



# SPRIEVODCA PRÍPRAVY PREDVÁDZACIEHO PODUJATIA NA FARME







## Úvod

Predvádzanie na farmách sa organizuje už najmenej dve storočia, pôvodne ako spôsob informovania poľnohospodárov o inováciách, ale v poslednej dobe aj ako spôsob výmeny skúseností v prostredí medzi poľnohospodármi a na podporu vzájomného informovania poľnohospodárov a iných subjektov. V rámci stratégií rozvoja podnikania (napr. krátke potravinové dodávateľské reťazce, komunitou podporované poľnohospodárstvo) čoraz častejšie otvárajú svoje farmy aj samotní poľnohospodári, aby sa spojili so svojimi kolegami a širokou verejnosťou.

Činnosti spojené s programom predvedenia ukážok môžu siahať od jednorazových podujatí v trvaní jeden ‚deň v teréne‘ po viacročné ‚monitorované farmy‘, na ktorých sa v pravidelných intervaloch stretávajú poľnohospodári, poradcovia a členovia poľnohospodárskeho odvetvia s cieľom posúdiť poľnohospodárske možnosti priamo na mieste, až po trvalé ‚výskumné farmy‘, na ktorých výskumníci testujú a predvádzajú inovačné technológie a postupy. Predvádzanie na farmách sa teda riadi širokou škálou prístupov, plánujú sa s rôznymi cieľmi a iniciuje a organizuje ich široká škála účastníkov. Vzhľadom na túto rozmanitosť neexistuje univerzálny prístup k úspešnému predvázaciemu podujatiu na farme.

Táto príručka ponúka prehľad najdôležitejších prvkov, ktoré by sa mali zohľadniť pri príprave, vykonávaní a hodnotení predvádzania na farmách. Navrhuje 6 jednoduchých krokov, ktoré treba dodržať pri príprave predvázacieho podujatia na farme, počnúc jasným vymedzením cieľov a končiac kvalitným vyhodnotením a následnými krokmi. V celej tejto príručke sa nachádzajú konkrétne tipy a triky a reálne nástroje na podporu návrhu vášho podujatia.



On-line verzia je k dispozícii na adrese:

<https://farmdemo.eu>

Táto príručka je výsledkom intenzívnej spolupráce 3 projektov FarmDemo, ktoré získali finančné prostriedky z programu Európskej únie pre výskum a inovácie Horizont 2020 v rámci grantových dohôd č. 727388 (PLAID), č. 72861 (Agridemo-F2F) a č. 772705 (NEFERTITI).

# NAVRHNITE SVOJE PREDVÁDZACIE PODUJATIE NA FARME V 6 KROKCH

## 1 Ciele predvážania a cieľové skupiny



- Stanovte si jasné ciele
- Zamerajte sa na poľnohospodárske publikum v súlade s vašimi cieľmi
- Pozvite ďalších účastníkov na zvýšenie vplyvu

- 7 -

## 2 Predvážanie farma



- Vyberte si hostiteľskú farmu v súlade s vašimi cieľmi
- Vyberte si dôveryhodného a inovatívneho hostiteľského poľnohospodára
- Zabezpečte si prístup vďaka dobrej polohe a vybavenosti

- 11 -

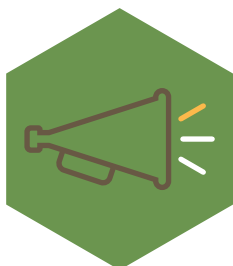
## 3 Usporiadanie predvážacieho podujatia



- Zostavte vyvážený organizačný tím v súlade s vašimi cieľmi
- Poskytnite dostatok času na interakciu a nadväzovanie kontaktov
- Pri výbere vhodného času zvažte kompromisy
- Poskytnite kompenzácie hostiteľským poľnohospodárom

- 13 -

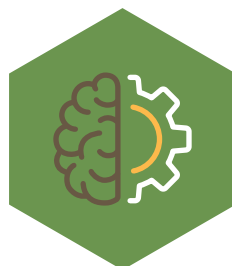
## 4 Propagácia



- Stanovte svoje kľúčové posolstvá v súlade s vašimi cieľmi
- Prispôbte vyjadrovacie prostriedky svojmu cieľovému publiku
- Vytvorte jasnú a pôsobivú pozvánku
- Používajte viacero komunikačných kanálov

- 17 -

## 5 Metódy učenia a metódy na uľahčenie



- Prepojte obsah vzdelávania s poľnohospodárskou praxou
- Zapojte účastníkov do aktívnej výmeny poznatkov
- Používajte rôzne metódy vzdelávania
- Väčšie skupiny rozdeľte

- 20 -

## 6 Hodnotenie a následné kroky



- Posúďte, či ste dosiahli želané ciele
- Použite a implementujte výsledky hodnotenia
- Zorganizujte následné aktivity pre účastníkov aj osoby, ktoré sa nezúčastnili

- 25 -

Navrhňte svoje predvádzacie podujatie na farme v 6 krokochin 6 steps | 5





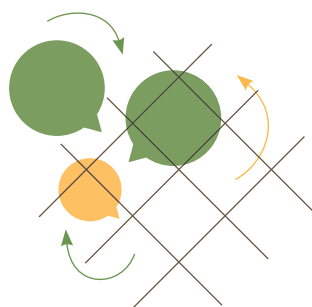
# 1

## Ciele predvázania a cieľové skupiny

„Čo chcete dosiahnuť s predvázacou ukážkou?“

Pri každom predvázacom podujatí je dôležité vopred jasne stanoviť cieľ (ciele) a kľúčové posolstvá. Od nich sa odvíjajú všetky ďalšie rozhodnutia, ktoré urobíte počas prípravy a realizácie predvázacieho podujatia: usporiadanie, ktoré subjekty sa majú zapojiť, hodnotenie účinku.

Začnite tým, že sa budete zaoberať otázkou „prečo“ (prečo robíme toto predvázanie) a potom otázkou „čo“ (čo chceme ukázať). Z tohto cieľa predvázania následne vyplýva ,kto‘ (cieľové publikum predvázania) a ,ako‘ (usporiadanie predvázacieho podujatia a metódy učenia).



Predvážacie podujatia môžu slúžiť aj ako miesto stretnutia účastníkov.



Zohľadnite regionálny vývoj a výzvy v oblasti poľnohospodárstva, aby ste prilákali poľnohospodárov a zvýšili svoj vplyv.

## PREČO CHCETE ZORGANIZOVAŤ PREDVÁDZACIE PODUJATIE?

*Týmto sa špecifikuje motivácia alebo potreba predvážacieho podujatia.*

Možné cielené účinky:

- **Spoluvytváranie znalostí** Môžete sa zamerať na tvorbu (nových) znalostí tým, že budete ťažiť zo súboru vedomostí účastníkov, ktorí sa zúčastnia na predvážacom podujatí.
- **Osvojenie si inovácií.** Predvádzanie pomáhajú pri prenose nových možností, novinek alebo praktických skúseností, ktoré možno využiť priamo na farmách. Tieto inovácie môžu vzniknúť na základe výskumu, podnikania (súvisiaceho s predajom výrobkov) alebo u priekopníkov v oblasti poľnohospodárstva a poľnohospodárom dávajú istotu, že môžu prijať podložené rozhodnutie o užitočnosti predvádzaných postupov alebo inovácií pre svoj vlastný podnik.
- **Riešenie problémov.** Predvádzanie je užitočná platforma na prepojenie rozširovania s potrebami miestnych poľnohospodárov. Môžete predvážať riešenia problémov poľnohospodárov, napríklad v súvislosti so znížením počtu poľnohospodárskych pracovníkov alebo s tým, ako pestovať plodiny v meniacich sa klimatických podmienkach, alebo môžete overiť uskutočnený výskum a inovácie v miestnych podmienkach a prispôbiť ich potrebám poľnohospodárov.
- **Tréning.** Predvádzanie slúži ako platforma na zvyšovanie zručností a budovanie kapacít, čo umožňuje praktickú implementáciu inováčných postupov na farme.
- **Šírenie osvetu.** Predvádzanie môže podporiť osvetu v súvislosti s témami, ako sú napríklad spoločenské požiadavky. Témy udržateľnosti sa často neriešia explicitne, ale bývajú súčasťou ukážky s cieľom šírenia osvetu.
- **Budovanie sietí.** Predvážacie podujatia môžu slúžiť ako miesto stretnutí účastníkov. Pravidelné (napr. ročné) predvážacie podujatia sa môžu využívať ako sieťové podujatie zamerané na stretnutie všetkých ľudí zapojených do programu, siete alebo projektu. Môžu prispieť k posilneniu a rozvoju spolupráce a podporiť možné partnerstvo pre spoločné riešenie problémov, a to na vnútroštátnej aj medzinárodnej úrovni. Pre niektorých účastníkov je veľmi atraktívny aj sociálny aspekt vytvárania sietí, možnosť stretnúť sa s inými poľnohospodármi.
- **Realizácia výskumu.** Predvážacie podujatia na farmách môžu slúžiť ako platforma na odovzdávanie vedomostí, týkajúcich sa výsledkov aplikovaného výskumu a ich použitie v poľnohospodárskej praxi. Inovácie a postupy sa môžu vyskúšať, porovnať alebo overiť v „reálnych“ poľnohospodárskych podmienkach.
- **Implementácia zásad.** Ukážky sú príležitosťou na informovanie poľnohospodárov o nových právnych predpisoch a nariadeniach a na poskytnutie konkrétnych postupov a príkladov, ako ich môžu zaviesť na svojich farmách.



