



Пољопривредне
саветодавне и
стручне службе
Републике Србије

The Republic of Serbia
Ministry of Agriculture,
forestry and water management



Република Србија
Министарство пољопривреде,
шумарства и водопривреде



Обука и усавршавање пољопривредних саветодаваца и пољопривредних произвођача за територију Републике Србије без АП Војводине

Модул 9: Управљање променама у пољопривреди:
Демонстрациони оглед као алат за превазилажење
отпора

Обука и усавршавање пољопривредних саветодаваца
и пољопривредних произвођача



Проф. др Драгана Латковић



www.ifvcns.rs



www.nsseme.com



dragana.latkovic@ifvcns.ns.ac.rs





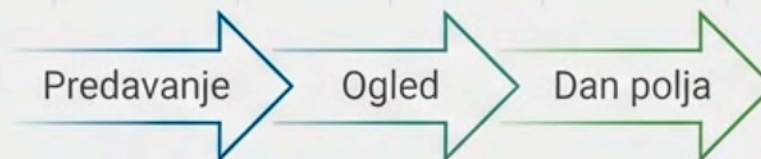
Institut za ratarstvo i povrtarstvo
Institut od nacionalnog značaja za Republiku Srbiju



Upravljanje promenama u poljoprivredi

Demonstracioni ogled kao alat za prevazilaženje otpora

PSSS Edukacija | Institut za ratarstvo i povrtarstvo Novi Sad
Modul 9



Anatomija prihvatanja inovacija

- **Problem:** Argumenti ne menjaju ukorenjene navike.
- **Rešenje:** Vidljiv i merljiv dokaz na terenu.



**Predavanje =
Razumevanje**



Ogled = Poverenje



Dan polja = Uticaj



Prevazilaženje otpora

Sumarijum modula

ZAŠTO se farmeri opiru?



Psihologija
promena



Teorija difuzije
i izvori otpora

KAKO odgovoriti na otpor?



Asertivna
komunikacija



Upravljanje
konfliktima
na terenu

ŠTA napraviti da otpor nestane?



Demonstracioni
ogledi i Dani polja



Metodologija
i dokazivanje

Ključne kompetencije



Razumevanje psiholoških mehanizama otpora prema inovacijama.



Prepoznavanje tipa farmera i prilagođavanje komunikacije.



Vladanje tehnikama asertivnosti i upravljanja konfliktima.



Projektovanje i postavljanje vizuelno ubedljivog oglada.



Organizacija i logistika Dana polja visokog uticaja.



Vođenje konstruktivne diskusije sa skeptičnim učesnicima.

Svrha i ciljevi predavanja

Psihologija

Šta se dešava
u glavi farmera

Savetodavac nije
prenosilac informacija.
Savetodavac je
arhitekta promene.

Agromomija

Šta se dešava
na parceli



Prepoznavanje
otpora i motivacije



Izgradnja poverenja
i partnerstva

Transformisati skepsu u radoznalost, a radoznalost u akciju.

Uvod i kalibracija grupe

**““ To kod nas ne radi.
Moj otac to nije radio,
pa neću ni ja. ””**

Ovo nije problem. Ovo je naš posao.
Ne menjamo uverenje silom, već stvarnošću. Videti = Verovati.



Zašto se farmeri opiru promenama?

Otpor je refleks, ne neprijatelj

Odbijanje inovacije je racionalna i predvidiva psihološka reakcija na neizvesnost, a ne iracionalna tvrdoglavost.

Nova perspektiva

Od stava: "Ovaj farmer je tvrdoglav."
Do stava: "Ovom farmeru treba drugačiji dokaz."

Zadatak savetodavca

Ne ubeđujete farmera da promeni mišljenje.
Pomažete mu da smanji neizvesnost.

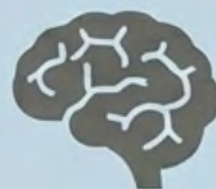
Četiri izvora otpora promenama



Operativni otpor

Nedostatak opreme, radne snage ili vremena.

“Nemam čoveka za to.”



Psihološki otpor

Pretnja rutini, navika, loše prethodno iskustvo. Odbijanje promene ponašanja.



