάδι. Η επιθετικότητα στην εκτροφή ελευθέρως βοσκής είναι σπάνια, αλλά μπορεί να συμβεί όταν η τροφή είναι λιγότερο διαθέσιμη. Οι χοίροι που διατηρούνται σε σύστημα ελεύθερης βοσκής βιώνουν χαμηλότερα επίπεδα στρες καθώς έχουν μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων και φυσική συμπεριφορά, κάτι που τους βοηθά να παραμείνουν υγιείς. Το επίπεδο του στρες εξαρτάται επίσης από τον τρόπο χειρισμού των ζώων. Η ενσυναίσθηση και η υπομονή των αγροτών είναι απαραίτητες. Επιπλέον, οι παραγωγοί θα πρέπει να γνωρίζουν τους χοίρους και τις απαιτήσεις τους και να έχουν καλή αίσθηση παρατήρησης για να βοηθήσουν στον εντοπισμό σημείων ασθένειας ή διαταραχών καλής διαβίωσης. Τέλος, είναι σημαντικό να ελέγχετε τα ζώα τακτικά και επαρκώς.

Στην ελεύθερη βοσκή, ο έλεγχος της νόσου είναι πιο δύσκολος παρά τη χρήση τεχνικών βιοασφάλειας. Ως εκ τούτου, θεωρείται ότι η πρόληψη της νόσου θα πρέπει να επιτυγχάνεται με τη χρήση της φυσικής ανοσίας των χοίρων, η οποία αποδεικνύεται από τοπικές ή παραδοσιακές αυτόχθονες φυλές. Μια βασική αρχή σε αυτό το σύστημα εκτροφής είναι η εναλλαγή, όπου οι χοίροι μεταφέρονται σε νέους βοσκότοπους ή συνοικίες. Κάτι τέτοιο βοηθά στο να σπάσει ο κύκλος ζωής των παρασίτων και μειώνει τη συσσώρευση παθογόνων μικροοργανισμών στην περιοχή. Επιπλέον, σε αυτό το σύστημα εκτροφής, τα κοπάδια και οι ομάδες εργασίας είναι συνήθως μικρότερα, πράγμα που σημαίνει χαμηλότερη πυκνότητα εκτροφής από την εντατική εκτροφή χοίρων, η οποία συμβάλλει στη μείωση της μετάδοσης ασθενειών μεταξύ των ατόμων.

Η εκτροφή χοίρων ελευθέρως βοσκής απαιτεί σχεδιασμό της διάταξης των περιοχών εκτροφής ώστε να λαμβάνεται υπόψη η εναλλαγή, η ευκολία μετακίνησης χοίρων μεταξύ μάντρας, ζωνών καραντίνας ή μάντρας για άρρωστους χοίρους και βελτιστοποίηση της εργασίας του προσωπικού. Η περιφραγή του αγροκτήματος και των χώρων πρέπει να είναι συμπαγής, ανθεκτική, κατάλληλου ύψους, κατά προτίμηση ηλεκτρική περίφραξη. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν πλέγματα, σύρμα, πάνελ ή συνδυασμοί τους. Οι φράχτες πρέπει να εμποδίζουν τους χοίρους να πηδούν, να υπονομεύουν ή να σέρνονται κάτω από τον φράχτη. Μερικές φορές χρησιμοποιούνται κινητά στοιχεία για τον διαχωρισμό των μάντρας. Συνιστάται ένας υψηλής ποιότητας, ανθεκτικός φράχτης στην εξωτερική περίμετρο της φάρμας για να μην διαφεύγουν οι χοίροι και να μην έρχονται σε επαφή οι χοίροι με άγρια ζώα. Οι χοίροι ελεύθερης βοσκής πρέπει να έχουν πρόσβαση σε ένα στεγνό, καθαρό, σκιερό καταφύγιο (π.χ. μια καλύβα) ανά πάσα στιγμή, προστατεύοντάς τους από τη βροχή, τον άνεμο, τη ζέση και το κρύο. Συμφέρει η κάλυψη των καταφυγίων με κλινοσκεπάσματα σε ψυχρότερα και ζεστά κλίματα, καλός αερισμός. Η τακτική αλλαγή της θέσης των καλύβων θα επιβραδύνει την υποβάθμιση του εδάφους και των φυτών. Όλοι οι χοίροι πρέπει να τρέφονται με τροφή κατάλληλη για τις διατροφικές τους ανάγκες. Τα βοσκοτόπια από μόνα τους δεν παρέχουν αρκετή χορτονομή. Τα νεαρά ζώα και όλοι οι χοίροι σε κρύο καιρό χρειάζονται πρόσθετη τροφή. Επιπλέον, οι χοίροι πρέπει να διαθέτουν συνεχώς πόσιμο νερό επαρκούς ποσότητας και ποιότητας. Τα νεαρά ζώα και όλοι οι χοίροι σε κρύο καιρό χρειάζονται πρόσθετη τροφή. Επιπλέον, οι χοίροι πρέπει να διαθέτουν συνεχώς πόσιμο νερό επαρκούς ποσότητας και ποιότητας. Τα νεαρά ζώα και όλοι οι χοίροι σε κρύο καιρό χρειάζονται πρόσθετη τροφή. Επιπλέον, οι χοίροι πρέπει να διαθέτουν συνεχώς πόσιμο νερό επαρκούς ποσότητας και ποιότητας.

Πολλές πρακτικές μπορούν να λύσουν συγκεκριμένα προβλήματα εκτροφής, οργάνωσης και παραγωγής. Μια πρακτική αναπαραγωγής χρησιμοποιεί γηγενείς φυλές όπως το Gloucestershire Old Spot, το Saddleback και το Tamworth, των οποίων οι χοιρομητέρες εμφανίζουν ισχυρότερο μητρικό ένστικτο. Ωστόσο, έχουν λιγότερες γέννες, αλλά τα γουρουνάκια είναι πιο ζωντανά και έχουν περισσότερες πιθανότητες επιβίωσης.

Μια ενδιαφέρουσα οργανωτική πρακτική είναι η διατήρηση νεαρών χοιρομητέρων σε ατομικούς θάλαμους τοκετού περιφραγμένους με ηλεκτρικό σύρμα, γεγονός που συμβάλλει στη μείωση της θνησιμότητας των χοιριδίων. Με αυτόν τον τρόπο, τα χοιρίδια προστατεύονται από άλλες χοιρομητέρες που μπορεί να εισέλθουν στην καλύβα. Από την άλλη πλευρά, οι παραδόσεις έμπειρων χοιρομητέρων μπορούν να πραγματοποιηθούν σε ομαδικά μαντριά.

Σε ψυχρότερα κλίματα, ένα εξαιρετικό παράδειγμα καλής πρακτικής είναι να κάνετε μόνο ένα άνοιγμα σε καλύβες που χρησιμοποιείται για την αποφυγή ρευμάτων. Ταυτόχρονα θα πρέπει να εξασφαλιστεί μεγάλη ποσότητα απορριμμάτων και η αντικατάστασή τους σε περίπτωση που βραχούν. Στη Σουηδία, οι θάλαμοι παράδοσης βρίσκονται σε μάντρα με ήπια κλίση για τη διευκόλυνση της ελεύθερης ροής του νερού, γεγονός που βοηθά στη διατήρηση των απορριμμάτων στεγνών. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι καλύβες βάφονται συχνά με αντανάκλαστική βαφή για να αποφευχθεί η υπερθέρμανση το καλοκαίρι. Ένα άλλο παράδειγμα είναι η εκπαίδευση νεαρών ή αγορασμένων γουρουνιών να σέβονται την περιφραγή δίπλα στο περίβλημά τους χρησιμοποιώντας ηλεκτρική περιφραγή σε ένα μικρό περίβλημα εκπαίδευσης.

Μια καλή πρακτική είναι να μειώνετε τις απώλειες τροφοδοσίας χρησιμοποιώντας γούρνες τροφοδοσίας, τροφοδότες ή πλάκες από σκυρόδεμα αντί να τοποθετείτε τροφή απευθείας στο έδαφος. Είναι επίσης καλύτερο να χρησιμοποιείτε πέλλετ παρά αλεύρι. Καλό είναι να χρησιμοποιείτε τροφοδότες με πτερύγια που καλύπτουν το δοχείο για να αποτρέψετε την υγρασία της τροφοδοσίας ή να τοποθετήσετε τροφοδότες κάτω από μια στέγη.

Η χοιροτροφία ελεύθερας βοσκής έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Τα οφέλη σχετίζονται με την αξία των προϊόντων που λαμβάνονται από ζώα που διατηρούνται υπό καλές συνθήκες διαβίωσης. Επιπλέον, η ποιότητα και η γεύση του κρέατος και των προϊόντων είναι μοναδική και εκτιμάται από τους καταναλωτές. Το πλεονέκτημα αυτού του συστήματος παραγωγής είναι η δυνατότητα διεξαγωγής του σε ορεινές, δύσκολα αναπτυσσόμενες με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, και προστατευόμενες περιοχές.