## ČO CHCETE UKÁZAŤ?

Témy ukážok môžu byť veľmi rôznorodé, ako napríklad predstavenie výrobku, stroja, postupu, manažmentu alebo marketingu.

Charakteristika predstavovanej témy ovplyvňuje usporiadanie predvážacieho podujatia a to, ktoré cieľové skupiny môžete potenciálne osloviť. Ide o inováciu, ktorá nie je vôbec známa poľnohospodárskej komunite a nemá žiadne príklady reálnej implementácie? Už to implementovala aspoň menšina farmárov? Je to rozšírená prax, ktorú by poľnohospodári mohli optimalizovať a zdokonaľiť?

Sila predvážacieho podujatia často spočíva v jeho jednoduchosť. Preto sa odporúča obmedziť počet tém, ktoré sa riešia počas jedného podujatia. Ak sa chcete venovať viacerým témam, môžete zvážiť zorganizovanie série predvážacích podujatí alebo sa uistite, že na každú jednotlivú tému je naplánovaný dostatočný čas.



Vybrať tému môžu organizátori zhora nadol, zástupcovia poľnohospodárov alebo projektu, do ktorého je predvážacie podujatie začlenené, ako aj zdola nahor so zapojením poľnohospodárov alebo účastníkov predchádzajúceho predvážacieho podujatia, ak ide o sériu predvážacích podujatí. V každom prípade je potrebné vopred dôkladne zvážiť alebo prediskutovať výber zaujímavej, inšpiratívnej a relevantnej témy.



### Séria predvážacích podujatí verus jednorazové podujatia

Dôležitá voľba pri rozhodovaní o usporiadaní predvážacieho podujatia závisí od toho, či pôjde o jednorazové predvážacie podujatie, sériu predvážacích podujatí na tú istú tému alebo opakované (sieťové) podujatie organizované tými istými organizátormi.

Série predvážacích podujatí sú niekedy považované za efektívnejšie z nasledujúcich dôvodov:

- Účastníci sa navzájom poznajú a dôverujú si (budú sa menej zdráhať poskytovať si navzájom informácie).
- Predvážacie podujatia sa môžu týkať viacerých krokov v procese osvojovania si inovácie (cielenejšie účinky).
- Umožňuje ukázať vývoj v čase, sezónnosť.
- Môžete osloviť viac poľnohospodárov a viacero typov zainteresovaných strán.
- Predvážacie podujatia môžu ťažiť z dobrej povesti predchádzajúcich podujatí.
- Organizáciu a dispozíciu môžete zlepšiť/zveladiť.

## NA KOHO SA ZAMERIAVATE?

Výber cieľovej skupiny (cieľových skupín) závisí od toho, čo chcete predvážiacim podujatím dosiahnuť. Ak sa napríklad plánuje intenzívna výmena poznatkov alebo spoluvytváranie poznatkov na veľmi špecifickú tému, môžete sa zamerať na malú skupinu poľnohospodárov, ktorí „hovoria podobným jazykom“, aby sa zabezpečila kvalitná a intenzívna interakcia. Identifikáciou konkrétnych cieľových skupín sa určí, ktoré informačné kanály by sa mali použiť na ich oslovenie.

Cieľovú skupinu môžeme špecifikovať vo vzťahu:

- ku konkrétnemu odvetviu (napr. poľnohospodári vyrábajúci mlieko, pestovatelia cukrovej repy),
- ku konkrétnemu regiónu (napr. konkrétna provincia, celoštátna alebo medzinárodná akcia),
- k ich skúsenostiam s konkrétnou technikou, napr. začiatočník alebo odborník. V závislosti od cieľa sa organizátori môžu rozhodnúť len pre skúsených poľnohospodárov (napr. na zlepšenie praxe alebo inovácie) alebo pre kombináciu obidvoch (keď máte záujem o výmenu). Poľnohospodári „odborníci“ môžu pomôcť začať diskusiu počas predvážacieho podujatia a povzbudiť kladenie otázok.
- ku konkrétnym „typom“ poľnohospodárov (napr. „inovatívni“ poľnohospodári pre témy, ktoré potrebujú ďalší rozvoj, „priemerní“ poľnohospodári pre témy pripravené na použitie na predvážacích podujatiach, mladí poľnohospodári alebo noví účastníci),
- k rodovej rovnosti, zabezpečenie účasti všetkých relevantných zástupcov z odvetvia poľnohospodárstva a pocit, že sú vítaní.

Často, ale v závislosti od toho, čo chcete dosiahnuť, je prospešné prizvať ďalšie subjekty, aby prispeli k dlhodobějšímu vplyvu predvážacieho podujatia:

- Poľnohospodárski poradcovia môžu pôsobiť ako potenciálni „multiplikátori“ kľúčových posolstiev predvážacieho podujatia. Môžu šíriť a vylepšiť obsah predvážacieho podujatia medzi nezúčastnených poľnohospodárov a môžu spájať poľnohospodárov, ktorí uplatnili postup alebo inováciu, s tými, ktorí majú záujem.
- Tlač zaoberajúca sa témami poľnohospodárstva, ktorá môže uvádzať tému sprostredkovať širšiemu publiku.
- Subjekty z agropotravinového reťazca (napr. dodávateľia, spracovatelia potravín, spotrebiteľia...) sú dôležitými partnermi kooperatívnych riešení a ich prítomnosť môže posilniť väzby medzi výrobcami a trhmi. Môžu prispieť údajmi a skúsenosťami z iných oblastí.
- Tvorcovia politik môžu na jednej strane zvýšiť povedomie o politických prekážkach a stimuloch, ktoré by mohli zvýšiť ukotvenie a rozšírenie predvážacieho obsahu, ale na druhej strane sa môžu sami poučiť o praktických problémoch alebo prekážkach, s ktorými sa poľnohospodári stretávajú, aby zlepšili politickú reguláciu. Na druhej strane sa poľnohospodári často zdráhajú zúčastňovať sa a vymieňať si skúsenosti v skupine, ak sú v nej prítomné orgány.
- Študenti (poľnohospodárstva) a učitelia môžu priniesť výskumné inovácie, môžu sa pýtať poľnohospodárov na ich spôsoby výroby a zároveň sa dozvedieť viac o poľnohospodárskych postupoch. Môžu pomôcť pri vykonávaní monitorovania a hodnotenia, učiť sa zo spoločného organizovania a sú dobrými pomocníkmi.



### TIP

Prítomnosť hostiteľských poľnohospodárov rovnako mužského, ako aj ženského pohlavia, podporia účasť tak mužov, ako i žien.





## 2 Predvádzacia farma

Predvádzacie podujatia sa môžu konať na rôznych typoch miest, od poľnohospodárskych podnikov vo vlastníctve poľnohospodárov až po polia vo verejnom vlastníctve, ktoré si prenajímajú univerzity, výskumné centrá alebo iné lokality. Existuje niekoľko kritérií na výber vhodného hosťiteľského miesta na konanie predvádzacieho podujatia.

## ? „Môžu sa poľnohospodári stotožniť s hosťateľskou farmou?“

Predvážacie podujatie môže mať väčší vplyv, ak hosťateľská farma funguje v rovnakých ‚reálnych‘ podmienkach ako priemerné farmy. Na druhej strane, napríklad poľnohospodári priekopníci, môžu ukázať inovatívne a experimentálnejšie techniky.