Ekonomski otpor (Finansijska barijera)

Sezonski rizik, cena.

Ovo je realna finansijska barijera, a ne psihološka.



Socijalni otpor

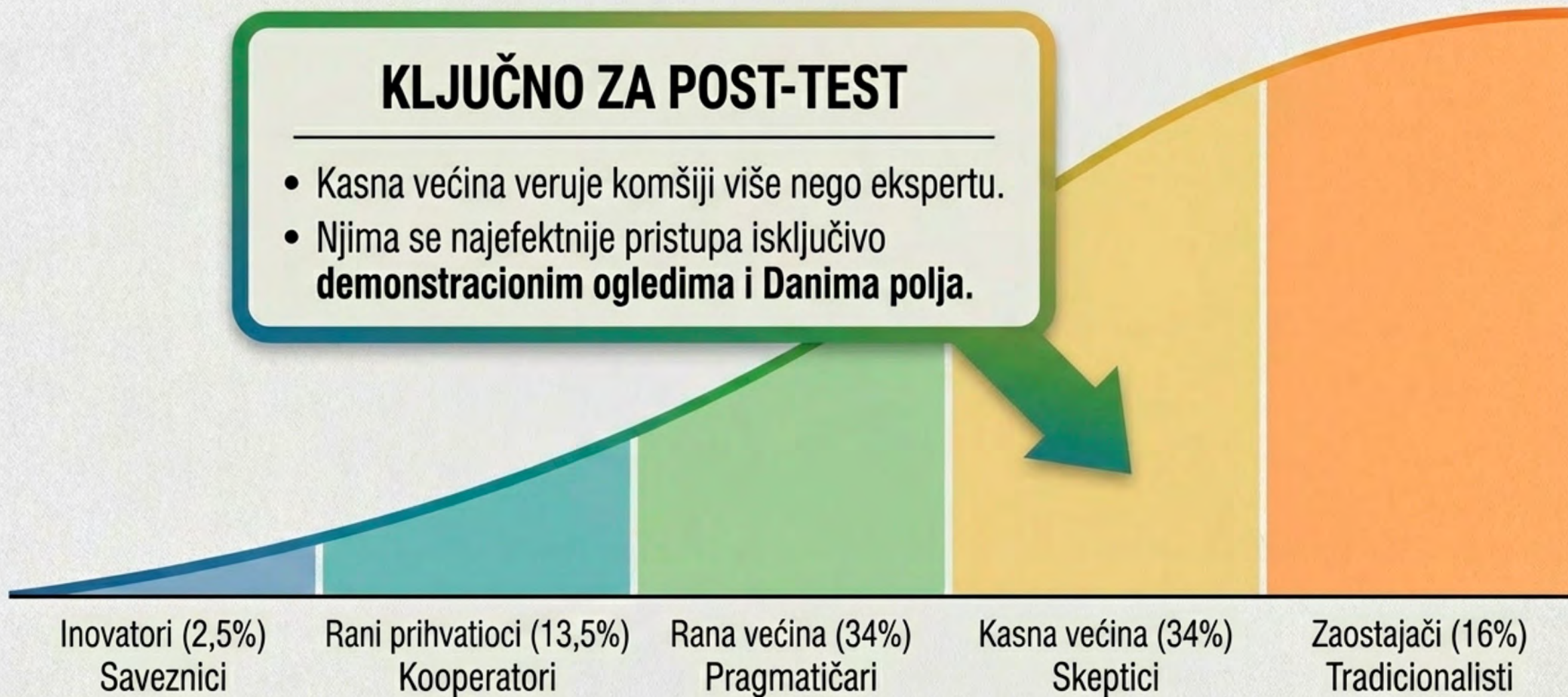
Strah od osude zajednice.

“Šta će selo reći?”