Οι αρνητικές πτυχές αυτού του συστήματος αναπαραγωγής προκύπτουν από την ανάγκη κατανομής μεγάλων εκτάσεων γης και τις αρνητικές επιπτώσεις της παραγωγής στο οικοσύστημα. Οι επιπτώσεις περιλαμβάνουν ζημιά στη βλάστηση, εκτεταμένη φθορά του εδάφους, π.χ. αλλαγές στη δομή, την υφή και τη σύνθεση του εδάφους. Σημαντική απειλή αποτελεί η παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών στους θάλαμους, τα οποία, σε συνδυασμό με απαιτητικές περιβαλλοντικές συνθήκες, μπορεί να οδηγήσει σε συχνότερες μολυσματικές ή παρασιτικές ασθένειες. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η εφαρμογή μέτρων βιοασφάλειας και αρχών διαχείρισης της υγείας των ζώων σε φάρμες ελεύθερης βοσκής είναι πιο απαιτητική. Ωστόσο, η χρήση κατάλληλων τεχνικών αναπαραγωγής αποτρέπει με επιτυχία, ακόμη και εξαλείφει τις περισσότερες από τις απειλές. Οι αποτελεσματικές μέθοδοι αντιμετώπισης των απειλών περιλαμβάνουν τη χρήση προγραμμάτων εναλλαγής, καραντίνας και εμβολιασμού.

Η χοιροτροφία ελεύθερης βοσκής είναι μια απάντηση στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών, οι οποίοι αναζητούν ολοένα και περισσότερο μοναδικά, υψηλής ποιότητας προϊόντα διατροφής για τα οποία είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή. Οι αγοραστές αναμένουν κρέας που παράγεται σε φάρμες που συμμορφώνονται με αυστηρά καθορισμένα πρότυπα εκτροφής, συμπεριλαμβανομένης της διατροφής και των συνθηκών διαβίωσης των ζώων. Η πρώτη ύλη που λαμβάνεται από χοίρους που εκτρέφονται σε σύστημα ελεύθερης βοσκής χρησιμοποιείται συχνότερα τοπικά για την παραγωγή τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων, υποστηρίζοντας την ανάπτυξη της περιοχής και προστατεύοντας την πολιτιστική κληρονομιά. Επιπλέον, ένα σύστημα εκτροφής χοίρων ελεύθερης βοσκής επιτρέπει την παραγωγή σε μειονεκτικές ή προστατευόμενες γεωργικές περιοχές, αποτρέποντας έτσι την ερήμωση αυτών των περιοχών. Ταυτόχρονα, η χρήση ρουστίκ, ντόπιων φυλών ή των υβριδίων τους, προσαρμοσμένο σε δύσκολες περιβαλλοντικές συνθήκες και με καλή αντοχή



στις ασθένειες, συμβάλλει στην προστασία των απειλούμενων γενετικών πόρων. Έτσι, η χοιροτροφία ελεύθερης βοσκής θεωρείται οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά βιώσιμη. Από οικονομική άποψη, δημιουργεί εισόδημα των αγροτών στις περιοχές όπου βρίσκεται.

Από οικολογικής άποψης συμβάλλει στη διατήρηση του οικοσυστήματος. Από την άλλη πλευρά, τα αγροκτήματα διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών από κοινωνική άποψη. Εισοδήματος στις περιοχές όπου βρίσκεται. Από οικολογικής άποψης συμβάλλει στη διατήρηση του οικοσυστήματος. Από την άλλη πλευρά, τα αγροκτήματα διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών από κοινωνική άποψη.

## 5 | Αρχές προϊόντων χοίρου - παράδοση, πολιτιστική κληρονομιά και αγορά



Η ιστορία της χοιροτροφίας συμβαδίζει με την ιστορία του ανθρώπου. Στην Ευρώπη, την Κίνα και την Ινδία, έχουν βρεθεί απολιθώματα που χρονολογούνται από την περίοδο από το Μειόκαινο έως τον Ανώτερο Τριτογενή. Η εξημέρωση του χοίρου και οι πρώτες μορφές εκτροφής χρονολογούνται στο 3.500 π.Χ. στη Μεσοποταμία (Ιράν και Ιράκ). Στην Ιταλία, οι Ρωμαίοι χρησιμοποιούσαν το αλάτισμα και το κάπνισμα για τη συντήρηση του χοιρινού κρέατος. Ήταν οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν λουκάνικα για να ευνοήσουν τη μεγάλη διάρκεια ζωής των τροφίμων. Στις αρχές του Μεσαίωνα, οι χοίροι εξακολουθούσαν να εκτρέφονταν στην άγρια φύση σε δάση βελανιδιάς και καστανιάς, μόνο στον Ύστερο Μεσαίωνα άρχισαν να ασκούν τη σταθερή εκτροφή με υποτυπώδεις ακόμη μεθόδους και τεχνικές. Εδώ γεννήθηκε η παράδοση της χοιροτροφίας και οι γενετικές ρίζες ορισμένων από τις πιο χαρακτηριστικές και αυτόχθονες ράτσες χρονολογούνται από αυτή την περίοδο.

Η πρωτόγονη φάση της μεταμόρφωσης, εξ ολοκλήρου χειροποίητη, έχει εξελιχθεί σταδιακά μέχρι τις μέρες μας προς μια διαδικασία εκβιομηχάνισης που, βελτιώνοντας σημαντικά τις συνθήκες υγιεινής, κατάφερε να διατηρήσει ανέπαφα τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που συμβάλλουν στην παραγωγή κρέατος υψηλής ποιότητας. Μεταξύ αυτών, βασικό ρόλο διαδραματίζουν ορισμένα βασικά στοιχεία της φάσης εκτροφής χοίρων, όπως: οι φυλές και η διατροφή.

Οι εντατικές και εκτεταμένες μέθοδοι μπορούν γενικά να χρησιμοποιηθούν στη χοιροτροφία. Κάθε ράτσα έχει τα δικά της και ιδιόμορφα χαρακτηριστικά για την παραγωγικότητα, την προσαρμοστικότητα, τα αποτελέσματα παραγωγής και τα χαρακτηριστικά του κρέατος.

Δεν υπάρχει φυλή ή μέθοδος αναπαραγωγής καλύτερη από άλλη, αλλά απλώς μια φυλή πιο κατάλληλη σε σχέση με την τελική χρήση της πρώτης ύλης, τις τεχνικές διαχείρισης, τον τόπο παραγωγής, τις εγκαταστάσεις που έχει ο εκτροφέας, τις ανάγκες της αγοράς. Συχνά στην επιλογή της φυλής, ειδικά σε

μικρές φάρμες, δεν κυριαρχούν μόνο οι ζωοτεχνικές ή οικονομικές παράμετροι αλλά και παράγοντες στοργής ή προσωπικές πεποιθήσεις του μεμονωμένου κτηνοτρόφου. Οι ιθαγενείς ράτσες (π.χ. στην Ιταλία Mora Romagnola, Cinta Senese, Casertana, Sarda, Calabrese, Black Pig of Parma) είναι ιδιαίτερα κατάλληλες για υπαίθρια εκτροφή, επειδή είναι ράτσες που παρουσιάζουν καλή αγριότητα.

Από τη λίπανση μέχρι την επακόλουθη πώληση στο σφαγείο, ο χοίρος αντιμετωπίζεται σε κάθε στάδιο της ζωής του, με δομημένη διατροφή ανάλογα με τις ανάγκες της στιγμής και το τελικό προϊόν. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην ευημερία των ζώων, τόσο από άποψη υγείας και υγιεινής, αλλά και στην καθημερινή ζωή, με εργαλεία και περιβάλλοντα που τονώνουν τα ζώα και προάγουν την ανάπτυξη και τις ανάγκες τους.

Η φάση διαχείρισης, η επιλογή του τύπου εκτροφής και ο τρόπος διαχείρισης της καλής μεταχείρισης των ζώων μπορούν να αποδειχθούν κρίσιμα στοιχεία που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την ποιότητα του τελικού προϊόντος.

Η φάση της σφαγής είναι μια από τις πιο ευαίσθητες σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού, για το λόγο αυτό δίνεται ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε στιγμή αυτής της φάσης, από τη μεταφορά των ζώων στο σφαγείο, τη θανάτωση, την επεξεργασία, έως η πώληση του τελικού προϊόντος στις εταιρείες, διανομή ή μεταποίηση.

Η μετατροπή του χοιρινού κρέατος χωρίζεται στον πρώτο μετασχηματισμό, ο οποίος συνίσταται ουσιαστικά στη σφαγή και τον τεμαχισμό για τη λήψη τεμαχίων νωπού κρέατος και σε έναν δεύτερο μετασχηματισμό που σχετίζεται με την παραγωγή αλλαντικών. Τα σφάγια επεξεργάζονται και διενεργείται νέος έλεγχος στο κρέας και τα παραπροϊόντα από την κτηνιατρική υπηρεσία, προκειμένου να διασφαλιστεί η διατροφική τους χρήση. Μόλις εξασφαλιστεί η υγιεινή του, το σφάγιο αποστέλλεται στα επόμενα στάδια σφαγής, όπου γίνονται νέα τεμάχια και γίνεται διαχωρισμός μεταξύ των μερών που θα χρησιμοποιηθούν ως νωπό κρέας και των μερών που αντ' αυτού θα σταλούν ως πρώτες ύλες για βιομηχανίες. . της μεταμόρφωσης.

Ο όρος σαλάμι αναφέρεται σε μια πολύ ευρεία κατηγορία προϊόντων και τροφίμων ωμού ή μαγειρεμένου κρέατος, σχεδόν πάντα με την προσθήκη αλατιού, μερικές φορές ζωικού λίπους, βοτάνων και μπαχαρικών και πιθανώς άλλων συστατικών και συντηρητικών. Τα αλλαντικά μπορούν να έχουν διαφορετικές συνταγές και διαφορετικές μεθόδους παρασκευής που διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή, αλλά και από προϊόν σε προϊόν. Πρόκειται για τρόφιμα μακράς διάρκειας, τα οποία μπορούν να καταναλωθούν ακόμη και μετά από μεγάλα χρονικά διαστήματα.