## ? „Je hosťateľ, dobrým poľnohospodárom, uznávaným ako dôveryhodný a ‚múdry‘, ako aj inovatívny a produktívny?“

Vnímanie hosťateľa zo strany verejnosti tiež zohráva úlohu pri príťažlivosti podujatia pre potenciálnych účastníkov. Výber niekoho, koho už poznáte, alebo farmy, ktorú organizácie určili na niekoľko rokov, počas ktorých sa na farme testuje skúšanie, môže byť ‚bezpečnou‘ voľbou, pretože predvážacie podujatia si často vyžadujú od hosťateľov veľké úsilie, aby pripravili svoju farmu pre návštevníkov. Na druhej strane by sa malo zväžiť, či je vhodné nie vždy využívať ‚známe tváre‘.

## ? „Je hosťateľská farma vhodná na predvážacie podujatie, ak sa zohľadní téma, miesto a plánované činnosti?“

Mali by ste skontrolovať, či sa činnosti, postupy a vybavenie farmy hosťateľského poľnohospodára zhodujú s

účelom predvážacieho podujatia a očakávaným počtom účastníkov. Dôležitým kritériom môže byť čas potrebný na cestovanie, avšak účastníci sú ochotní cestovať ďalej za ukázkami inovatívnych techník, ktoré nie sú bežné v ich vlastnom regióne.



Výber hosťateľského miesta má vplyv na dostupnosť predvážacieho podujatia:

- geografické kritérium (poloha, čas potrebný na cestu, dobrá a ľahká dostupnosť pre cieľové publikum),
- sociálne kritérium (vybavenosť, pohodlie a bezpečnosť pre návštevníkov).



## TIPY

Pozrite si celoeurópsky zoznam predvážacích fariem na portáli FarmDemo:

<https://farmdemo.eu>

Spolupráca medzi komerčnými spoločnosťami a poľnohospodárskymi podnikmi by mohla byť prospešná: umožňuje účastníkom vidieť najnovšie inovácie na skutočne fungujúcej farme.

‚Netypická‘ farma môže poskytnúť inšpiráciu a zvýšiť odraz súčasných postupov.

Ak chcete osloviť širšiu skupinu účastníkov, môžete zorganizovať rovnakú ukážku na rôznych miestach vo vašom regióne/krajine a na rôznych typoch fariem.

Zvýšte dostupnosť vzdialenejších hosťateľských fariem zorganizovaním skupinovej dopravy.

Zabezpečte dopravné prostriedky na návštevu viacerých lokalít.



### 3 Usporiadanie predvážacieho podujatia

## ORGANIZAČNÝ TÍM

„Ktorý typ partnerov (napr. poľnohospodári, organizácie poľnohospodárov, poradcovia, agropodniky) bude zapojený do organizácie predvádzacieho podujatia, aby bolo úspešné pri plnení jeho cieľov?“

Spolupráca medzi rôznymi subjektmi môže byť náročná vzhľadom na ich rozdielne odborné zázemie, zručnosti, vedomostnú základňu, priority, pracovné postupy a motiváciu. Na to, aby toto úsilie bolo úspešné, je dôležité dohodnúť sa na cieľoch, obsahu a rozdelení práce.

Regionálny AKIS (pozrite rámček) môže definovať kontext, v ktorom sa organizujú predvádzacie podujatia. Dobrá spolupráca a už existujúce siete subjektov AKIS v regióne môžu uľahčiť organizáciu alebo vytvorenie stratégie pre predvádzacie podujatia, prispôsobiť tému konkrétnemu regiónu a využiť dostupný sociálny kapitál a siete na nájdenie správnych profilov a kompetencií na organizáciu predvádzacieho podujatia. Úspech predvádzacieho podujatia často súvisí aj s tým, ako organizačný tím vníma miestna komunita. Organizačné tímy preto môžu ťažiť zo spolupráce s rešpektovanými miestnymi organizáciami, ktoré majú veľa kontaktov s poľnohospodármi.

Regionálny poľnohospodársky vedomostný a inovačný systém (AKIS) zahŕňa celý systém výmeny poľnohospodárskych poznatkov v rámci regiónu a je definovaný spôsobom, akým ľudia a organizácie, ako sú poradenské služby, výskumníci, politika a organizácie poľnohospodárov, vzájomne spolupracujú.

Spolupráca s komerčnými partnermi môže realizovať veľmi efektívne predvádzacie podujatia z hľadiska poskytovania vedomostí a informácií. Pred predvádzacím podujatím je však potrebné uzavrieť primerané dohody s obchodnými spoločnosťami, aby sa predišlo tomu, že poľnohospodári budú podujatie vnímať ako predajnú akciu. Dá sa tomu predísť zapojením viacerých prítomných komerčných spoločností alebo prizvaním „neutrálnych“ strán, ako sú nekomerčné poradenské služby alebo výskumníci, popri komerčnej spoločnosti.



### Úlohy v organizačnom tíme

Jasné vymedzenie úloh a dostatočný počet pracovníkov (z hľadiska odbornosti aj počtu) môže podporiť prípravu a štruktúru predvádzacieho podujatia. Počas predvádzacieho podujatia by mali byť splnené štyri dôležité úlohy:

- hostiteľský poľnohospodár,
- predvádzajúca osoba,
- logistický manažér/koordinátor,
- moderátor.

## TIPY

Do organizácie predvádzacieho podujatia zapojte hostujúcu rodinu poľnohospodárov už na začiatku.

Pozvite viacero organizácií, ktoré majú rovnaký cieľ (ciele) ako vy, aby ste oslovili cieľovú skupinu (cieľové skupiny).

Zapojte regulačné orgány rozumne: vhodné záležitosti (napr. vysvetlenie informácií/predstavenie dodržiavania predpisov) môžu poľnohospodárov prilákať, nevhodné ich odradia.

V mnohých prípadoch môže byť nápomocný moderátor. Moderátor môže viesť diskusiu a pôsobiť ako neutrálna tretia strana.



## VYVÁŽENÝ PROGRAM

Čas, ktorý je k dispozícii na predvážacie podujatie, ovplyvní rozhodnutia o použití obsahu predvážacieho podujatia a metódach učenia. Dostupný čas sa môže pohybovať od jednej hodiny cez pol dňa až po celý deň alebo dokonca viac dní. Nezabudnite poskytnúť dostatok času na diskusiu, otázky a odpovede, ale aj na nadväzovanie kontaktov a spoločenskú interakciu.

Dobrý program predvážacieho podujatia poskytuje dostatočnú variabilitu. Mal by obsahovať aspoň:

- privítanie/uviedenie, najlepšie spolu s hositeľským poľnohospodárom,
- skutočné predvedenie inovácie (buď v kombinácii s prezentáciou alebo inak),
- umožnenie diskusie alebo interaktívnych otázok a odpovedí,
- hodnotenie predvážacieho podujatia účastníkmi,
- oficiálne ukončenie podujatia s jasnými závermi a odkazmi na záver,
- čas na neformálne rozhovory, diskusie a nadväzovanie kontaktov (zabezpečte jedlo a nápoje! – pozrite aj metódy učenia a uľahčenia pre predvážacie podujatia),
- Spätná väzba na podujatie

### TIPY

Privítanie zo strany hositeľských poľnohospodárov sa veľmi cení.

Zabezpečte prehliadku farmy.

## VYBERTE VHODNÝ ČAS

Načasovanie predvážacieho podujatia je kľúčovým faktorom na zabezpečenie dobrej účasti. Hoci sa to nedá vždy presne naplánovať (napr. keď sa náhodou vyskytne prvý teplý týždeň sezóny), môžete odhadnúť obdobia, keď majú poľnohospodári na farme menej práce. Zohľadnite čas dňa (napr. hodiny dojenia) a/alebo týždňa (napr. školské dni).

Výber správneho času býva často kompromisom medzi viacerými aspektmi. Napríklad obdobie, keď by sa na poli dalo veľa vidieť, je často aj obdobím, keď je na farme aj najviac práce.

### TIPY

Zvoľte si pevný dátum pre opakované predvážacie akcie (napr. posledný septembrový víkend, každých 6 mesiacov, aby ste ukázali sezónne zmeny, ...).

Zohľadnite aj iné udalosti.

## ZARIADENIA A VYBAVENIE

Pocit, že ste vítaní a že sa s vami dobre zaobchádza, prispieva k účinnosti predvážacieho podujatia. Dbajte na vhodné vybavenie, dobrý prístup, toalety, parkovanie, čisté dobre pripravené prostredie atď.