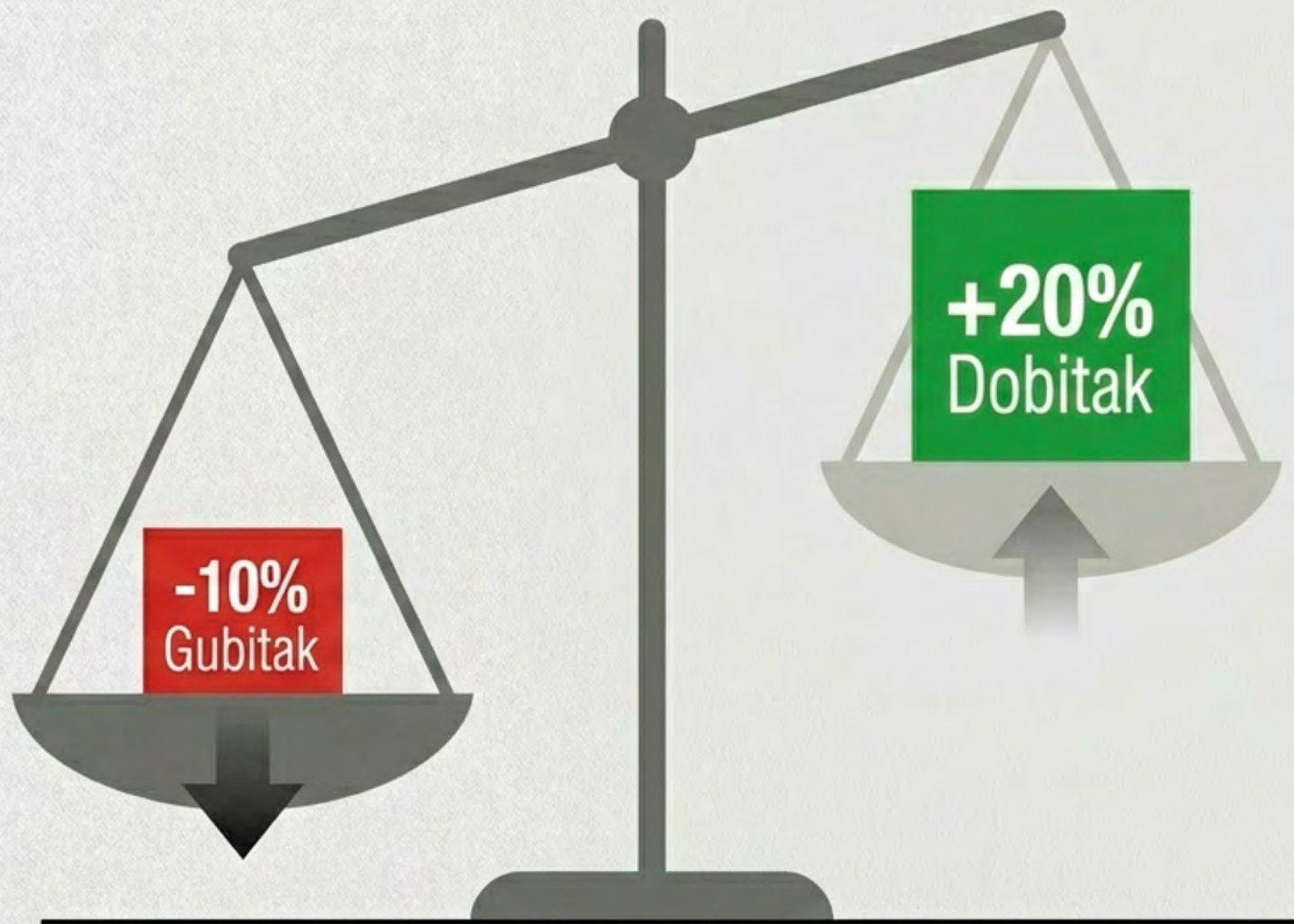
Rogers-ova teorija difuzije inovacija

KLJUČNO ZA POST-TEST

- Kasna većina veruje komšiji više nego ekspertu.
- Njima se najefektnije pristupa isključivo **demonstracionim ogledima i Danima polja.**



Averzija prema gubitku (Loss Aversion)



Kahneman & Tversky bihevioralna ekonomija

- Potencijalni gubitak farmeru boli 2 do 3 puta više nego što ga raduje ekvivalentni dobitak.

