

Interreg - IPA CBC
Croatia - Serbia
IT COMMUNITY REGION



PRIRUČNIK ZA IT PREDUZETNIKE

SUBOTICA, 2021. GODINE

Projekat je sufinansiran sredstvima EFRR i IPA II fondova Evropske unije.
Sadržaj priručnika
je isključiva odgovornost Regionalne Razvojne agencije Panonreg i ni
nakoji način ne odražava zvanične stavove Evropske unije.

Agencija "Benedetto Cotrugli"

Đure Đakovića 15

Subotica

PR Branislav Filipović

PRIRUČNIK ZA IT PREDUZETNIKE

Usluga produkcije priručnika je realizovana u okviru projekta prekogranične saradnje "Creation and fostering of common cooperating cross-border IT entrepreneurial community / HR-RS346". Priručnik je predmet Ugovora broj HR-RS346/8/20/03, a Naručilac usluge je Regionalna razvojna agencija Panonreg Subotica.

Autori priručnika su dr Branislav Filipović, Milena Šćepanović, Ana Patarčić i dr Jasmina Knežević.

Subotica, 2021. godine

SADRŽAJ

I Nastanak frilens poslovanja

Zašto je dobar izbor postati frilenser?	7
Mogućnosti obrazovanja za buduće frilensere	8
Tendencije razvoja IT sektora	12
Internet tržište	13
Coworking - radni prostor budućnosti	13
Frilens platforme za digitalni rad	14

II Poreski i računovodstveni aspekt frilens poslovanja

Legalnost frilens poslovanja	18
Podaci o poreskoj prijavi	19
Podaci o poreskom obvezniku	20
Podaci o vrstama prihoda	21
Načini regulisanja obaveza prema državi	23
Preduzetnik – paušalac	24
Samooporezujući preduzetnik	26
Osnivač društva sa ograničenom odgovornošću	27
Subvencije i druge pomoći države	32

III Vodič kroz digitalni marketing

Avatar kupca	35
Copywriting/Copy	36
Društvene mreže i community menadžment	37
Facebook oglašavanje	38
YouTube oglašavanje	39

IV Frilenserski “burnout” i ostali psihološki izazovi

Psihološki izazovi i rizici frilens poslova	41
Kako da održavate samokontrolu?	42
Kako da prevladamo stres?	43
Kako da prepoznate da tonete u usamljenost?	45
Kako da stres “stavimo pod kontrolu”?	46
Pravljenje rasporeda rada i pauza (fokus/obnova energije)	47
Psihofizički izazovi frilens poslova i kako se nositi sa njima	49

PRIRUČNIK ZA IT PREDUZETNIKE

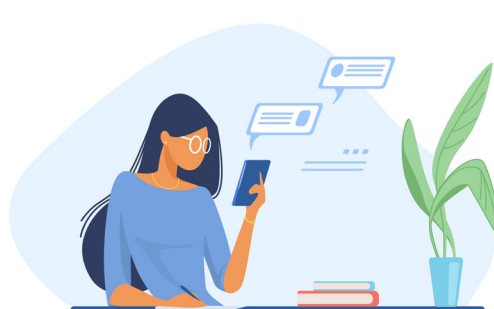
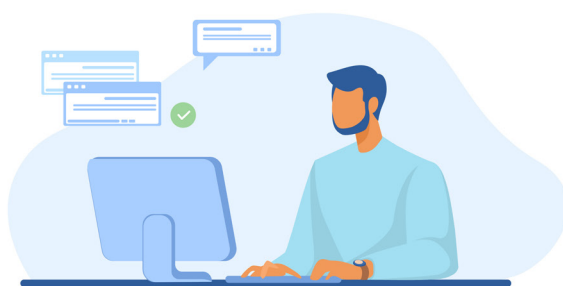
I Nastanak frilens poslovanja

Opšta digitalizacija stvorila je jedinstveno tržište radne snage i poslova. Često upotrebljavana fraza sa kraja osamdesetih i početka devedesetih da će svet biti “globalno selo” (**Maršal Makluan**, kanadski sociolog kulture) postala je stvarnost. Otkriće optičkog kabla (1961) stvorilo je uslove za pojavu **Interneta**, globalne računarske mreže, sredinom devedesetih. Internet ima brojne servise, ekonomičan je, efikasan, razdaljine, praktično, ne postoje.