### KONTROLNÝ ZOZNAM:

- Audiovizuálne vybavenie na jasný a zrozumiteľný prenos
- (Biologické) bezpečnostné opatrenia
- Toalety
- Zlepšite dostupnosť, ak je to možné, zabezpečiť bezbariérový prístup
- Zabezpečte dopravné značenie, plagáty, parkovanie
- Zabezpečte plochy, kde je tieň alebo prístrešky s ohľadom na poveternostné podmienky
- prípade potreby zverejnite logá a plagáty sponzorov
- Nezabudnite na jedlo a nápoje!



## ROZPOČET

- ? „Kto bude financovať predvádzacie podujatie?“
- ? „Budú musieť účastníci platiť účastnícky poplatok?“
- ? „Ovplyvní rozpočet usporiadanie a počet účastníkov?“

Rozpočet musí pokrývať všetky výdavky, ako sú vstupy, náklady na dopravu, organizačné výdavky a výdavky na propagáciu. Tiež sa uistite, že poľnohospodárom vykompenzujete prípadný výpadok výnosov, ako aj za vyhradený čas (vrátane času na prípravu).

Dostupný rozpočet súvisí s financovaním partnerov v organizačnom tíme, môže mať veľký vplyv na usporiadanie a veľkosť predvádzacieho podujatia a môže definovať niektoré rozhodnutia, napr. pokiaľ ide o veľkosť cieľovej skupiny, či účastníci musia platiť vstupné, alebo predvádzajúce osoby, ktoré sú pozvané. Obmedzené zdroje by však nemali mať nevyhnutne vplyv na účinnosť predvádzacieho podujatia. Menej nákladné metódy môžu byť rovnako účinné ako drahšie metódy, ale môžu si vyžadovať premyslenejší prístup vo fáze plánovania predvádzacieho podujatia.

V prípade väčších podujatí môžete dodatočnú pomoc (napr. vo forme ľudských alebo materiálnych zdrojov) pokryť sponzorstvom, prípadne pridruženými organizáciami.

## REGISTRÁCIA

Umožní vám ľahko kontaktovať účastníkov po skončení podujatia na účely následnej kontroly a hodnotenia a umožní kvalitnú organizáciu pre odhadovaný počet účastníkov. Registrácia na predvádzacie podujatie by mala byť jednoduchá a plynulá.

### TIPY

Registrácia účastníkov pred podujatím: aby ste poznali svoje publikum a mohli poslať zaujímavé materiály pred podujatím.

Poskytnite zoznam kontaktov účastníkov.







# 4

## Propagácia

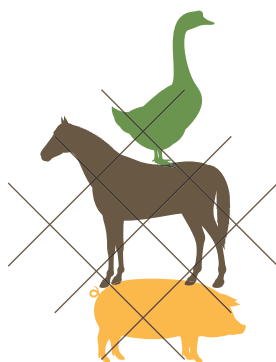
## ZROZUMITEĽNÉ POZVANIE PRISPÔSOBENÉ CIEĽOVÝM SKUPINÁM

? „Ktorí ľudia sa dozvedia o konaní  
predvážacieho podujatia?“

Účinný nábor má vplyv na mieru účasti na predvážacom  
podujatí.

### TIP

V relevantnom prípade pošlite pozvánku  
celej rodine



Pozvanie musí byť prispôsobené cieľovej skupine. Dbajte  
na prispôsobenie jazyka (žargónu) cieľovej skupine.

Pri navrhovaní pozvánky je potrebné zvážiť niekoľko otázok: (pozrite si <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

#### Kto je vaša cieľová skupina?

- Každá cieľová skupina má jedinečné očakávania a problémy. Ak je to možné, zamerajte sa vždy na jednu cieľovú skupinu.
- V pozvánke špecifikujte svoju cieľovú skupinu (napríklad ekologickí poľnohospodári alebo ekologickí aj neekologickí poľnohospodári). Tým môžete prilákať poľnohospodárov s konkrétnym záujmom.

#### Aké je vaše hlavné poslanstvo?

##### Aká je vaša výzva na akciu?

- Jednoznačne uveďte, že ide o výzvu na účasť na predvážacom podujatí.
- Zvoľte dobrý názov predvážacieho podujatia, ktorý bude zároveň vyjadrovať kľúčové poslanstvo.

#### S akým problémom sa potýka vaša cieľová skupina a ako ho budete riešiť?

- Jasne uveďte ciele a úlohy akcie, pretože to prispieva k jej účinnosti.
- Ak máte znalých predvážačov, kvalifikovaných moderátorov alebo hosťiteľských poľnohospodárov, uveďte to v pozvánke, pretože tým môžete prilákať poľnohospodárov.

#### Akú výhodu z toho bude mať vaša cieľová skupina?

- Uveďte, aká bude pridaná hodnota pre účastníkov predvážacieho podujatia.

## TIPY

V pozvánke uveďte informáciu o všetkých organizátoroch.

V relevantnom prípade uveďte výšku vstupného.

Urobte si pozvánku, ktorá bude vizuálne atraktívna a zabezpečte správnu rovnováhu informácií. Môžete použiť softvér, ako napríklad [www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker](http://www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker) and <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Zvýšte viditeľnosť série predvážacích podujatí pomocou pevnej šablóny. Táto „značka“ by sa potom mala odraziť aj v názve podujatia. Pomáha to pri rozpoznávaní predvážacieho podujatia a keď si vybuduje dobrú povesť, bude úspešnejšie pri získavaní účastníkov.

Vyrobte si pozvánku, ktorá bude zrozumiteľná všetkým a osloví viac záujemcov. Neprepracúvajte ju zbytočne, nepoužívajte príliš veľa rôznych druhov písma. Dobrá by mohla byť úvítacia priateľská fotografia farmy (farmára).



## POUŽÍVAJTE SPRÁVNE KOMUNIKAČNÉ KANÁLY

Na prilákanie účastníkov môžete použiť viacero komunikačných kanálov. Pozvánky môžete rozposlať vo forme letákov, listov, e-mailov, plagátov, novinových článkov, webových stránok, sociálnych médií, ústne alebo rozhlasom a televíziou. Pozvánky môžete rozdať aj počas stretnutia, osobných kontaktov, vlastných sietí alebo poštových zoznamov, sietí iných organizácií (napr. zväzy poľnohospodárov, siete poradcov), oznámení v školách.

### TIPY

Pošlite osobné pozvánky

Používajte postupnú kombináciu komunikačných kanálov v čase.

Zvážte, kto bude pozvánku distribuovať

Vynaložte osobitné úsilie v prípade ťažko dostupných poľnohospodárov!

## INTERAKCIA S ÚČASTNÍKMI PRED PREDVÁDZACÍM PODUJATÍM

Už teraz môžete zorganizovať nejaký druh interakcie s predpokladanými účastníkmi:

- Dodatočné informácie o hostiteľskej farme, obsahu predvážacieho podujatia, testovaniach na poli, ...
- Požiadajte účastníkov, aby vyplnili registračný formulár on-line (napr. z dôvodu konkrétnych záujmov).
- Požiadajte účastníkov, aby si pripravili niekoľko otázok na zamyslenie.

Ponúknite poľnohospodárom ďalšie stimuly, aby prišli:

- testovacie vzorky
- bezplatná analýza pôdy
- národné majstrovstvá v poľnohospodárskej disciplíne
- jedlo a nápoje
- predstavenie
- večierok
- ceny pre výhercov



# 5

## Metódy učenia a metódy na uľahčenie

Na prenos a výmenu informácií a rozvoj zručností môžete použiť rôzne metódy vzdelávania. Je dôležité si uvedomiť, že neexistuje jediná správna metóda, ale že skutočný výber závisí od viacerých faktorov, ako je napríklad veľkosť a zloženie skupiny. Predvážacie podujatie by malo obsahovať aj kombináciu premyslených a vyvážených činností, aby sa podporili dobré podmienky na učenie.



## VEĽKOSŤ A ZLOŽENIE SKUPINY

Rozhodnutie o veľkosti skupiny závisí od cieľa (cieľov) predvádzacieho podujatia a má veľký vplyv na formát vášho predvádzacieho podujatia.