Strategija za terenski rad:

- Ne obećavajte samo veći prinos. Komunicirajte i dokazujte smanjenje rizika u lošim godinama.

Vežba: Prepoznavanje barijera

Buzz Grupe (10 minuta)

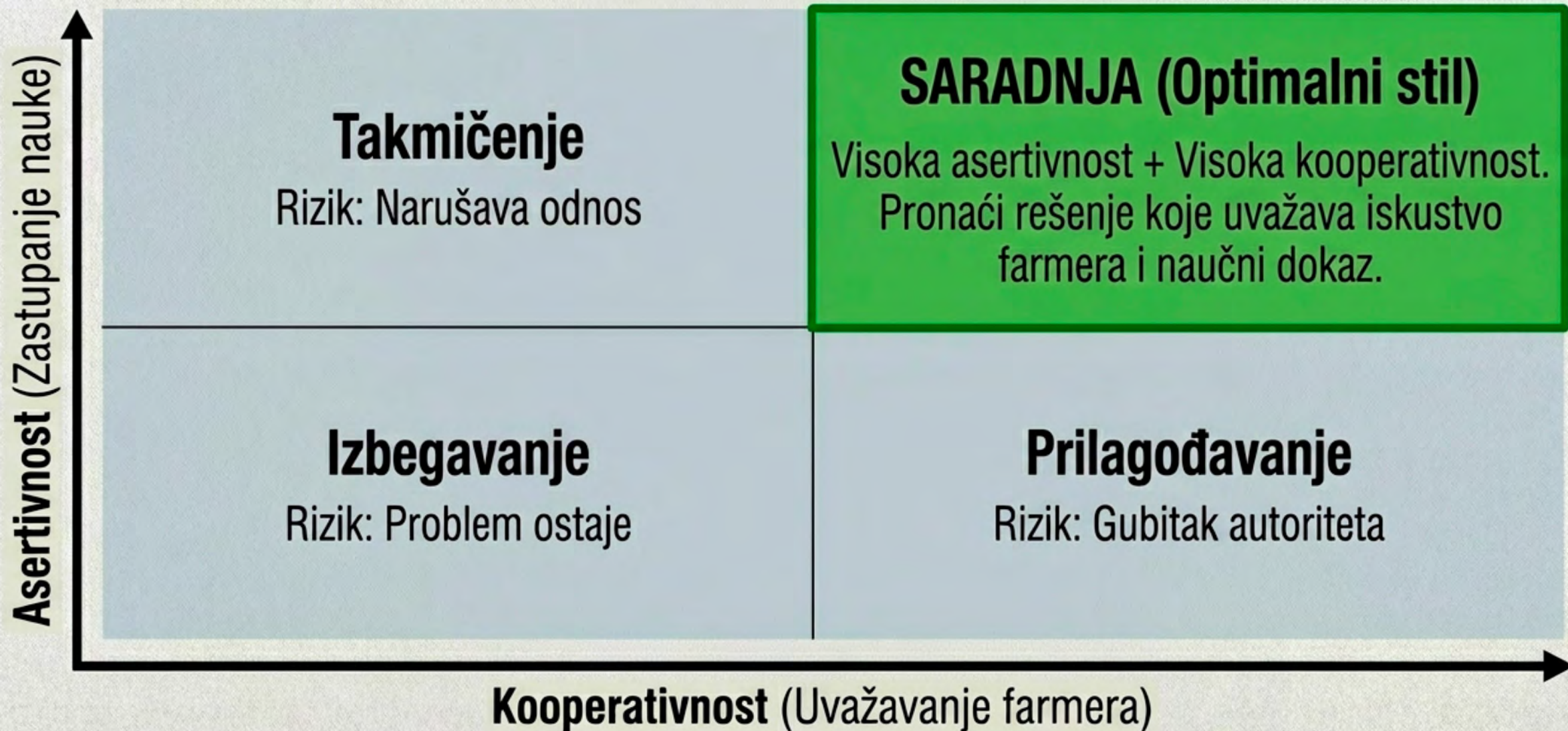
1. Podela u grupe od 4-5 osoba.
2. Svaka grupa dobija karticu sa izjavom 'tipičnog farmera'.
3. Identifikujte koja od 4 barijere je dominantna (Ekonomska, Operativna, Psihološka, Socijalna).
4. Predložite prvi korak u komunikaciji.