Nije čudo što se globalna komunikacija najbrže ostvarila **u sferi ekonomskih interesa**, jer je to polje najvećeg interesovanja. Iskreirane su **platforme za digitalni rad** na kojima se prezentuju **zahtevi poslodavaca** i **ponude izvršilaca posla**. Nastaje **novi oblik poslovanja** koji dobija naziv “**freelance**”.

Frilens poslovanje obuhvata rad: **programera, web i grafičkih dizajnera, audio-vizuelnih stručnjaka (snimatelja, video grafičara, montažera), arhitekata, umetnika, novinara, pisaca, digitalnih marketara, prevodilaca, agenata prodaje** i mnoge druge profesije.

Frilenseri su **fizička lica koja rade samostalno**, nisu zaposleni kod poslodavaca za koje rade, pružaju usluge koje su vezane za njihovu profesiju ili ličnost, izrađuju projekte ili neka druga dela. To su, uglavnom, **povremeni poslovi**, odnosno, **honorarni poslovi**.



Boljem kotiranju stručnjaka kod ino nalogodavaca će pored dokaza o **formalno stečnom obrazovanju** pomoći razni **sertifikati, licence** i slično afirmisanih brendova koji vrše **specijalizovane edukacije** iz raznih struka.

Mogućnosti obrazovanja za buduće frilensere

Ukoliko vas **frilenserski način rada i života** privlači i možete sebe da zamislite na takvom jednom radnom mestu, ono što je prva i osnovna polazišna tačka jeste - **znanje**, odnosno adekvatno **obrazovanje**. Od toga zavisi koliko ćete se dobro snalaziti u ovakvom radnom okruženju, te koliko ćete biti traženi i konkurentni na ovom nepreglednom, globalnom tržištu.

S obzirom da posao **frilensera** podrazumeva **mogućnost rada i poslovne komunikacije preko interneta**, prvo da vidimo koji sve **poslovi**, odnosno **zanimanja** mogu da se obavljaju na ovaj način i obuhvaćena su **frilens modelom poslovanja**.

Ako je **frilensing** skup različitih poslova koji se obavljaju isključivo putem interneta, tu se onda mogu svrstati: **programiranje (software i web developer), web dizajn, 3D dizajn, grafički dizajn, video produkcija, obrada podataka, virtuelni asistent, stručnjak za SEO, stručnjak za Google Ads oglašavanje, internet marketing menadžer, pisanje testualnih sadržaja, tekstova i novinskih članaka (content writer, copywriter), administrator društvenih mreža (social media manager), bloger, fotograf, arhitekta, prevodilac, predavač stranih jezika** i drugi raznovrsni poslovi.

Što se tiče **IT smerova u Srbiji**, najkvalitetnije **formalno obrazovanje** u ovoj oblasti nude sledeće obrazovne ustanove:



Programiranje i mrežni inženjering

- Elektrotehnički fakultet Beograd
- Računarski fakultet Univerziteta Union
- Fakultet tehničkih nauka Novi Sad
- Elektronski fakultet Niš
- Visoka škola elektrotehnike i računarstva Beograd

Menadžment i dizajn

- Fakultet organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu
- Fakultet tehničkih nauka Novi Sad

Što se tiče **IT obrazovanja** stečenog na **neformalan** način, tu je velika ponuda **IT škola**:

- IT <http://www.bgit.rs/>
- Code by Comtrade <https://code.edu.rs/>
- TeleTrader <https://prekvalifikacija.com/>
- Informatika a.d. <http://www.informatika.edu.rs/>
- Institut Vinča – škola računara <http://www.vincaskola.rs/>
- Qaitive <http://www.qaitive.rs/>
- Krojačeva škola <https://www.krojacevaskola.com/>
- CET <http://cet.rs/>
- CrossOver <http://crossover.rs/>
- eCampus <http://www.itkursevi.com/>
- Akademija Oxford https://www.akademijaoxford.com/skola_racunara_srbija.php