- Menšie skupiny (8 – 15 účastníkov):
  - Efektívnejšia výmena poznatkov, reflexia a lepšie kolegiálne učenie
  - Ľahšie zvládnuteľné
  - Malé uzavreté skupiny, ktoré sa pravidelne stretávajú, si vybudovali dôveru, čo možno umožňuje efektívne diskusie.
- Väčšie skupiny:
  - Keď je cieľom osveta a prenos veľkého množstva poznatkov
  - Pomoc pri získavaní sponzorov a dodávateľských spoločností pre farmy
  - Potreba dobrého zvuku a vizuálnych efektov

Zdá sa, že homogénnejšie skupiny sú „pripravené zdieľať“ a dôverovať ostatným účastníkom, zatiaľ čo skupiny zložené z rôznych typov subjektov môžu byť prospešné pre podnietenie diskusií a vytváranie sietí tým, že sa spoločne pozrú na ten istý problém z rôznych uhlov pohľadu. Aj to je samozrejme dôležitý prvok pri uvažovaní o získavaní účastníkov.

Veľký vplyv na skupinovú dynamiku môže mať aj miera, do ktorej sa účastníci navzájom poznajú, ktorá môže ovplyvniť primeranosť niektorých vzdelávacích metód v porovnaní s inými. Potrebujete viac organizovaných metód na uľahčenie, aby ste podnietili vytváranie sietí, zdieľanie a diskusie pre skupiny, ktoré sa navzájom nepoznajú. Šikovný a priateľský moderátor dokáže vytvoriť príjemnú a priateľskú atmosféru a prostredie, ktoré uľahčia poľnohospodárom otvorene hovoriť a začať konštruktívnu diskusiu.

### TIP

Rozdeľte veľké skupiny na menšie, aby ste zvýšili aktívnu účasť a diskusiu.



Toto video o chove zvierat s nízkym stresom ukazuje, ako hostiteľský farmár využíva na vysvetlenie techniky skutočné poľnohospodárske podmienky, a nie napríklad ppt prezentáciu.  
[www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be)

## VÝBER PRIMERANÝCH VZDELÁVACÍCH METÓD

Existujú 3 základné princípy:

- 1 | Prepojte obsah vzdelávania s poľnohospodárskou praxou
- 2 | Zapojte účastníkov do aktívnej výmeny poznatkov
- 3 | Používajte rôzne metódy vzdelávania

### 1 | Prepojenie obsahu vzdelávania s poľnohospodárskou praxou

**Venujte pozornosť širším súvislostiam.** Zaoberajte sa vplyvom preukázaného postupu alebo inovácie na celú farmu a diskutujte aj o širšom kontexte (napr. spoločenskom, hospodárskom, politickom). Poskytnutím týchto dodatočných informácií môžu účastníci prijímať informovanejšie rozhodnutia o tom, či prijať alebo neprijať určitý postup alebo inováciu.

**Využite hostiteľskú farmu a skúsenosti hostiteľského poľnohospodára.** Možnosť navštíviť inú farmu je často jednou z hlavných motivácií poľnohospodárov zúčastniť sa na predvádzacom podujatí, preto je dôležité prepojiť obsah predvádzacieho podujatia so skutočnými podmienkami hospodárenia na hostiteľskej farme a poskytnúť čo najviac praktických príkladov. Znamená to venovať pozornosť aj problémom, neúspechom, chybám alebo negatívnym vedľajším účinkom postupu. Tieto problémy často odrážajú prekážky pri osvojení si postupov. Takže keď sa im venuje pozornosť a vysvetlí sa, ako by sa dali riešiť, môžu prispieť k tomu, aby účastníci prijali postupy a inovácie.

## 2 | Zapojte účastníkov do aktívnej výmeny poznatkov

**Ponúknite možnosti vzájomnej výmeny poznatkov.** Účasť na prezentáciách a ukázkach môžete zvýšiť napr. tým, že aktívne poskytnete účastníkom možnosť podeliť sa o svoje skúsenosti s publikom, zorganizujete diskusie s menším počtom účastníkov alebo zorganizujete praktické semináre, na ktorých sa stimuluje aktívna výmena poznatkov. Vytvárajte príležitosti na neformálnejšiu výmenu vedomostí tým, že poľnohospodárom poskytnete dostatok času na vzájomné rozhovory, napr. počas obeda, pitia nápojov alebo pracovných porád.

### TIP

#### NEZABUDNITE NA JEDLO A NÁPOJE

Raňajky alebo obed, počas ktorých sa konajú úvodné príhovory.

Jedlo a nápoje po „formálnej časti“, aby ľudia mohli diskutovať o tom, čo videli alebo robili.

Zabezpečte domáce výrobky, najlepšie s použitím surovín z hostiteľskej farmy.

Zabezpečte potraviny z miestnych zdrojov, ktoré sú spoluorganizátormi alebo sponzormi.

Zabezpečte osvieženie a občerstvenie ako prestávku medzi jednotlivými akciami.

**Ponúknite širokú škálu skúseností a hľadajte spôsoby, ako účastníkov prekvapiť.** Zahrňte celý rad rôznorodých činností. Príkladom môžu byť prechádzky v teréne, pozorovanie praktických ukážok vykonávaných predvádzajúcim účastníkom a umožnenie účastníkom vykonávať praktické činnosti. Takéto praktické činnosti zlepšujú učenie a porozumenie a tiež interakcie medzi účastníkmi. Pridaním efektu prekvapenia počas predvádzania si účastníci s väčšou pravdepodobnosťou zapamätajú informácie na dlhší čas. Tento efekt prekvapenia možno pripraviť rôznymi spôsobmi, napríklad šikovnými rozprávačskými technikami, použitím originálnej pútavej aktivity pre účastníkov alebo odhalením výrobku/inovácie počas predvážacieho podujatia.



**Obrázok 1.** Obrázky testu Soil my Pants ako príklad prekvapivého a jednoduchého testu zdravia pôdy (zdroje: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (vľavo); ILVO (vpravo))



Toto video ukazuje test ‚Soil my Pants‘ (zakopme spodnú bielizeň) ako prekvapivú a jednoduchú metódu testovania zdravia pôdy na základe zakopanej bavlnenej spodnej bielizne.

[www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410](http://www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410)

**Vytvorte podnetné a familiárne prostredie.** Usporiadajte miestnosť/priestor stretnutia tak, aby každý mohol pohodlne počúvať a rozumieť rečníkovi/rečníkom a ostatným účastníkom. Niektoré nápady sú:

- Používajte mikrofóny, aby každý účastník počul rečníka (najmä vonku).
- Používajte vizuálny materiál, ktorý každý účastník vidí (t. j. nepoužívajte plagáty s malou veľkosťou písma, ktoré môžu byť viditeľné len pre osoby v prvom rade).
- Ak sa koná v interiéri: umiestnite stoličky do kruhu/polokruhu, aby každý dobre videl na ostatných účastníkov.
- Zorganizujte „burzu“ s rôznymi stánkami/prezentujúcimi subjektmi, aby sa účastníci mohli prechádzať v menších skupinách.
- Premyslite si, kde budete diskusie organizovať, pričom zvažte aj to, že poľnohospodári sa zvyčajne lepšie cítia na poli alebo v stodole ako v odborných učebniach.
- Na začiatku podujatia zabezpečte niekoľko zábavných tém na uvoľnenie atmosféry. Inšpiráciu môžete nájsť na internete, napríklad: [www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426](http://www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426) or [www.icebreakers.ws/large-group](http://www.icebreakers.ws/large-group)

### 3 | Používajte rôzne metódy vzdelávania

**Použite kombináciu.** Počas predvádzacích podujatí môžete použiť rôzne metódy výučby, napr. plagáty, prezentácie, experimenty, diskusie, pracovné porady atď. Tieto metódy sa líšia mierou interakcie medzi predvádzajúcim a účastníkmi a aktívnym zapojením, ktoré sa vyžaduje od poľnohospodárov a oslovujú rôzne štýly učenia. Výber kombinácie vzdelávacích metód opäť závisí od cieľa, ktorý chcete v daný deň dosiahnuť a od zloženia a veľkosti skupiny. Prehľad vzdelávacích metód nájdete na stranách 28 – 30.



### Prispôbte sa rôznym úrovňam vedomostí a štýlom učenia poslucháčov.

Ak je to možné, vopred si urobte predstavu o úrovni vedomostí účastníkov. Ak nie, začnite so základnými informáciami pre nováčikov v tejto oblasti. Typické typy poslucháčov sú: (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>):

- Sluchovo vnímaví poslucháči uprednostňujú počúvanie informácií. Často sa počas štúdia alebo premýšľania rozprávajú sami so sebou. Môžete to podporiť stimulovaním poslucháčov k hlasnému opakovaniu kľúčových informácií, napr. kladením otázok.
- Poslucháči, ktorí vnímajú prednostne vizuálne, uprednostňujú pozorovanie informácií a vizualizáciu vzťahov medzi myšlienkami, napríklad v infografikách, grafoch, schémach a farbách.
- Čítajúci/píšuci poslucháči uprednostňujú čítanie alebo zapisovanie informácií, napríklad čítanie v brožúrach alebo informačných materiáloch.
- Kinestetickí (fyzickí) poslucháči uprednostňujú skutočne vykonávanie praktických cvičení a experimentov.