Το προσούτο είναι το αλλαντικό που λαμβάνεται με το αλάτισμα και την ωρίμανση του πίσω ποδιού του χοίρου. Η ετυμολογική προέλευση προέρχεται από την ανατομική ονομασία του τμήματος του χοίρου που εμπλέκεται στη διαδικασία μεταμόρφωσης. Αυτό το μέρος του χοίρου χρησιμοποιείται σε όλο τον κόσμο για τη δημιουργία διαφόρων γαστρονομικών προϊόντων, από τα πιο πολύτιμα υπάρχουν δύο ιταλικά προϊόντα: το ωμό ζαμπόν, το οποίο είναι από τα πιο διάσημα και εξαγόμενα ιταλικά προϊόντα διατροφής στον κόσμο, και το μαγειρεμένο ζαμπόν, άφθονο. καταναλώνονται σε όλη την εθνική επικράτεια.

Τα παραδοσιακά ιταλικά προϊόντα delicatessen αντιπροσωπεύουν την αριστεία των αγροδιατροφικών τροφίμων Made in Italy. Στην Emilia-Romagna, παράδοση και μεράκι χαρακτηρίζουν τις εταιρείες που επί δεκαετίες εφαρμόζουν τις μεθόδους συντήρησης και ωρίμανσης προϊόντων υψηλής ποιότητας, όπως ζαμπόν, σαλάμια και λουκάνικα διαφόρων ειδών. Από τα 43 αναγνωρισμένα προϊόντα ΠΟΠ ή ΠΓΕ της περιοχής, τα 11 αποδίδονται στην αλυσίδα παραγωγής χοίρων και όλα προέρχονται από τη μετατροπή, σύμφωνα με αυστηρούς κανόνες, μερών ή αλλαντικών χοιρινού κρέατος. Μεταξύ των αριστείων του κλάδου, μπορούμε να αναφέρουμε: Mortadella di Bologna PGI, Salame di Cremona PGI,

Cotechino di Modena PGI, Zampone di Modena PGI, Coppa Piacentina DOP, Pancetta Piacentina DOP, Salame Piacentino DOP, Culatello di PDO PDO PDO Ζαμπόν, ΠΟΠ Ζαμπόν Μόντενα και Ιταλική Salamini alla Cacciatora ΠΟΠ.

Το περιβάλλον και η περιοχή διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία. Ο αέρας και η υγρασία του, η γη όπου βρίσκονται τα εργοστάσια, τα αεράκια που διασχίζουν τους λόφους και τις πεδιάδες, είναι όλα στοιχεία που δεν επιτελούν δευτερεύοντα καθήκοντα, αλλά συμβάλλουν ενεργά στη δημιουργία του προϊόντος και στη μακρά φάση ωρίμανσης. . Τότε είναι η τεχνογνωσία των εταιρειών που είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν όλους αυτούς τους παράγοντες με μοναδικό, σοφό και αποτελεσματικό τρόπο για να τους ωφελήσουν και να ολοκληρώσουν τη διαδικασία.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει πρωταρχικό ρόλο στην παγκόσμια αγορά χοιρινών προϊόντων, κατέχοντας την ηγετική θέση στις εξαγωγές με πάνω από 4,7 εκατομμύρια τόνους που αποστέλλονται σε τρίτες χώρες. Η Γερμανία και η Ισπανία είναι οι κύριες χώρες παραγωγής, που αντιπροσωπεύουν το 44% της συνολικής προσφοράς, ακολουθούμενες από τη Γαλλία. Η Ιταλία βρίσκεται στην έβδομη θέση, με μερίδιο κάτω του 5% του συνόλου.

Προς το παρόν (2021), ωστόσο, η τάση στην κατά κεφαλήν κατανάλωση χοιρινού κρέατος υπόκειται σε μείωση υπέρ του κρέατος πουλερικών, όχι μόνο λιγότερο ακριβό, αλλά και πιο υγιεινό.

Ειδικότερα, όσον αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση, αναμένεται μείωση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης χοιρινού κρέατος κατά 1,6 κιλά για το 2030 σε σύγκριση με τα επίπεδα του 2019.

Ο καταναλωτής, πράγματι, επηρεάζεται όλο και περισσότερο από τα αρνητικά μηνύματα των μέσων ενημέρωσης, τα οποία πρέπει να αντιμετωπιστούν επισημαίνοντας όχι μόνο τα θρεπτικά και γαστρονομικά χαρακτηριστικά του χοιρινού και των παρασκευασμάτων, αλλά και τα χαρακτηριστικά ασφάλειας, υγιεινής και βιωσιμότητας σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Επιπλέον, η δυναμική του τομέα των χοίρων σε παγκόσμιο επίπεδο χαρακτηρίζεται από μεγάλη αβεβαιότητα, που προκαλείται κυρίως από το απρόβλεπτο των επιπτώσεων της εξάπλωσης της Αφρικανικής Πανώλης των Χοίρων (ASF) τόσο στην Ασία όσο και στην Ευρώπη.

Η εκτροφή χοιρινού κρέατος και η επεξεργασία κρέατος έχουν αρχαία προέλευση, η εξέλιξη με την πάροδο του χρόνου οδήγησε στη διάδοση των παραδοσιακών προϊόντων αριστείας στην Ιταλία και στην υπόλοιπη Ευρώπη, όπου ασκείται επίσης αυτή η καλλιέργεια.

Για την επιβίωση, αλλά ακόμη περισσότερο για την ανάπτυξη της αλυσίδας παραγωγής χοίρων, είναι ζωτικής σημασίας να τονιστεί η ενίσχυση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας των διαφόρων φάσεων, σε συνδυασμό με μεγαλύτερη προσοχή στην καλή διαβίωση των ζώων.

Η ύπαρξη εκτεταμένων υπαίθριων εκμεταλλεύσεων, γηγενών φυλών, που γενικά λειτουργούν σε μειονεκτικές περιοχές και από εδαφική άποψη, συμβάλλουν στη διατήρηση μιας αρχαίας γενετικής κληρονομιάς και μιας ζωοτεχνικής βιοποικιλότητας που πρέπει να διαφυλαχθεί και να αναπτυχθεί.

## 6 | Αρχές ικανοποίησης πελατών



Η ικανοποίηση των πελατών είναι η ύψιστη προτεραιότητα στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον, επομένως είναι εξαιρετικά σημαντικό να φροντίζετε τους πελάτες σας, ώστε να συνεχίσουν να έρχονται στην επιχείρησή σας και να διαδίδουν καλές συστάσεις στην οικογένεια, τους φίλους, τους συναδέλφους τους κ.λπ. Ο βασικός σκοπός αυτού του θέματος είναι να εξηγήσει τι κάνει τους πελάτες ικανοποιημένους και πώς να το μετρήσει.

Η ικανοποίηση πελατών ορίζεται ως μια μέτρηση που καθορίζει πώς τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που παρέχονται από μια εταιρεία ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών. Η ικανοποίηση των πελατών είναι ένας από τους πιο σημαντικούς δείκτες των προθέσεων αγοράς και της αφοσίωσης των καταναλωτών. Αυτές τις μέρες, οι εταιρείες δίνουν τη μέγιστη σημασία στην ικανοποίηση των πελατών τους. Η καταγραφή, η ανάλυση και η παραγωγική εργασία για την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών τους τους βοηθά να διατηρήσουν παλιούς πελάτες και να αποκτήσουν νέους. Οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν αξιολογήσεις για το λογισμικό έρευνας ικανοποίησης πελατών για να αξιολογήσουν εάν ευθυγραμμίζονται οι προσδοκίες των πελατών, το επιχειρηματικό μοντέλο και η εκτέλεση. Η ιεράρχηση των αναγκών του πελάτη σας είναι υγιής για μια επιτυχημένη επέκταση της επιχείρησης. Μετρώντας την ευτυχία των πελατών, μια επιχείρηση μπορεί να βρει τομείς που χρειάζονται βελτίωση και να εργαστεί πάνω τους.

### Οι βασικές αρχές της ικανοποίησης του πελάτη

Πρώτον - οι πελάτες ενδιαφέρονται περισσότερο για λεπτομέρειες. Μπορεί να πιστεύουμε ότι οι πελάτες εκτιμούν «το κύριο πράγμα», αλλά στην πραγματικότητα, θα είναι ευχαριστημένοι ή απογοητευμένοι με βάση κάποια λεπτομέρεια που δεν σκέφτεστε καν. Επομένως, η προσοχή στις λεπτομέρειες είναι πολύ σημαντική.

Δεύτερον - η αντίληψη είναι η μόνη πραγματικότητα. Μπορεί να νομίζετε ότι έχετε την καλύτερη ποιότητα ή εξυπηρέτηση ή συσκευασία, αλλά αν οι πελάτες σας δεν το αντιλαμβάνονται όπως εσείς, δεν θα μείνουν ικανοποιημένοι.

Τρίτον - η εξατομίκευση και η αναγνώριση είναι το κλειδί. Το καλύτερο συναίσθημα που μπορεί να έχουν οι πελάτες είναι να τους θυμούνται, να τους απευθύνουν με το όνομά τους και να τους εκτιμούν πραγματικά.

Τέταρτον - ακρόαση και προβληματισμός. Η ενεργητική ακρόαση είναι πολύ αποτελεσματική στην αντιμετώπιση απογοητευμένων ή ακόμα και θυμωμένων πελατών. Λειτουργεί επίσης ενώ προσπαθεί να εντοπίσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους και να φανταστεί αποτελεσματικές λύσεις στα προβλήματά τους.