- Obuke i kursevi <http://www.obukeikursevi.com/>
- RC ETF <http://projekti.rc.etf.bg.ac.rs/kursevi-i-obrazovanje/>
- Softline education <http://softline.rs/>
- Edukat <http://www.edukat.rs/>
- ITAcademy <https://www.it-akademija.com/>
- IT Oip <http://itoip.rs/>
- Tekoms <http://www.tekoms.co.rs/>

Postoje i **IT škole i kursevi**, koji su **besplatni**, kao što su:

- Cubes – stipendirani kursevi <https://cubes.edu.rs/>
- TNation Akademija <http://www.tnationakademija.com/>
- Zamphyr <https://zamphyr.com/>
- WP Akademija <https://wpakademija.rs/>

Čini se da nikada nije bilo lakše doći do znanja kao danas, stoga su mogućnosti brojne, kako u sferi **formalnog**, tako i **neformalnog obrazovanja**, s tim da je njihovo kombinovanje itekako korisno i preporučljivo.

Sertifikati

Poslovi u oblasti **informacionih tehnologija** i **programiranja** su najtraženiji i najplaćeniji poslovi na frilens tržištu. Konkurencija je ogromna pa je zbog toga poželjno imati priznate **sertifikate** kao što su:



- MTA: Microsoft Technology Associate
- MCA: Microsoft Certified Associate
- MCSA: Microsoft Certified Solutions Associate
- MCSE: Microsoft Certified Solutions Expert
- Cambridge International A&AS Level Computer Science
- GCE Advance (A) Level Computer Science
- Advanced Subsidiary (AS) Level Computer Science
- Zend Certified PHP Engineer itd.

Poslovi za **grafički dizajn** ili **multimedije** su na frilens onlajn tržištu odmah iza IT poslova. U ovoj oblasti su najučestalije i najkompleksnije tehnološke promene. Cenjeni **sertifikati** iz ove oblasti su na primer:

- Adobe Certified Associate/Professional (ACA)
- Adobe Certified Expert (ACE) i sl.

Stručnjaci iz **ekonomije** i **marketinga** koji se bave plasmanom tj. prodajom takođe imaju značajno učešće na onlajn tržištu. Treba znati kako pokrenuti internet prodaju, kako strukturirati internet prodavnicu, kako napisati prodajni tekst i dr. Kod nas se obukom mogu steći sledeći **sertifikati**:

- Cambridge International A&AS Level Business
- Cambridge International A&AS Level Economics
- Cambridge International A&AS Level Accounting



Svi ovi sertifikati, naravno da ih ima još mnoštvo, i u svim drugim oblastima poslovanja, su **način da se frilenser predstavi onlajn poslovnom svetu** i da mu olakšaju ulazak u njega.

Tendencije razvoja IT sektora

IT sektor, kako u **Srbiji**, tako i u **svetu**, ima, kao i prethodnih godina, **trend dugoročnog rasta i povećanja obima poslova**. U Srbiji je prisutan konstantni rast vrednosti i kvaliteta IT usluga, broja zaposlenih, a posebno rast izvoza ovih usluga. Što se tiče oblika obavljanja ove privredne delatnosti, IT sektor se u Srbiji uglavnom bazira na velikom broju malih kompanija, preduzetnika i frilensera.

U Srbiji IT sektor pokazuje najveći potencijal za razvoj mikro, malih i srednjih preduzeća, koja prate postepenu digitalnu transformaciju prisutnu na domaćem tržištu, iako se kriza nastala usled epidemije virusa Covid 19 odrazila i na IT industriju.

U skladu sa pozicijom IT sektora kao jednog od najperspektivnijih sektora današnjice, IT zanimanja zauzimaju po pravilu **visoka mesta na listama najtraženijih zanimanja** kod nas i u svetu.