**Obrázok 2.** Rôzne typy poslucháčov a spôsob, ako ich zohľadniť počas predvádzacej akcie. (Zdroj: <https://tutoringwithatwist.ca/var-k-learning-styles/>)

**Využívajte vhodné vzdelávacie nástroje.** Vzdelávacie nástroje sú všetky druhy materiálov, ktoré sa používajú počas predvádzania na uľahčenie učenia (napr. pomôcky, videá, interaktívne elektronické hlasovacie systémy), na:

- zvýšenie interakcie: napríklad pomocou hlasovacích systémov alebo interaktívnych aplikácií (napr. [www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com) alebo <https://kahoot.com>)
- Vizualizovať obsah: napr. ukázať vybavenie používané na farme, plagáty s pútavými infografikami (bezplatná on-line tvorba infografiky je na [www.canva.com/create/infographics](http://www.canva.com/create/infographics), videá, ktoré ukážu „dobré“ alebo „zlé“ postupy.
- Poskytnite sprievodné informácie k predvádzaciemu podujatiu: napr. brožúry s ďalšími informáciami o hosťateľskej farme alebo zoznam účastníkov. Príkladom sú „brožúry o farmách“, ktoré vydáva organizácia Teagasc ([www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks](http://www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks))
- Poskytnite informácie, ktoré si môže záujemca vziať domov: napr. brožúry s praktickými informáciami o predvedených inováciách. Je to mimoriadne dôležité, pretože účastníci nemajú vždy možnosť robiť si poznámky. Urobte odkazy na webovú stránku, Instagram, Facebook, ak sú k dispozícii.

## TIP

Popremýšľajte, ako distribuovať materiály počas predvádzacej akcie. Ak sa budú rozdávať počas prezentácie, môže to rozptyľovať účastníkov. Niektoré z týchto informácií môžete účastníkom zaslať aj vopred.



## PROFESIONÁLNE A PLYNULÉ PREDVÁDZACIE PODUJATIE

**Postupujte podľa „pravidla troch“.** Predstavte tri kľúčové posolstvá, ktoré sa opakujú počas celého predvádzacieho podujatia a sú zhrnuté aj na konci, ako posolstvá, ktoré si účastníci „odnesú domov“. Osvedčeným postupom v tejto oblasti je mať na pamäti „pravidlo troch“. Táto zásada, často používaná v reklamných kampaniach, naznačuje, že formulovanie troch kľúčových posolstiev je účinnejšie ako iné počty.



**Obrázok 3.** Použite pravidlo troch, aby ste odovzdali svoje kľúčové posolstvá.

**Zabezpečte si prítomnosť dobrého moderátora.** Stimulovanie aktívnej účasti počas predvádzacích podujatí často chýba, najpravdepodobnejšie kvôli nedostatočným moderátorským schopnostiam predvádzačov. Význam dobrého moderátora by sa naozaj nemal podceňovať, pretože je kľúčový počas celého podujatia, zabezpečuje, aby všetko prebiehalo plynulo, aktívne zapája účastníkov do diskusií a usmerňuje ich počas celého podujatia. Môže tiež zbierať otázky, ktoré sa počas podujatia objavia.

**Zabezpečte si dobrý časový manažment.** Nič nie je pre účastníkov také frustrujúce ako nutnosť odísť, keď program ešte neskončil alebo pocit, že program sa skončil predčasne. Uistite sa, že ste počas podujatia určili osobu, ktorá bude dohliadať na čas a pomáhať dodržiavať časový harmonogram. Môže to byť niekto z organizácie alebo moderátorského tímu, v niektorých prípadoch (napr. pri menších skupinách) dokonca účastník.

**Plánujte aj neočakávané situácie.** Vždy sa môžu vyskytnúť nepredvídané okolnosti, preto je vhodné predvídať a byť pripravený na neočakávané situácie. Príkladom je nepriaznivá predpoveď počasia, príliš veľké alebo príliš malé skupiny, iné zloženie skupiny, ako sa očakávalo (napr. málo aktívnych poľnohospodárov), problémy s vybavením, problémy s pokusmi na otvorenom poli, atď. Napríklad, keď má byť podľa predpovede nepriaznivé počasie, predvádzacia akcia sa môže odložiť alebo sa ako alternatíva môžu napláňovať prezentácie v interiéri, videá, predvádzanie alebo usporiadanie diskusie.





## 6 Hodnotenie a následné kroky

## HODNOTENIE USPORIADANIA A ODOZVY VÁŠHO PODUJATIA

Hodnotenie vášho podujatia pomáha zlepšiť organizáciu budúcich podujatí. Je dôležité prepojiť hodnotenie s cieľom podujatia: Ak bolo cieľom nadviazanie kontaktov, je užitočné zamerať sa na to, či účastníci dokázali rozšíriť svoje siete. Ak bolo cieľom prijatie inovácie, organizátori musia sledovať vôľu účastníkov prijať predvedenú inováciu.

Spätnú väzbu môžete získať o usporiadaní (program, miesto, zariadenie, téma, ...) a organizácii predvádzacieho podujatia, ale aj o tom, čo sa účastníci naučili a čo považujú za užitočné pre svoju farmu:

### Krátkodobejšie:

*„Čo si návštevníci odnášajú domov?“*

- Vedieť prečo (motivácia, zvýšená informovanosť): účastníci si uvedomujú, že existujú konkrétne problémy alebo výzvy a/alebo že sú k dispozícii nové možnosti, ktoré môžu byť v budúcnosti potrebné.
- Vedieť čo (téma predvádzania): účastníci sú informovaní o konkrétnych novinkách (nové postupy, materiály, odrody, stroje, atď.)
- Vedieť ako: účastníci dokážu prepojiť nové informácie so svojou vlastnou praxou a sú schopní posúdiť možnosti ich implementácie na vlastnej farme.

### Dlhodobejšie:

*„Čo robia návštevníci s tým, čo si odniesli domov?“*

Toto málokedy vyplýva len z predvádzacej akcie a nie je také jednoduché to vyhodnotiť kvôli časovému odstupe. Trvá určitý čas, kým účastníci uskutočnia reálne zmeny vo svojej poľnohospodárskej praxi, pretože si to môže vyžadovať finančné investície, nové zručnosti a vedomosti a prispôbenie bežnej rutiny a zmyslania poľnohospodára. Skutočné rozhodnutie pre zmenu tiež nie je ovplyvnené len predvádzacím podujatím, ale zahŕňa širokú škálu ďalších informačných zdrojov, ako sú publikácie v (poľnohospodárskej) tlači, následné predvádzacie podujatia, semináre, bulletin, kontakty s poradcami, inými poľnohospodármi atď.

Hodnotenie môžete vykonať rôznymi spôsobmi, napríklad:

- Neformálne rozhovory s účastníkmi počas predvádzacieho podujatia.
- Sprostredkovaná spätná väzba od účastníkov počas predvádzacieho podujatia pomocou formulárov alebo na základe diskusií.
- Zaslanie hodnotiacich formulárov účastníkom po skončení podujatia. Riziko výstupných prieskumov spočíva v tom, že sú často vyplnené príliš rýchlo, keď sa účastníci ponáhľajú rozprávať sa s inými účastníkmi alebo ísť domov.
- Následné e-mail, alebo telefonáty. Ak chcete posúdiť vplyv, môžete počkať niekoľko týždňov alebo dokonca mesiacov na následný telefonát.

- Hodnotiace formuláre pre organizátorov predvádzacieho podujatia, ktoré je potrebné vyplniť počas tohto podujatia.

Konanie na základe hodnotenia je dôležité na zlepšenie budúceho predvádzania na farme. Po zhrnutí hodnotenia je potrebné sa s ním podeliť a urobiť zlepšenia pre budúce aktivity.

## TIPY

Použite len niekoľko relevantných otázok. Ťažšie prinútite ľudí vyplňať dotazník s veľkým množstvom otázok.

Je pravdepodobnejšie, že uspejete pri získaní spätnej väzby v deň konania podujatia, než neskôr prostredníctvom e-mailu.



V tomto videu uvidíte, ako je hodnotenie podujatia účastníkmi zahrnuté do programu predvádzacieho podujatia.