Πέμπτον - ανάληψη αναγκών, επιθυμιών και προβλημάτων. Το να είσαι προσεκτικός και να νοιάζεσαι δεν αρκεί. Οι πελάτες θέλουν αποτελεσματικότητα. Είναι μάλλον δύσκολο γιατί θέλουν ξεκάθαρους,

γρήγορες και άμεσες λύσεις στα προβλήματά τους.

Έκτο - ρητή έκφραση ικανοποίησης ή δυσαρέσκειας. Πάντα να ερευνάτε και να ζητάτε τους πελάτες να σας πουν τη γνώμη τους, με τα μάτια στα μάτια. Εάν δεν είναι ευχαριστημένοι, θα το μάθετε και μπορείτε να το δουλέψετε. Αν ναι, θα χαρούν περισσότερο να σας πουν ότι ήσουν καλός.

### **Τρόποι μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών**

Η ικανοποίηση πελατών (CSAT) είναι μια σημαντική μέτρηση εμπειρίας πελάτη για να κατανοήσετε πώς αισθάνονται οι πελάτες σας για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Η σύνδεση με τους πελάτες σας είναι ο μόνος πραγματικός τρόπος μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών. Μία από τις πιο κοινές μεθόδους μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών είναι μέσω ερευνών. Οι ερωτηθέντες καταγράφουν τα σχόλιά τους μέσω ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής, ερωτήσεων αξιολόγησης, ερωτήσεων ανοιχτού τύπου κ.λπ. Τα εργαλεία μέτρησης ικανοποίησης πελατών μπορούν να σας βοηθήσουν να συγκεντρώσετε πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο μέσω διαδικτυακών ερευνών και να προσφέρετε εξαιρετικές εμπειρίες.

Μερικές από τις κορυφαίες μετρήσεις που μπορούν να σας βοηθήσουν να καταγράψετε την ικανοποίηση των πελατών και να ενισχύσετε το ταξίδι του οργανισμού σας προς την παροχή εξαιρετικών αναμνήσεων από την εμπειρία των πελατών:

### **Χρησιμοποιήστε Έρευνες πελατών**

Για να λάβετε ακριβή σχόλια και στοιχεία ικανοποίησης πελατών, ερευνήστε τους πελάτες σας αμέσως μετά τη χρήση της υπηρεσίας ή του προϊόντος. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους ένας οργανισμός μπορεί να διεξάγει έρευνες πελατών: Ηλεκτρονικές έρευνες. Έρευνες στο κατάστημα. Έντυπα σχολίων. Έρευνες εκτός σύνδεσης μέσω τηλεφώνου κ.λπ. Να θυμάστε ότι οι πελάτες σας είναι πολύ απασχολημένοι και οι περισσότεροι από αυτούς διστάζουν να συμπληρώσουν έρευνες καθώς χρειάζεται ο πολύτιμος χρόνος τους. Για να αντιμετωπιστεί αυτό, οι έρευνές σας θα πρέπει να είναι σαφείς και συγκεκριμένες.

### **Μετρήστε τη βαθμολογία ικανοποίησης πελατών**

Η βαθμολογία ικανοποίησης πελατών μετρά τη βραχυπρόθεσμη ευτυχία των πελατών σας. Η κλίμακα κυμαίνεται συνήθως από πολύ ανικανοποίητος έως πολύ ικανοποιημένος: Πολύ δυσαρεστημένος. Ανικανοποίητος; Ουδέτερος; Ικανοποιημένοι; Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι.

Η παραπάνω κλίμακα ζητά από τους πελάτες να βαθμολογήσουν την υπηρεσία που έλαβαν από 1-5, όπου το 1 αντιπροσωπεύει πελάτες που είναι ιδιαίτερα δυσαρεστημένοι και το 5 αντιπροσωπεύει πελάτες που είναι πολύ ικανοποιημένοι. Μόλις συλλεχθεί η βαθμολογία από τον επιθυμητό αριθμό πελατών, ο μέσος αριθμός που λαμβάνεται είναι η βαθμολογία CSAT με την οποία μπορείτε να σχετιστείτε. Μια υψηλότερη βαθμολογία CSAT σημαίνει υψηλότερη ικανοποίηση πελατών. Αλλά έχει έναν περιορισμό, καθώς μετρά μόνο την πρόσφατη συναλλαγή με την επιχείρησή.

### **Μετρήστε την καθαρή βαθμολογία του προωθητή**

Φανταστείτε μια κατάσταση όπου οι πελάτες σας είναι ικανοποιημένοι με τις προσφορές σας αλλά δεν είναι έτοιμοι να προτείνουν την επιχείρησή σας σε άλλους. Μια τέτοια κατάσταση προκύπτει όταν δεν είναι σίγουροι για τη μακροζωία σας για να τους κρατήσετε ευτυχισμένους. Για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων και την παρακολούθηση της αφοσίωσης των πελατών, εισήχθη η Net Promoter Score (NPS). Το NPS μετρά την πιθανότητα ο πελάτης να παραπέμψει την επιχείρησή σας σε κάποιον. Έτσι,

δεν μετρά τη βραχυπρόθεσμη ευτυχία, καθώς ο πελάτης είναι υποχρεωμένος να σκεφτεί την υπηρεσία που του παρέχεται σε μια χρονική περίοδο και να απευθυνθεί σε έναν φίλο μόνο σε περίπτωση συνέπειας. Έτσι, μια απλή ερώτηση στο NPS θα μοιάζει με:

Θα μας προτείνετε στους φίλους σας; 0-6 (Δεν είναι ευκαιρία) – επικριτές. 7-8 (Ίσως); 9-10 (Πολύ Πιθανό) – Διοργανωτές. Για να υπολογίσετε το NPS, απλώς αφαιρέστε το ποσοστό των επικριτών από το ποσοστό των υποστηρικτών. Ένα υψηλό ποσοστό σημαίνει ότι οι πελάτες σας έχουν αναπτύξει μια αίσθηση πίστης προς την επωνυμία σας και είναι έτοιμοι να σας πάρουν μέρη, αλλά ένα χαμηλό ποσοστό θα σήμαινε ότι οι πελάτες σας πιστεύουν ότι δεν έχετε συνέπεια για να τους κρατήσετε ευτυχισμένους.

### Παρακολούθηση του Δείκτη Προσπάθειας Πελατών

Το Customer Fort Score (CES) λέει μια διαφορετική πλευρά της ιστορίας, όπου ένας πελάτης τίθεται υπό αμφισβήτηση για το ποσό της προσπάθειας που πρέπει να επενδύσει για να αλληλεπιδράσει με την εταιρεία και να επιλύσει τα ζητήματά του.

Συμπερασματικά, η ικανοποίηση του πελάτη είναι αυτό που κάνει ή σπάει κάθε επιχείρηση. Εάν οι πελάτες σας είναι ευχαριστημένοι, επιστρέφουν ξανά και ξανά και σας προτείνουν σε άλλους. Αλλά αν δεν είναι ευτυχισμένοι, μένουν μακριά και λένε σε όλους τους άλλους πόσο δυστυχισμένοι είναι. Και στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το από στόμα σε στόμα πάει πιο μακριά και μένει περισσότερο από ό,τι παλιά.

## 7 | Αρχές αειφορίας - αναφέρεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας



Η αειφόρος ανάπτυξη είναι ο στρατηγικός στόχος για το παρόν και το μέλλον της χώρας μας. Μια τρέχουσα έννοια ανάπτυξης δεν μπορεί να μην λάβει υπόψη:

- την προστασία του νερού και της θάλασσας·
- την προστασία της βιοποικιλότητας - χλωρίδας και πανίδας και υπηρεσίες οικοσυστήματος·
- βιώσιμα τρόφιμα·
- την πράσινη οικονομία·
- διαχείριση των αποβλήτων·
- βιώσιμη χρήση γης: ρύπανση, κατανάλωση εδάφους·
- προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή: υδρογεωλογική αστάθεια.

Κάθε δραστηριότητα, συμπεριλαμβανομένης της αγροκτηνοτροφίας, επηρεάζεται κατά κάποιο τρόπο από τις παραπάνω πτυχές.

Οι ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας προέρχονται από μια σειρά γνώσεων και εμπειριών που μπορεί να είναι αρκετά απομακρυσμένες μεταξύ τους, αλλά είναι αλληλένδετες και αλληλένδετες:

- **ιστορία:** σε όλες τις ιστορικές φάσεις, το περιβάλλον είχε ριζική επιρροή, περισσότερο από κάθε άλλο παράγοντα, στην εξέλιξη και τις αλλαγές των πολιτισμών.
- **γεωγραφία:** η ζωή μιας περιοχής, η διατήρηση της γεωφυσικής και γεωπολιτικής ποικιλομορφίας της, συνδέονται άμεσα με την ενάρτη περιβαλλοντική συμπεριφορά των ανθρώπων που ζουν εκεί.
- **επιστήμη και Τεχνολογία:** η επιστημονική γνώση πηγάζει άμεσα από την περιβαλλοντική γνώση και ενισχύει την προστασία της. Δεν μπορεί να υπάρξει τεχνολογική πρόοδος που να παραμελεί το σεβασμό για το περιβάλλον: αυτό ισχύει για σημαντικές πολιτικές και βιομηχανικές αποφάσεις, καθώς και για τις καθημερινές επιλογές των φορέων εκμετάλλευσης και των πολιτών.
- **νομοθεσία:** Κανονισμοί και οδηγίες της ΕΕ, εθνικός ή περιφερειακός κανονισμός κ.λπ. που ρυθμίζει, καθοδηγεί και διέπει τις αγροκτηνοτροφικές δραστηριότητες στον τομέα αυτό.