Spremite se za kratko izveštavanje u plenumu.

Priroda sukoba u radu sa farmerima



Thomas-Kilmann model upravljanja konfliktom



Asertivna komunikacija: Zlatni standard

Definicija asertivnosti:

Jasno i direktno izražavanje sopstvene pozicije uz puno poštovanje pozicije i potreba druge osobe. To nije agresivnost, niti pasivni kompromis.

1. "Ja" poruke

Umesto "Vi ne razumete", koristite "Ja vidim drugačije rezultate"

2. Opis ponašanja

Fokus na ogled, ne na osobine farmera

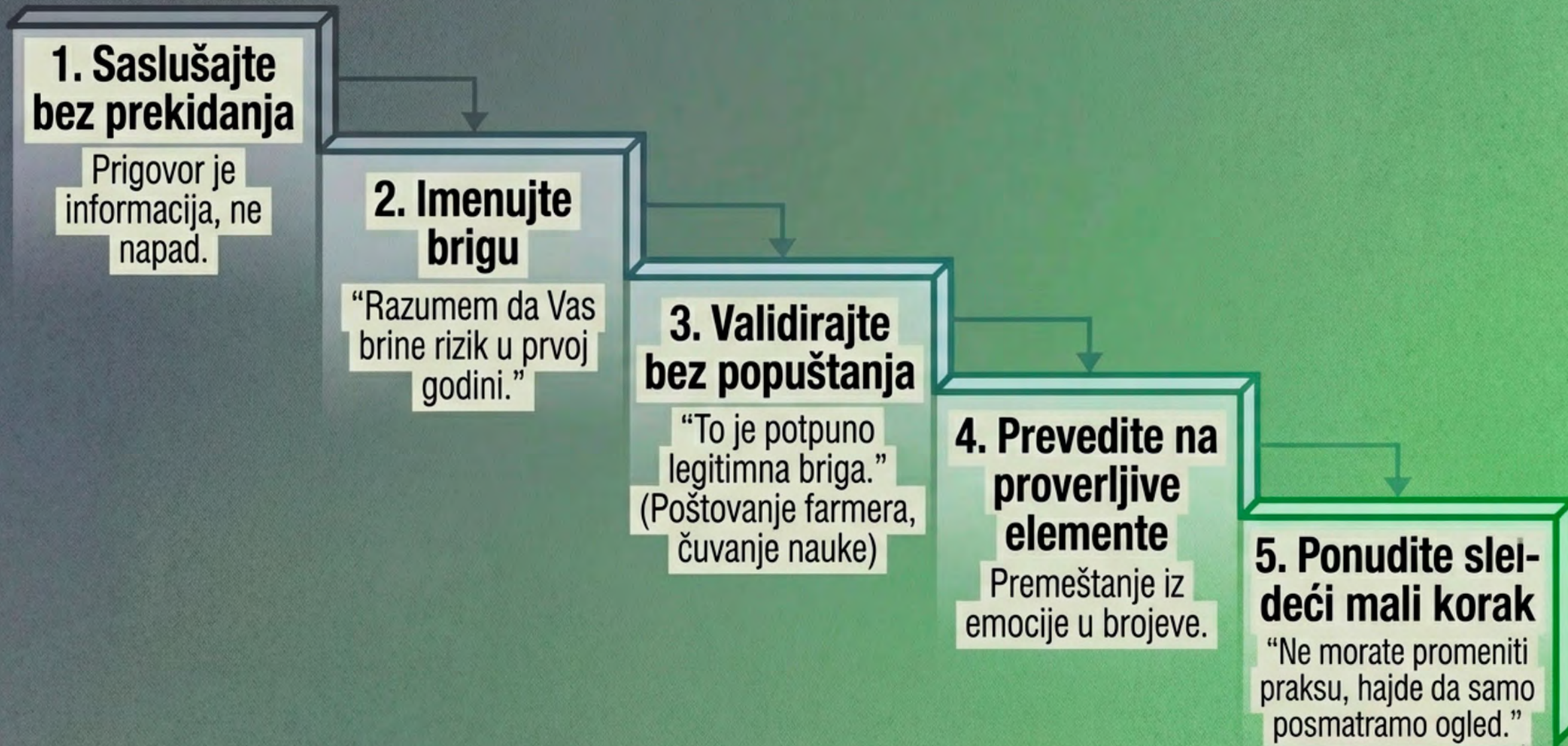
3. Aktivno slušanje

Parafraziranje farmerovih reči pre odgovora

4. Jasne granice

Uvažavanje mišljenja, ali bez popuštanja u nauci

Model odgovora na prigovor u 5 koraka



Rečnik na terenu: Role-play scenariji

~~Zabranjeni arsenal~~

- ✘ “Vi to ne razumete.”
- ✘ “To je zastareo način razmišljanja.”
- ✘ “Nauka je rekla, tu nema diskusije.”

Preporučeni pristup

- ✔ “To je dobar prigovor, pokazuje šta još nismo razjasnili.”
- ✔ “Ne tražim verovanje na reč, već proveru na parceli.”
- ✔ “Vaše iskustvo je dragoceno, hajde da ga uporedimo sa ogledom.”

**Pobeda u argumentu je gubitak u odnosu.
Nikada ne ‘pobedite’ farmera javno.**

Zašto demonstracija pobeđuje argument

+40%

Povećanje usvajanja inovacija



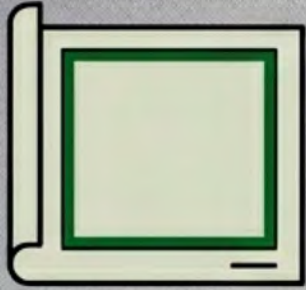
Videti = Verovati