[www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ90-I&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ90-I&feature=youtu.be)

## NÁSLEDNÉ AKTIVITY

„Následné“ sa týka ďalšieho rozvoja a distribúcie obsahu predvážacieho podujatia po jeho skončení s cieľom ďalej zvýšiť jeho ohlas. Hoci sa následné činnosti uskutočňujú po skončení podujatia, je dôležité, aby boli oznámené alebo prediskutované s účastníkmi počas predvážacieho podujatia.

Následné činnosti by mohli byť formálne, napríklad organizované následné predvážacie podujatia. Neformálne následné opatrenia môžu zahŕňať telefonický kontakt medzi účastníkmi, predvážačom alebo rozhovory zúčastnených poľnohospodárov so svojimi susedmi.



Toto video ukazuje výhody platformy na výmenu poznatkov o ekologických odrodách a úlohu, ktorú pri tom môžu zohrávať predvážacie podujatia.

[www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be)

Medzi dobré následné činnosti pre účastníkov patrí:

- Poskytnutie zoznamu účastníkov so súhlasom účastníkov (v súlade s európskymi predpismi o ochrane osobných údajov – GDPR).
- Poskytnutie kontaktných údajov hostiteľského poľnohospodára alebo iných predvážajúcich subjektov účastníkom, ktorí majú záujem dozvedieť sa viac alebo zaviesť predvážaný postup na svojej farme.
- Distribúcia informačných letákov účastníkom.
- Vytvorenie on-line platformy, skupiny na sociálnych sieťach (napr. WhatsApp), blogov alebo fyzických sietí, v ktorých môžu záujemcovia informovať o svojich skúsenostiach ostatných zainteresovaných poľnohospodárov.
- Poskytnutie informačného bulletinu alebo vytvorenie webovej stránky, na ktorej budú účastníci informovaní o ďalších poznatkoch a vývoji v oblasti predstavovanej témy.
- Poskytnutie (skupinovej) podpory tým účastníkom, ktorých téma zaujala a ktorí plánujú zaviesť postupy alebo inovácie.

Medzi dobré následné aktivity pre ľudí, ktorí sa nezúčastnili na predvážacom podujatí, patrí:

- Poskytnutie správy alebo videozáznamu z predvážacieho podujatia na internete. Ak je video zaujímavé, môže prilákať aj ďalších poľnohospodárov k účasti na budúcich predvážacích podujatiach.
- Využitie rôznych mediálnych zdrojov (sociálne médiá, blogy, webové stránky, písaná tlač, rozhlas atď.) na informovanie o podujatí.
- Uverejnenie článkov pre poľnohospodárov v poľnohospodárskej tlači a poskytnutie brožúr, ktoré sa môžu distribuovať medzi poľnohospodárov a poradcov. Odporúča sa získať na podujatie novinárov a venovať novinárom osobitnú reláciu, aby sa uistili, že vo svojich článkoch alebo správach budú šíriť správne posolstvo.
- V prípade dlhodobějších pokusov na hostiteľskej farme by sa pokusy mohli sprístupniť verejnosti, aby sa miestni poľnohospodári mohli prísť pozrieť na priebeh pokusu aj bez predvážacích podujatí.

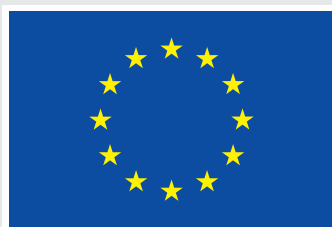
Prehľad rôznych metód vzdelávania. Viac informácií môžete nájsť aj na odkaze [trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)

METÓDA	UŽITOČNÉ NA ÚČELY/ V SITUÁCII PREDVÁDZANIA	BODY NA ZVÁŽENIE/ PREDPOKLADY	PRÍKLAD DOBREJ PRAXE
<b>Webový seminár</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oslovenie širokého okruhu ľudí, ktorí sa nemôžu fyzicky zúčastniť na predvážacom podujatí.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Starostlivo zväzte cieľ a cieľovú skupinu.</li> <li>Pozrite si výukové programy pre webové semináre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success">https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success</a></li> <li>Ako pripraviť webový seminár s aplikáciou Powerpoint: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI">https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI</a></li> <li>Bezplatné školenie o tom, ako vytvárať webové semináre: <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://webinarsthatwork.net/free-webinar">https://webinarsthatwork.net/free-webinar</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8">https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8</a></li> </ul> </li> </ul>
<b>Informačný panel, stojany, značenie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Návštevníci si môžu sami riadiť zhromažďovanie informácií tým, že si samostatne prečítajú všetky informačné stojany vlastným tempom.</li> <li>Pri viacerých testovacích průzkoch môže byť na tabuli uvedený popis jednotlivých ošetrení a informácia o tom, na koho sa môžete obrátiť, ak potrebujete ďalšie informácie.</li> <li>Na nasmerovanie poľnohospodárov na miesto podujatia sa môžu použiť aj tabule a/alebo plagáty.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Návštevníkom sa dajú sprostredkovať iba obmedzené informácie</li> <li>Žiadne možnosti interakcie</li> <li>Zjednodušiť smerové tabule, urobiť ich atraktívnejšími a ľahko čitateľnými.</li> <li>Je potrebné vyhovieť úrovni vizuálnej gramotnosti poľnohospodárov, ktorí budú predvážiaciu akciu sledovať.</li> <li>Poskytnúť usmernenie a vysvetlenie na informačných paneloch alebo stojanoch.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g">https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g</a></li> </ul>
<b>Prednáška alebo prezentácia v triede</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Predstaviť tému a kontext väčšej skupine, ktorú môžete komfortne prijať na farme.</li> <li>Prezentovať jasné závery a posolstvá, ktoré si z nich možno odnieť.</li> <li>Ukázať obrázky/videá, keď nie je možné prezentovať naživo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teoretické prezentácie alebo prezentácie zhora nadol predstavujú riziko, že účastníci budú vzdialení od témy a nebudú zapojení.</li> <li>Nedostatočné zapojenie poľnohospodárov a interaktivita by mohli konkurovať predvážaniu vo vonkajších priestoroch (ak je súčasťou väčšieho podujatia).</li> <li>Prepojenie s praxou a predvážacou farmou počas prezentácie</li> <li>Prezentácie sa usilujte zachovať krátke (najviac 20 minút)</li> <li>Pri príprave prezentácie myslíte z pohľadu cieľového publika.</li> <li>Nebude vám stačiť recyklácia poslednej prezentácie, ktorú ste prezentovali na (vedeckej) konferencii!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://thefloorisyours.be/en/">https://thefloorisyours.be/en/</a></li> <li><a href="https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/">https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/</a></li> <li><a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, str. 30 – 31">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, str. 30 – 31</a></li> </ul>
<b>Rozprávanie príbehov</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umožňuje účastníkom lepšie si zapamätať hlavné posolstvá.</li> <li>Keď máte nadšeného používateľa alebo budúceho realizátora postupu, ktorú chcete predviesť.</li> <li>Prepojenie teórie s praxou</li> <li>Výmena názorov s odborníkmi z praxe, ktorí už zaviedli určitú techniku alebo inovatívny prístup, je často veľmi pútavá a podnetná.</li> <li>Anekdoty podporujú zapamätanie obsahu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prednášateľ musí byť nadaný, aby dokázal rozprávať živo a aby mu bolo rozumieť.</li> <li>Dôkladne si premyslite, kam rozprávanie príbehu v ukážke umiestniť; napr. na začiatok, aby ste vzbudili záujem, alebo uprostred, aby ste uviedli príklad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw">https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc">https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc</a></li> </ul>
<b>Otázky a odpovede</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dôležité je napláňovať jednosmerné komunikačné intervaly.</li> <li>Pomôcť stráviť prijateľné informácie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Povzbudzovať a sprostredkovať otázky, umožniť každému vyjadriť sa (úloha moderátora).</li> <li>Naplánovať dostatok času.</li> <li>Zopakovať otázky cez mikrofón, aby ste si boli istí, že ich všetci účastníci počuli.</li> <li>Ujasniť si, koľko otázok je možné položiť/koľko času je k dispozícii.</li> <li>Odpovedať krátko a presne, aby ste mali čas na niekoľko otázok.</li> <li>Požiadajte účastníkov, aby si vopred pripravili otázky.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Príklady aktívnych otázok: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ">https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ</a></li> </ul>