Έχοντας αυτές τις έννοιες κατά νου, η αειφόρος ανάπτυξη στοχεύει στη σωστή διαχείριση των αγρο-οικοσυστημάτων μέσω:

- μετριασμός της υποβάθμισης και της διάβρωσης του εδάφους - π.χ. εισαγωγή τεχνικών καλλιέργειας που διασφαλίζουν τη σωστή και ισορροπημένη χρήση των στοιχείων έδαφος, αέρας και νερό.
- μετριασμός της απλούστευσης του αγροτικού τοπίου - π.χ. ενεργοποίηση ενός συνόλου πρακτικών σε όλους τους τομείς: από την ανάκτηση εγκαταλελειμμένων στοιχείων, στη διατήρηση ιστορικών στοιχείων, στην επανεισαγωγή παραδοσιακών συστατικών και μεθόδων καλλιέργειας.
- μετριασμός της αλλοίωσης των οικολογικών διεργασιών που προκαλούνται από χημικά λιπάσματα και ζιζανιοκτόνα - π.χ. εισαγωγή ολοκληρωμένων, βιολογικών ή βιοδυναμικών μεθόδων ή τεχνικών καλλιέργειας που έχουν ως ακρογωνιαίό τους τη διατήρηση του εδάφους και τη γονιμότητά του, που συνδέονται με τον κύκλο του νερού, υδραυλικά-γεωργικά συστήματα, άροση και επιλογή καλλιεργητικών σχεδίων και την ετερογένεια της βιοκένωσης.
- μετριασμός της μείωσης των υδάτινων πόρων - π.χ. υιοθέτηση πιο σύγχρονων και αποτελεσματικών συστημάτων και τεχνικών άρδευσης που βελτιώνουν την ικανότητα αποστράγγισης του εδάφους, εξορθολογισμός της συλλογής και χρήσης του νερού, συντήρηση και αύξηση της περιεκτικότητας σε χούμο στο έδαφος.

Παραδείγματα βιώσιμης διαχείρισης ζώων:

- φύτευση διαφοροποιημένων κτηνοτροφικών καλλιεργειών σύμφωνα με τις ειδικές ανάγκες κάθε είδους
- Προτίμηση εκτατικών ημι-άγριων μεθόδων καλλιέργειας, με εναλλαγή βοσκοτόπων.
- προσδιορισμός βιώσιμων ποσοστών εκτροφής ζώων ανάλογα με τη γονιμότητα και τον τύπο του εδάφους, το τοπικό κλίμα και τις ζώνες υψομέτρου.
- αντικατάσταση θεραπειών φυτοφαρμάκων που περιέχουν χημικά μόρια με φυτοθεραπευτικά προϊόντα για την προστασία της εντομοπανίδας, της βάσης τροφής για διάφορα είδη πτηνών.
- αναπαραγωγή τοπικών φυλών, επειδή είναι πιο ρουστίκ και για να εξουδετερώσουν τη γενετική διάβρωση στην οποία υποβάλλονται.
- χρήση ζώων που είναι εγγεγραμμένα σε κτηνοτροφικά βιβλία και, γενικά, βελτίωση της ζωοτεχνικής γενετικής κληρονομιάς μέσω της χρήσης κατάλληλων ζώων αναπαραγωγής.

- υγειονομική παρακολούθηση των εκμεταλλεύσεων εκτός από τον κανονικό έλεγχο και την κρατική προφύλαξη που προβλέπει η κείμενη νομοθεσία, ώστε να εντοπίζονται έγκαιρα τυχόν αιτιολογικοί παράγοντες και να αποφεύγονται οι μεταδοτικές ασθένειες και η καθυστερημένη προσφυγή σε φάρμακα.

Η αειφόρος ανάπτυξη σε θέματα προστασίας και διατήρησης επιτυγχάνεται με την υιοθέτηση καλών γεωργικών και κτηνοτροφικών πρακτικών, οι οποίες γενικά στοχεύουν:

- να συμβάλει στην προστασία της επικράτειας, μειώνοντας τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των ανθρώπινων παρεμβάσεων μέσω της προσεκτικής διαχείρισης των γεωργικών και κτηνοτροφικών δραστηριοτήτων·
- να προτείνει μοντέλα βιώσιμης γεωργίας και κτηνοτροφίας από οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική άποψη·
- ευαισθητοποίηση των αγροτών και των κτηνοτρόφων για τον θεμελιώδη ρόλο τους στην προστασία και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και για την ανάγκη για ενεργό συμμετοχή τους, διευκολύνοντας επίσης την επικοινωνία με τις δημόσιες διοικήσεις.  
Οι δράσεις που θα γίνουν στοχεύουν:
- σε μια χρονική και χωρική ευελιξία προκειμένου να ληφθεί υπόψη η μεταβλητότητα των αγροπεδολογικών και κλιματικών συνθηκών, οι νέες γνώσεις στον περιβαλλοντικό τομέα, οι βελτιώσεις στις καλλιεργητικές τεχνικές και στην επεξεργασία ζωοτεχνικών αποβλήτων και βιομάζας διαφορετικής προέλευσης, αλλαγές στην κατεύθυνση της αγοράς αγροτικών προϊόντων, καθώς και των νέων τεχνικών εκτροφής και διατροφής ζώων·
- να διαφοροποιηθούν σε σχέση με τα μορφολογικά χαρακτηριστικά της περιοχής και τις διαφορετικές παραδοσιακές γεωπονικές μεθόδους καλλιέργειας και εκτροφής των καλλιεργειών.

Η έννοια της αειφορίας και της προστασίας του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας μπορεί επίσης να εφαρμοστεί στη χοιροτροφία ελευθέρως βοσκής: χρήση τοπικών φυλών, καθώς και μεγιστοποίηση της καλής μεταχείρισης των ζώων και εθολογικού σεβασμού, σωστή πυκνότητα εκτροφής και εναλλαγή γης, χρήση κατάλληλων προστατευτικών η περίφραξη, η χρήση κρέατος για την παραγωγή τυπικών και παραδοσιακών προϊόντων, όλα μαρτυρούν το γεγονός ότι μια προσέγγιση που δεν συνδέεται αποκλειστικά με τη μεγιστοποίηση της παραγωγής, αλλά λαμβάνει επίσης υπόψη τις πτυχές της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, είναι ένα όπλο που κερδίζει σε μια αγορά που είναι ολοένα και πιο προσεκτικοί σε ηθικές και περιβαλλοντικές πτυχές.

Η σημασία των παραπάνω καταδεικνύεται από το γεγονός ότι, στις σε απευθείας σύνδεση εκπαιδευτικές ενότητες του μαθήματος Breed, αυτές οι έννοιες στην πραγματικότητα αντιμετωπίζονται και υποστηρίζονται εκτενώς.

Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι η αειφόρος διαχείριση των φυσικών πόρων πρέπει να περιλαμβάνει την αποκατάσταση, τη διατήρηση και τη βελτίωση των οικοσυστημάτων, την προώθηση γεωργικών πρακτικών αποδοτικής χρήσης των πόρων και τη γεωργία με χαμηλές εκπομπές άνθρακα και ανθεκτική στο κλίμα.

Αυτό στηρίζεται σε τρεις θεμελιώδεις πυλώνες:

- βιώσιμη παραγωγή τροφίμων, μέσω της αύξησης της ανταγωνιστικότητας του γεωργικού τομέα και της κερδοφορίας της παραγωγής·
- βιώσιμη διαχείριση των πόρων, για τη διασφάλιση της παραγωγής δημόσιων αγαθών και την εξουδετέρωση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής·
- ισόρροπη εδαφική ανάπτυξη, για την ενίσχυση της διαφοροποίησης της γεωργίας και των



αγροτικών περιοχών.

## 8 | Αρχές βιωσιμότητας - αναφέρεται στην κοινοτική αποδοχή



Η συνολική μακροπρόθεσμη κατεύθυνση στην παραγωγή τροφίμων φαίνεται να επικεντρώνεται όλο και περισσότερο στη βιωσιμότητα. Οι καταναλωτές ζητούν προϊόντα που αποτελούν μέρος ενός βιώσιμου περιβάλλοντος παραγωγής. Η μαζική παραγωγή ανώνυμων προϊόντων δεν ευνοείται πλέον, ακόμη και αν η τιμή είναι η πιο ανταγωνιστική διαθέσιμη τιμή. Στους καταναλωτές αρέσει ένα προϊόν που παράγεται με σεβασμό. Ένα φυσικό προϊόν που εκτιμάται περισσότερο στις μέρες μας. Ένα προϊόν που συνοδεύεται από μια αντίστοιχη ιστορία και εμπειρία φαγητού. Αυτό καθιστά απαραίτητο για τις οργανώσεις αναπαραγωγής και τους παραγωγούς να επικεντρωθούν περισσότερο σε μια ισορροπημένη προσέγγιση με σεβασμό στους ανθρώπους, τα ζώα και τον πλανήτη.

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, αυξανόμενος αριθμός καταναλωτών απαιτούσε ηθικά συστήματα παραγωγής και ισχυρίστηκαν ότι αρνούνταν να αγοράσουν προϊόντα που δεν ανταποκρίνονταν στις ανησυχίες για την καλή διαβίωση των ζώων. Ως εκ τούτου, αυτή τη στιγμή δίνεται πολύ μεγαλύτερη προσοχή σε αυτό. Η καλή μεταχείριση των ζώων περιλαμβάνει επίσης τη σωματική, ψυχική του κατάσταση και τη συμπεριφορά του ζώου. Η καλή μεταχείριση των ζώων συνεπάγεται τόσο καλή φυσική κατάσταση όσο και αίσθηση ευεξίας και ότι το ζώο πρέπει να προστατεύεται από περιττή ταλαιπωρία. Για να επιτευχθεί ικανοποιητική καλή μεταχείριση των ζώων, τα ζώα πρέπει να έχουν υπεύθυνη φροντίδα, κατάλληλη στέγασση, πρόληψη και θεραπεία ασθενειών, επαρκή διαχείριση, διατροφή και ανθρώπινη μεταχείριση. Συνολικά, τα ζώα θα πρέπει να διατηρούνται σε περιβάλλον χωρίς άγχος όπου είναι ελεύθερα να εκφράσουν τη συμπεριφορά τους.