Argument ima ograničenu moć. Demonstracija se ne može osporiti jer stvara direktno iskustvo na terenu.

Naučni dokaz (Emerick & Dar, 2021, MIT Study):

Organizacija Dana polja i demonstracionih ogleda povećava usvajanje poboljšanih praksi za čak 40%. Posebno efikasno za mala gazdinstva i isplativo za savetodavnu službu.

Tri tipa demonstracionih oglada

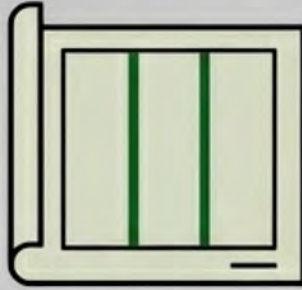


1. Proof-of-Concept

Šta dokazuje: KAKO primeniti tehniku.

Kada se koristi: Za potpuno nove tehnike u zajednici.

Dizajn: 1 parcela.

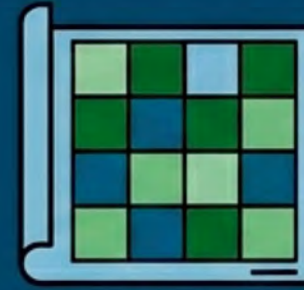


2. Strip demonstracija

Šta dokazuje: ŠTA je bolje (Novo vs Staro).

Kada se koristi: Direktno poređenje dve prakse.

Dizajn: 2+ pruge bok uz bok.



3. Replicirani ogled

Šta dokazuje: ZAŠTO sa statističkom pouzdanošću.

Kada se koristi: Naučno utemeljen dokaz.

Dizajn: Min. 3 ponavljanja, nasumični raspored.

Etika ogleda i moć poštenog negativnog rezultata

Ogled nije marketinški trik.

- Pristrasan ogled stvara utisak tog dana. Pošten ogled gradi poverenje godinama.



Snaga transparentnosti

- Ako rezultat ogleda ne potvrdi inovaciju, saopštite ga pošteno.
- Zajedničko traženje uzroka neuspeha sa farmerom stvara najsnažnijeg saveznika i čuva integritet PSSS.



Institut za ratarstvo i povrtarstvo
Institut od nacionalnog značaja za Republiku Srbiju



Hvala na pažnji