METÓDA	UŽITOČNÉ NA ÚČELY/ V SITUÁCII PREDVÁDZANIA	BODY NA ZVÁŽENIE/ PREDPOKLADY	PRÍKLAD DOBREJ PRAXE
<b>Interaktívne umožnené diskusie medzi predvádzajúcimi subjektmi a účastníkmi alebo medzi účastníkmi navzájom.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pomoc pri spracovaní získaných informácií.</li> <li>Spustenie úvah poľnohospodárov návštevníkov o tom, ako by sa predvádzané inovácie mohli uplatniť na ich vlastnej farme.</li> <li>Môžu byť použité na premýšľanie a prepojenie s predchádzajúcimi prezentáciami.</li> <li>Na prehĺbenie vedomostí a pochopenia konkrétnej témy.</li> <li>Dobre to funguje v malých aj veľkých skupinách.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pozrite si sprievodcov moderovaním.</li> <li>Vopred si pripravte aktivačné otázky pre skupinu.</li> <li>Aktivujte diskusiu tým, že začnete jednoduchou otázkou, napr. anketou, na ktorú môžu odpovedať všetci.</li> <li>Požiadajte účastníkov, aby sa predstavili.</li> <li>Účastníci, ktorí sú už oboznámení s témou alebo inováciou, môžu začať diskusiu a povzbudiť neskusených účastníkov, aby sa tiež zapojili do diskusie. Môže byť zaujímavé/potrebné zabezpečiť prítomnosť niektorých skúsených poľnohospodárov.</li> <li>Potrebné sú dobré schopnosti počúvania a moderovania: preformulovanie, zhrnutie hlavných tém.</li> <li>Rozdelte veľké skupiny na menšie.</li> <li>Potrebné sú dobré schopnosti počúvania a moderovania: preformulovanie, zhrnutie hlavných tém.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Príklady aktivačných otázok: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit</a>, p. 20-21</li> </ul>
<b>Prechádzka po poli/farme</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Niektorí hostelia nemajú radi, keď sa účastníci voľne prechádzajú po farme.</li> <li>Môže to byť neprístupné pre zdravotne postihnutých alebo imobilných účastníkov a brániť im zapojiť sa.</li> <li>Prítomnosť hostiteľov počas celej prechádzky v teréne, aby usmerňovali, vysvetľovali a odpovedali na otázky.</li> <li>Poskytnutie dostatočného času na zmenu jednotlivých stanovíšť.</li> <li>Zvážte všetky zdravotné a bezpečnostné aspekty prechádzky po farme/dopravy (prívesom) a pred predvádzacím podujatím vykonajte hodnotenie rizík.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Osoby prepravujte na prívese, ak pole alebo časti farmy nie sú ľahko prístupné pre zdravotne postihnutých účastníkov.</li> </ul>
<b>Praktický príklad ukazovaný predvádzajúcou osobou</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Na ilustráciu obsahu vzdelávania a témy</li> <li>Prezentácia by mala byť zábavná a upútať pozornosť.</li> <li>Dobrý ohlas má v kombinácii s prechádzkou v teréne a inými formami prezentácie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Používajte jednoduché, ale prekvapivé spôsoby na vysvetlenie svojho posolstva.</li> <li>Uistite sa, že ste zapojili celú skupinu</li> <li>Zvážte veľkosť skupiny: každý musí mať možnosť vidieť praktický príklad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jednoduché nástroje na testovanie kvality pôdy: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=9VWMOdijDm4&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=9VWMOdijDm4&amp;feature=youtu.be</a></li> <li>Skúška rozpadu na zviditeľnenie štruktúrálnej stability pôdy (vo francúzštine); <a href="https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul>
<b>Viacmyslová prezentácia pre intenzívnejšie zážitky.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podporuje zapamätanie praxe a ukotvenie získaných vedomostí.</li> <li>Dobrý ohlas má v kombinácii s prechádzkou v teréne a inými formami prezentácie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zabezpečte dostatok času</li> <li>Zahrňte túto skúsenosť do svojej prezentácie, napr. tým, že sa na ňu opýtate: „Ako vám to vonia?“ „Ako by ste opísali pocit...?“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Príklady: <ul style="list-style-type: none"> <li>Dotýkajte sa a skúmajte pôdu po tom, čo okolo prešli stroje na odstraňovanie buriny.</li> <li>Ticho počúvajte včely v nárazníkovej zóne na poli.</li> <li>Ochutnajte chlieb upečený z múky vyrobenej na farme, aby účastníci mohli oceniť kvalitu produktov a skúsenosť so strojmi na sadenie produceloF2020 3d.</li> </ul> </li> <li>Ukážka testu s rýľom na účely analýzy kvality pôdy: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> <li>Ukážka pestovania strukovín vysvetľuje, ako farmár, autor ukážky, do svojej ukážky zahrnul skúsenosti: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul>

METÓDA	UŽITOČNÉ NA ÚČELY/ V SITUÁCII PREDVÁDZANIA	BODY NA ZVÁŽENIE/ PREDPOKLADY	PRÍKLAD DOBREJ PRAXE
<b>Cvičenia poskytujúce návštevníkom praktické skúsenosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akčné učenie umožňuje účastníkom, aby sami predostreli riešenie.</li> <li>• Podporuje zapamätanie praxe a ukotvenie získaných vedomostí.</li> <li>• Podporuje osvojenie si zručností účastníkmi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nie je to možné pri každej téme, napríklad ak sa na používanie zariadení vyžadujú licencie alebo z dôvodu opatrení biologickej bezpečnosti.</li> <li>• Zabezpečte, aby bol v rámci harmonogramu predvážacieho podujatia naplánovaný dostatočný čas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyskúšajte si ochranný odev pri aplikáciách na ochranu proti škodcom.</li> <li>• Prineste si vlastné postrekovače na kalibráciu.</li> <li>• Ukážka testu s rýľom na účely analýzy kvality pôdy <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> </ul>
<b>Praktické cvičenia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pre hĺbkovú diskusiu a zameranie sa na konkrétnu tému</li> <li>• Aplikovanie prezentovaných skúseností na vlastnú situáciu na farme</li> <li>• Výstupy možno použiť na prípravu dokumentácie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyžaduje aspoň jednu hodinu v miestnosti alebo za stolom v exteriéri</li> <li>• Vyžaduje zariadenia na zaznamenávanie kľúčových bodov diskusie/výsledkov cieľného prieskumu (napr. poskytnutie šablón).</li> <li>• Starostlivo sformulujte cieľ praktického seminára (musí byť uskutočniteľný v čase, ktorý je k dispozícii) a aký výsledok sa očakáva.</li> <li>• Návštevníci, ktorí očakávajú návštevu v teréne, nemusia byť otvorení praktickému semináru použitím papiera a písania (vyhnite sa tomu oznámením v pozvánke); mohol by konkurovať ukážkam.</li> <li>• Zohľadnite rôzne preferencie návštevníkov, pokiaľ ide o použité metódy.</li> <li>• Skupina sa musí rozdeliť na malé skupiny s približne 3 – 7 osobami.</li> <li>• Pozrite sa na sprievodcov praktickými seminármi a moderovaním</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Príklad príručky na prípravu seminára: <a href="https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops">https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops</a></li> </ul>
<b>Obed, nápoje, doprava atď., ktoré poskytujú čas na (neformálnu) výmenu názorov medzi účastníkmi.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Možnosť slobodne hovoriť o prípadných neúspechoch alebo obavách týkajúcich sa predvážaných inováčných poľnohospodárskych postupov, aby sa umožnilo produktívne vzájomné učenie založené na skúsenostiach.</li> <li>• Počas neformálnej časti (jedlo a nápoje) predvážacieho podujatia alebo pri presune medzi stanoviskami.</li> <li>• Zamyslite sa nad predchádzajúcimi prezentáciami</li> <li>• Na strávenie prezentovaných informácií</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poskytnite dostatočný priestor a čas, aby sa mohla uskutočniť neformálna výmena názorov.</li> <li>• Sponzorovanie jedla/nápojov/dopravy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uskutoční sa aj tak, ak je čas; podporte to tým, že v programe ponecháte priestor na túto neformálnu výmenu a ponúknete účastníkom jedlo/nápoje.</li> </ul>





Táto príručka je výsledkom intenzívnej spolupráce medzi tromi projektmi FarmDemo. Tieto projekty získali finančné prostriedky z programu Európskej únie pre výskum a inovácie Horizont 2020 v rámci grantových dohôd č. 727388 (PLAID), č. 728061 (AgriDemo-F2F) a č. 772705 (NEFERTITI).

VIAC NÁSTROJOV NÁJDETE NA

[trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)