Οι καταναλωτές όχι μόνο αναμένουν ότι η ευημερία των ζώων είναι εξασφαλισμένη αλλά και ότι το τελικό προϊόν θα ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους. Αν και είναι πολύ πιο περίπλοκο από όσο φαίνεται. Εντός της αλυσίδας παραγωγής, κάθε μεμονωμένος τομέας έχει διαφορετικές ανάγκες από τους άλλους, πρέπει να σέβεται τις ανάγκες των επερχόμενων τομέων και, ταυτόχρονα, όλοι πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών. Αυτό τονίζει τις σημαντικές δυσκολίες στη διαχείριση του συστήματος παραγωγής, καθώς οι ανάγκες είναι πολύ συχνά σε αντίθεση μεταξύ τους.

Στον τομέα της παραγωγής κρέατος γενικά, και του χοιρινού κρέατος ειδικότερα, ο όρος «ποιότητα» παίρνει μια πολύ ευρεία έννοια που περιλαμβάνει πολυάριθμα χαρακτηριστικά των οποίων η σημασία ποικίλλει ανάλογα με τις ανάγκες των επιμέρους σταδίων παραγωγής και, συχνά,

Το σύστημα παραγωγής χοιρινού κρέατος μπορεί να συμπεριληφθεί σε τρεις διακριτές στιγμές:

- μια αρχική φάση που αποσκοπεί στην παραγωγή επαρκούς ποσότητας κρέατος για να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις των καταναλωτών·
- μια ενδιάμεση φάση στην οποία, αφού επιτευχθεί ο ποσοτικός στόχος, συγκεντρώνονται οι προσπάθειες για τη βελτιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας·

• σε τρίτη φάση, στόχος είναι η απόκτηση ενός προϊόντος με υψηλά ποιοτικά χαρακτηριστικά, χωρίς να παραμελείται το κόστος παραγωγής.

Έτσι, οι κτηνοτρόφοι αναγκάζονται να κάνουν ελιγμούς μεταξύ πολλών πτυχών για να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών, να διασφαλίσουν την καλή διαβίωση και τη βιωσιμότητα των ζώων.

Η ενότητα 7 παρουσιάζει τους τρόπους επίτευξης της καλής μεταχείρισης των ζώων.

Συμπεριλαμβάνονται συμβουλές σχετικά με την κατανάλωση τροφής και νερού, κλιματικές συνθήκες, κατάλληλη στέγαση, κλινοσκεπάσματα, κατάλληλες απαιτήσεις χώρου, ανάγκη έκφρασης κανονικής συμπεριφοράς και κοινωνικοποίησης. Όλες αυτές οι πολύτιμες πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων των συμβουλών και των καλών πρακτικών, μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά την έναρξη μιας νέας επιχείρησης.

Επιπλέον, στην Ενότητα 11 συζητούνται οι κύριες πτυχές σχετικά με την ποιότητα του κρέατος. Περιλαμβάνει πτυχές που σχετίζονται με τη γενετική βελτίωση, τη διασταύρωση, πτυχές ποιότητας που σχετίζονται με το χρώμα, την υφή, τη γεύση κ.λπ. Όλα παρουσιάζονται με σαφή και λεπτομερή τρόπο, ώστε οι μαθητές να μπορούν να μάθουν για τις πιο σημαντικές πτυχές και να αποφύγουν λάθη στη μελλοντική τους επιχείρηση.

Συμπερασματικά, όλες οι πτυχές συζητούνται λεπτομερώς στην Ενότητα 7 και στην Ενότητα 11. Αφού μελετήσουν αυτές τις ενότητες, οι μαθητές θα είναι σε θέση να περιγράψουν τις αρχές της καλής διαβίωσης των ζώων και τις σχετικές επιπτώσεις, να εφαρμόσουν δείκτες για την αξιολόγηση της καλής μεταχείρισης των ζώων, να σχεδιάσουν προγράμματα εκτροφής για την υποστήριξη της καλής διαβίωσης των ζώων, λαμβάνοντας υπόψη διάφορα θέματα και νομοθεσία και κυρίως υιοθετεί την ιδέα ότι τα ζώα έχουν δικαίωμα στην ευημερία, κάτι που είναι τόσο σημαντικό για τους καταναλωτές στις μέρες μας. Επιπλέον, οι μαθητές θα μάθουν πώς να αναλύουν και να αξιολογούν τη σημασία και τη σχέση μεταξύ της ποιότητας της πρώτης ύλης και του επεξεργασμένου προϊόντος. Επίσης, θα έχουν ένα ακόμη εργαλείο για να μπορούν να προσαρμόζουν και να βαθμονομούν οποιαδήποτε βελτίωση προϊόντος απαιτείται για τις δικές τους εμπειρίες.

## 9 | Βήματα που οδηγούν από μια επιχειρηματική ιδέα σε μια βιώσιμη επιχείρηση που επιτυγχάνει την ικανοποίηση των πελατών, το περιβάλλον και τη βιοποικιλότητα, διασφαλίζοντας τη συμμόρφωση και την αποδοχή της κοινότητας



UNIVERSITY OF  
THESSALY

Οι επιχειρήσεις, ακόμη και οι μικρές, μπορούν να έχουν εκπληκτικά μεγάλο αντίκτυπο στο περιβάλλον. Ως ιδιοκτήτης επιχείρησης, το αν αυτός ο αντίκτυπος είναι θετικός ή αρνητικός εξαρτάται από εσάς. Η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων είναι μια αυξανόμενη πρακτική στο μυαλό των εταιρειών με περιβαλλοντική συνείδηση. Επιπλέον, οι καταναλωτές είναι επίσης πιο πρόθυμοι από ποτέ να επενδύσουν σε μη τοξικά, φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα για να προστατεύσουν τις

οικογένειές τους και το μέλλον του πλανήτη. Έτσι, σήμερα, επιχειρήσεις όλων των μεγεθών επιλέγουν πιο περιβαλλοντικά βιώσιμες πρακτικές ως απάντηση στην κλιματική αλλαγή και οι πελάτες τους το παρατηρούν.

Η Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, που εγκρίθηκε από όλα τα κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών το 2015, παρέχει ένα κοινό σχέδιο για την ειρήνη και την ευημερία για τους ανθρώπους και τον πλανήτη, τώρα και στο μέλλον. Στο επίκεντρό του βρίσκονται οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ), οι οποίοι αποτελούν μια επείγουσα έκκληση για δράση από όλες τις χώρες - ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες - σε μια παγκόσμια εταιρική σχέση. Αυτοί οι στόχοι στοχεύουν στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, στη διατήρηση των ωκεανών και των δασών μας και στη βελτίωση της υγείας και της εκπαίδευσης. Επιπλέον, τα Ηνωμένα Έθνη διατύπωσαν επίσης πέντε βασικές αρχές που ταιριάζουν σε όλους τους ΣΒΑ, τα πέντε Ρ. Υπάρχουν τέσσερα γενικά Ρ: Άνθρωποι, Πλανήτης, Ευημερία και Ειρήνη. Αυτές οι αρχές παρέχουν καλά σημεία αναφοράς για τη μέτρηση της προόδου σε όλους τους ΣΒΑ. Υπάρχει όμως και μία αρχή που προσανατολίζεται στη διαδικασία: η συνεργασία.

Το SDG Compass (SDG Compass) καθοδηγεί τις εταιρείες στην ευθυγράμμιση των στρατηγικών τους καθώς και στη μέτρηση και τη διαχείριση της συμβολής τους στην υλοποίηση των SDG. Περιέχει επίσης ένα αποθετήριο επιχειρηματικών εργαλείων. Αυτός ο ιστότοπος έχει αναπτυχθεί από το Παγκόσμιο Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (WBCSD). Ο επιλογέας SDG (επιλογέας SDG PWC) είναι ένα εργαλείο που σας βοηθά να επιλέξετε τα κριτήρια του οργανισμού σας, επιλέξτε από τον αντίκτυπο, την ευκαιρία και την περιοχή για προτεινόμενες δραστηριότητες. Για τον επιχειρηματικό κόσμο, η υιοθέτηση των ΣΒΑ είναι έξυπνη επιχείρηση και αποκαλύπτει πολλές ευκαιρίες. Λοιπόν από πού πρέπει να ξεκινήσουμε; Θα ξεκινήσουμε με τους ΣΒΑ που σχετίζονται με τον αντίκτυπο του λιανικού εμπορίου και του καταναλωτικού κλάδου. Τέτοιοι ΣΒΑ είναι η «Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή», «Καθαρό νερό και αποχέτευση», «Δράση για το κλίμα» κ.λπ. και αποτελούν προϋπόθεση για εύρυθμες κοινωνίες και οικονομίες.

Τα τελευταία τέσσερα χρόνια, οι εταιρείες που πρωτοστατούν στη δράση για την κλιματική αλλαγή έχουν ξεπεράσει οικονομικά το παγκόσμιο σημείο αναφοράς κατά έξι τοις εκατό. Σε βασικό επίπεδο, οι λειτουργικές βελτιώσεις για τη μείωση των αερίων του θερμοκηπίου μπορούν να οδηγήσουν σε τεράστιες μειώσεις του κόστους και στη μείωση της εξάρτησης από τους φυσικούς πόρους.

Για παράδειγμα, τα κεντρικά γραφεία της WhiteWave Foods Company έχουν λάβει την ετικέτα ENERGY STAR για τέσσερα συνεχόμενα χρόνια για την επίδειξη μετρήσιμης εξοικονόμησης κόστους κατά τη λειτουργία, εξοικονομώντας 37 τοις εκατό ετησίως στο ετήσιο ενεργειακό κόστος λόγω αναβαθμίσεων στις εγκαταστάσεις τους. Επιπλέον, στο πλαίσιο των προσπαθειών της Monsanto Company να μειώσει τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, το 2015, η εταιρεία πραγματοποίησε την πρώτη της μετασκευή αποκλειστικά LED. Δύο από τις εγκαταστάσεις τους στο Grinnell της Αϊόβα εξοπλίστηκαν εκ των υστέρων με νέα φωτιστικά LED που όχι μόνο έκαναν την εγκατάσταση ασφαλή, αλλά μείωσαν δραστικά και το ενεργειακό κόστος.

Εάν ξεκινάτε μια επιχείρηση, σκεφτείτε αυτούς τους εννέα τρόπους με τους οποίους μπορείτε να κάνετε τη διαδικασία σας πιο βιώσιμη:

Εγώ. Τα υλικά πηγής του προϊόντος σας.

- Επιλέξτε υλικά με βιώσιμες πηγές.
- Επιλέξτε υλικά που είναι δίκαιου εμπορίου.
- Επιλέξτε υλικά που είναι κατασκευασμένα με ανακυκλώσιμα, ανανεώσιμα ή/και

βιοαποδομήσιμα υλικά.

- Εξασκηθείτε στις πράσινες προμήθειες.

**ii. Οικολογική συσκευασία.**

- Χρησιμοποιήστε βιοδιασπώμενες συσκευασίες.
- Μην χρησιμοποιείτε μίξη υλικών.

**iii. Βιώσιμη αποθήκευση.**

- Επιλέξτε μια φιλική προς το περιβάλλον εγκατάσταση που χρησιμοποιεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για τον έλεγχο του κλίματος, όπως ηλιακούς συλλέκτες.
- Συσκευάστε τα αντικείμενα σε πράσινα δοχεία αντί για ρυπογόνα πλαστικά.
- Εάν πρέπει να απορρίψετε αντικείμενα που δεν χρειάζεστε πλέον, σκεφτείτε να τα δωρίσετε αντί να τα πετάξετε.

**iv. Πράσινη αποστολή και παράδοση.**

- Χρησιμοποιήστε βιώσιμες μεθόδους παράδοσης.
- Χρησιμοποιήστε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά αποστολής.

**v. Μειώστε τη γραφειοκρατία και την έντυπη τιμολόγηση.**

- Στόχος να είναι όσο το δυνατόν χωρίς χαρτί.
- Εάν πρέπει να χρησιμοποιήσετε χαρτί, προμηθεύετε το γραφείο σας αποκλειστικά με ανακυκλωμένο χαρτί βιώσιμης προέλευσης.

**vi. Συμμετέχετε τους υπαλλήλους σας.**

- Δώστε στους υπαλλήλους σας την επιλογή να εργάζονται από το σπίτι.
- Ενθαρρύνετε τους υπαλλήλους σας να υιοθετήσουν φιλικές προς το περιβάλλον συνήθειες.

**vii. Κάντε βιώσιμο τον χώρο σας από τούβλα και κονίαμα.**

- Πρασίνισε το περιβάλλον σου.
- Πάρτε το στο σύννεφο.

**viii. Κάντε φιλανθρωπικές συνεισφορές.**

- Ξεκινήστε μια προώθηση, όπως φύτευση ενός δέντρου για κάθε 10 προϊόντα που πωλούνται.
- Χρησιμοποιήστε πράσινη φιλοξενία Ιστού, η οποία χρησιμοποιεί περιβαλλοντικές τεχνολογίες για την υλοποίηση πρωτοβουλιών φιλικών προς το περιβάλλον.
- Δωρίστε ένα ποσοστό των εσόδων σας σε περιβαλλοντικά προγράμματα.
- Οργανώστε έναν έρανο στην κοινότητά σας για να προωθήσετε πρωτοβουλίες με οικολογική συνείδηση.

**ix. Βρείτε περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις και πρωτοβουλίες.**

- Αποκτήστε μια νόμιμη πράσινη επιχειρηματική πιστοποίηση

Οι εταιρείες δεν είναι απλώς βασικοί συντελεστές στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, αλλά αντιμετωπίζουν επίσης εκτεταμένους κινδύνους των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής. Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ τοποθετεί την αποτυχία μετριασμού της κλιματικής αλλαγής ως τον νούμερο 1 παγκόσμιο κίνδυνο για τις επιχειρήσεις, έναν κίνδυνο που συνεχίζει να αυξάνεται καθώς κλιμακώνονται οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής. Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μειωμένη παραγωγικότητα αγροκτημάτων και φυτειών, διαταραχές της εφοδιαστικής αλυσίδας από ακραία καιρικά φαινόμενα, σπανιότητα φυσικών πόρων, ζημιές από τις καιρικές συνθήκες στα εργοστάσια και επιπτώσεις στην υγεία των εργαζομένων για να αναφέρουμε μόνο μερικά. Παράλληλα με αυτές τις άμεσες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, οι κοινωνικές δυνάμεις δρουν επίσης στις επιχειρήσεις. Οι εταιρείες έχουν τώρα μια μεγάλη προοπτική όχι μόνο να μετριάσουν τους κινδύνους αλλά και να επωφεληθούν από νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες για τη μείωση των αερίων του θερμοκηπίου και τη λήψη σημαντικών μέτρων για την κλιματική αλλαγή.

Με την περιβαλλοντική συνείδηση στο υψηλότερο επίπεδο όλων των εποχών, οι καταναλωτές αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη γνώση σχετικά με τις βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές. Προτού διεκδικήσετε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της επιχείρησής σας, βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να υποστηρίξετε τέτοιους ισχυρισμούς με τις απαραίτητες δραστηριότητες. Επιπλέον, έχετε κατά νου ότι η βιωσιμότητα της επιχείρησης περιλαμβάνει τις προσπάθειες ολόκληρης της ομάδας σας και μια εταιρική κουλτούρα που βασίζεται στην περιβαλλοντική συνείδηση θα διευκολύνει την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας. Τέλος, να θυμάστε πάντα ότι είτε νοικιάζετε είτε είστε ιδιοκτήτης του γραφείου ή της βιτρίνας σας, υπάρχουν απλά μέτρα που μπορείτε να λάβετε για να μειώσετε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις στο χώρο σας.

## συμπέρασμα

Η εκτροφή χοίρων απαιτεί γνώσεις, δεξιότητες και σωστή στάση, ώστε να είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση. Ένας αγρότης πρέπει να γνωρίζει πολλά πράγματα για τα ζώα και τη φάρμα, επίσης για το περιβάλλον και την κατάλληλη διαδικασία παραγωγής. Όλα αυτά και περισσότερα μπορούν να βρεθούν στην εργαλειοθήκη OER BREED VET για βιώσιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην ποιοτική εκτροφή χοίρων.

Οι ενότητες περιλαμβάνουν όχι μόνο ολοκληρωμένες πληροφορίες, αλλά εμπλουτίζονται με βίντεο, κινούμενα σχέδια, φωτογραφίες, κείμενα από επιστημονικές εργασίες, παραδείγματα καλών πρακτικών, συνεντεύξεις και άλλα. Όλες οι πληροφορίες παρουσιάζονται με αναλυτικό και ενδιαφέροντα τρόπο. Επομένως, αυτό το υλικό είναι πολύ πολύτιμο τόσο για τους υφιστάμενους όσο και για τους νέους αγρότες, γιατί αφού αποκτήσουν τόσες πολλές γνώσεις μπορούν να το προσαρμόσουν για τις δικές τους φάρμες.

Για αρχάριους είναι μια πολύ εμπλουτισμένη αποσκευή γνώσης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να αποφευχθούν πολλά λάθη που μπορεί να γίνουν όταν ένα άτομο ξεκινά μια νέα επιχείρηση. Προβλήματα που σχετίζονται με την υγεία των ζώων, την ποιότητα του κρέατος, τον κίνδυνο για το περιβάλλον και τα προβλήματα που σχετίζονται με την απώλεια χρημάτων μπορεί να γίνουν σοβαρός πονοκέφαλος που μπορεί να προκαλέσει ακόμη και την ανάγκη αναστολής της επιχείρησης.

Οι υφιστάμενοι αγρότες μπορούν επίσης να βρουν κάτι νέο και χρήσιμο το οποίο μπορούν να εφαρμόσουν στις φάρμες τους ή να βρουν λύσεις στα προβλήματα που είχαν και δεν μπορούσαν να λύσουν πριν. Επιπλέον, μπορούν να βρουν νέους καινοτόμους τρόπους διαχείρισης των αγροκτημάτων τους που σχετίζονται με το μάρκετινγκ, τις ηλεκτρονικές πωλήσεις κ.λπ.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι αυτό το μάθημα είναι δωρεάν διαθέσιμο στο διαδίκτυο, εύκολα προσβάσιμο από χρήστες σε όλο τον κόσμο και παρέχει την ευκαιρία στους χρήστες του να εκπαιδεύονται εξ αποστάσεως με ευέλικτο και ενδιαφέρον τρόπο.

## Βιβλιογραφικές αναφορές

Όλοι οι σύνδεσμοι ανοικτής πρόσβασης στο Διαδίκτυο που αναφέρονται παρακάτω έγιναν για τελευταία φορά στις 31 Αυγούστου 2022.

### Κεφάλαιο 2

1. <https://www.skillsyouneed.com/ips/communication-skills.html>
2. <https://learn.uvm.edu/blog/blog-business/improve-communication-skills>  
<https://blog.smarp.com/top-5-communication-skills-and-how-to-improve-them>
3. <https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/14-best-practices-for-more-effective-communication.html>
4. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/130178/Thesis.pdf;jsessionid=E593A996BC7ACF1FF747C4ECFB269F58?sequence=1>

### κεφάλαιο 3

1. [https://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_environments](https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_environments)
2. <https://www.liferay.com/resources//digital-business>

### Κεφάλαιο 4

1. Arey Dale, Brooke Phil (2006). Πτυχές καλής μεταχείρισης των ζώων της ορθής γεωργικής πρακτικής: παραγωγή χοίρων. Συμπόνια στην Παγκόσμια Γεωργία. Ανακτώνται από:[https://www.ciwf.org.uk/media/5492194/gap\\_pig\\_book\\_full.pdf](https://www.ciwf.org.uk/media/5492194/gap_pig_book_full.pdf)
2. Edwards Sandra (2005) Χαρακτηριστικά ποιότητας προϊόντος που σχετίζονται με την παραγωγή χοίρων σε εξωτερικούς χώρους. Livestock Production Science. 94, 5 – 14. Ανακτήθηκε από:<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.452.2630&rep=rep1&type=pdf>
3. Honeyman, Mark & McGlone, John & Kliebenstein, James & Larson, Ben. (2003). Υπαίθρια Χοιροπαραγωγή. Ανακτώνται από:[https://www.researchgate.net/publication/5130980\\_Outdoor\\_Pig\\_Production](https://www.researchgate.net/publication/5130980_Outdoor_Pig_Production)
4. Hyun-Suk Park, Byungrok Min και Sang-Hyon Oh (2017). Ερευνητικές τάσεις στην παραγωγή χοίρων σε εξωτερικούς χώρους — Ανασκόπηση Asian-Australas J Anim Sci Vol. 30, No. 9:1207-1214 Σεπτεμβρίου 2017. Ανακτήθηκε από:<https://doi.org/10.5713/ajas.17.0330>,<https://www.animbiosci.org/upload/pdf/ajas-30-9-1207.pdf>
5. Kresˇimir, Salajpal & Karolyi, Danijel & Luković, Zoran. (2013). Υγειονομικές πτυχές Συστημάτων Υπαίθρου Γεωργίας. Acta Agriculturae Slovenica. 4. 109-117. Ανακτώνται από:[https://www.researchgate.net/publication/292643482\\_SANITARY\\_ASPECTS\\_OF\\_OUTDOOR\\_FARMING\\_SYSTEMS](https://www.researchgate.net/publication/292643482_SANITARY_ASPECTS_OF_OUTDOOR_FARMING_SYSTEMS)
6. Mheen, Vermeer, Herman. (2000). Υπαίθρια χοιροτροφία στην Ολλανδία. Βιολογική παραγωγή χοίρων σε συστήματα ελεύθερης βοσκής. Ανακτώνται από:[https://www.researchgate.net/publication/40119966\\_Outdoor\\_pig\\_farming\\_in\\_the\\_Netherlands](https://www.researchgate.net/publication/40119966_Outdoor_pig_farming_in_the_Netherlands)
7. Pulido Angel Felipe, Moreno Paula, Gaspar García, Francisco Javier Mesías Díaz, Alfredo Jesus Escribano Sánchez and Antonio Rodriguez de Ledesma Vega (2012) Η παραδοσιακή εκτεταμένη εκτροφή χοίρων ελεύθερης βοσκής: ένα βιώσιμο ή απειλούμενο σύστημα παραγωγής. Συνέδριο: 10ο Ευρωπαϊκό Συμπόσιο IFSA. Παραγωγή και αναπαραγωγή γεωργικών συστημάτων. Νέοι τρόποι οργάνωσης για βιώσιμα συστήματα τροφίμων του αύριο. Ανακτώνται από:[https://www.academia.edu/9440633/The\\_traditional\\_extensive\\_free\\_range\\_pig\\_farm\\_a\\_sustainable\\_or\\_an\\_endangered\\_production\\_system](https://www.academia.edu/9440633/The_traditional_extensive_free_range_pig_farm_a_sustainable_or_an_endangered_production_system)
8. Sundrum Albert, Weißmann Friedrich (2005). Βιολογική παραγωγή χοίρων σε συστήματα ελεύθερης βοσκής. Δημοσιεύθηκε ως: Landbauforschung Völkenrode Sonderheft 281.

Ανακτήθηκε από:[https://literatur.thuenen.de/digbib\\_extern/bitv/zi037415.pdf](https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/bitv/zi037415.pdf)

### Κεφάλαιο 5

1. <https://gransuinoitaliano.it/>
2. <https://prosciuttodiparma.museidelcibo.it/en/history/>
3. <https://prosciuttodiparma.museidelcibo.it/wp-content/uploads/sites/3/2018/02/Il-maiale-nella-tradizione-rurale.pdf>
4. <https://prosciuttodiparma.museidelcibo.it/il-prodotto/storia/>
5. <https://salamedifelino.museidelcibo.it/en/>
6. <https://culatellodizibello.museidelcibo.it/>
7. <https://azagricolarossi.it/>
8. <https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/dop-igp/temi/prodotti-tradizionali/carni-e-frattaglie-fresche-e-loro-preparazione-1>
9. <https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11379>

### Κεφάλαιο 6

1. <https://survicate.com/customer-satisfaction/importance-customer-satisfaction/>
2. <https://profbaeyens.com/2016/03/31/7-principles-of-customer-satisfaction/>
3. <https://www.thinkhdi.com/library/supportworld/2017/5-ways-to-measure-customer-satisfaction.aspx>

### Chapter 7

1. [https://www.mite.gov.it/sites/default/files/archivio/allegati/LINEE\\_GUIDA.pdf](https://www.mite.gov.it/sites/default/files/archivio/allegati/LINEE_GUIDA.pdf)
2. Κώδικας Ορθής Αγροτικής Πρακτικής PNGSL
3. Οδηγία 2009/147/EK
4. Οδηγία 92/43 CE

### Κεφάλαιο 8

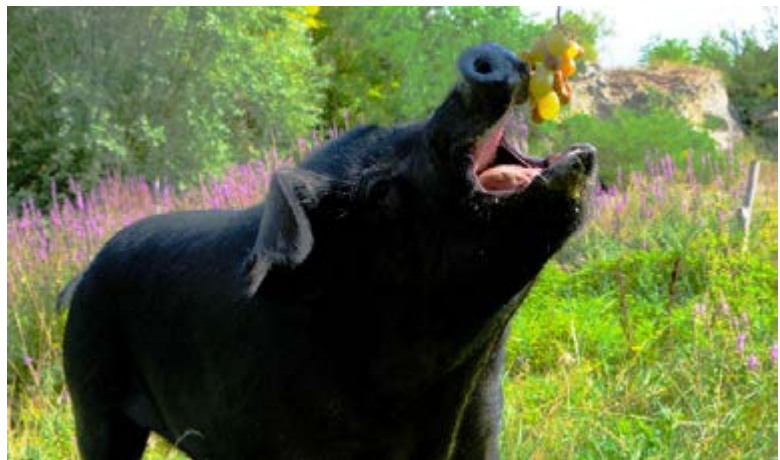
1. <https://www.pigprogress.net/Sows/Articles/2016/10/Sustainability-in-breeding-It-all-depends-on-the-definition-2905342W/>
2. [https://ec.europa.eu/food/animals/animal-welfare\\_en](https://ec.europa.eu/food/animals/animal-welfare_en)

### Κεφάλαιο 9

1. van Tulder, R. (2018). Business & the Sustainable Development Goals: Ένα πλαίσιο για αποτελεσματική εταιρική συμμετοχή.
2. Ferwerda, W. (2015). 4 επιστροφές, 3 ζώνες, 20 χρόνια: ένα ολιστικό πλαίσιο οικολογικής αποκατάστασης από ανθρώπους και επιχειρήσεις για τις επόμενες γενιές (No. 1).
3. CRI & Παγκόσμιο Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών. (2018). Ενσωμάτωση των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης στην Εταιρική Αναφορά: Ένας πρακτικός οδηγός.
4. Ηνωμένα Έθνη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα. (2011). Κατευθυντήριες Αρχές για τις Επιχειρήσεις και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα: Εφαρμογή του Πλαισίου των Ηνωμένων Εθνών «Προστασία, Σεβασμός και Αντιμετώπιση».
5. Οι Στόχοι Καλής Ζωής - Προσωπικές ενέργειες που μπορεί να κάνει ο καθένας για να υποστηρίξει τους ΣΒΑ. Ανακτώνται από:<https://www.wbcsd.org/Archive/Sustainable-Lifestyles/News/Personal-actions-that-everyone-can-take-to-support-the-SDGs>

# Breed)<sup>ω</sup>

Ενδυνάμωση του συστήματος ΕΕΚ μέσω της βιώσιμης επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην ποιοτική εκτροφή χοίρων



[www.pigbreedtraining.eu](http://www.pigbreedtraining.eu)

[info@pigbreedtraining.eu](mailto:info@pigbreedtraining.eu)

[facebook.com/breed.pigbreedtraining](https://facebook.com/breed.pigbreedtraining)

[twitter.com/@BREED\\_News](https://twitter.com/@BREED_News)