Kao **najtraženija IT zanimanja u nadolazećem periodu** navode se sledeće profesije:

- Inženjer veštačke inteligencije
- Inženjer za robotiku
- Stručnjak za upravljanje podacima
- Full Stack razvojni inženjer
- Inženjer za pouzdanost internetske stranice
- Stručnjak za uspeh klijenata
- Predstavnik za razvoj prodaje
- Data Scientist
- Stručnjak za internetsku sigurnost
- Bekend programer
- Direktor za prihode
- Cloud inženjer
- JavaScript programer
- IT menadžer
- Web programer
- Java programer
- PHP programer
- Web dizajner
- Inženjer softvera

- Analitičar sigurnosti podataka
- Arhitekta računarskih mreža
- Python programer

Internet tržište

Cilj svake kompanije je da uvećava prihode, smanjuje troškove i stvara profit. **Internet tržište** putem raznih **platformi** stvorilo je uslove da potencijalni **izvršioци zadataka budu lako dostupni**. Naime, nalogodavac postavi zadatak na određenom sajtu, traži rešenje za svoj problem, a stručnjaci za tu oblast apliciraju svojim ponudama.

Reč je o **povremenom angažovanju stručnjaka** koji će taj zadatak uraditi efikasno i optimalno, gde po isplati honorara ino kompanija prema njima nema nikakvih obaveza i nije prekršila nijedan zakon.

Najčešće korišćeni **sajtovi (platforme) za digitalni rad** su: **UpWork** i **Freelancer**. Registracija na ove sajtove je besplatna, ali realizacija posla preko njih ide **uz određenu proviziju**. **Prebacivanje novca sa sajta** ide preko servisa kao što su: **Payoneer, PayPal, devizni račun** i slično, **uz određenu naknadu**.

Coworking - radni prostor budućnosti

Coworking predstavlja **savremeni koncept poslovnog prostora koji deli više pojedinaca ili timova**, i kao takav, dokazano pospešuje kod svojih povremenih i stalnih korisnika kreativnost i produktivnost u poslu kojim se bave.



Osim samog prostora, **coworking nudi brojne prednosti frilenserima** u više različitih aspekata: kompletnu kancelarijsku i prateću infrastrukturu i opremu za cenu značajno povoljniju od one koju bi frilenser plaćao da ima samostalnu kancelariju, odvajanje radnog prostora od životnog - što psiholozi uvek preporučuju, mogućnost socijalizacije sa njenim dobro poznatim, višestrukim benefitima za mentalno zdravlje, mogućnost umrežavanja sa kolegama iz sličnih oblasti rada, a i različitih, i slično.

Coworking je kao koncept rada prisutan kod nas od 2012. godine i od tada se broj ovakvih radnih prostora u Srbiji samo umnožavao.

Predstavljamo vam **popis coworking prostora u Srbiji**, koji vam stoje na raspolaganju u vašem frilenserskom radu i koje kao **digitalni nomadi** možete po želji i potrebi da isprobavate i menjate:

- Startit centar (Beograd)
- Nova Iskra (Beograd)
- Mokrin House (Mokrin)
- Poslovni inkubator Novi Sad
- Tilda coworking (Niš)
- Infostud HUB (Subotica)
- ICT Hub Playground (Beograd)
- Smart Office (Beograd)
- InCentar (Beograd)
- Workspace_One (Beograd)
- Marsh. Open Space (Beograd)
- Share Square (Beograd)
- Impact Hub (Beograd)
- Coffice coworking (Užice)
- Pomak coworking (Zaječar)
- Micro Business Hub (Beograd)

Neretko coworking prostori organizuju i edukativne programe u oblasti informacionih tehnologija i IT preduzetništva, namenjene kako postojećim korisnicima, tako i stvaranju i privlačenju novih IT preduzetnika, na taj način gradeći, još čvršće povezujući i osnažujući lokalnu IT zajednicu.

Frilens platforme za digitalni rad

Brojne su platforme namenjene ponudi i potražnji frilens poslova. Ono što ih većinu povezuje jeste način na koji se poslovi nude i potražuju. To podrazumeva sledeći način funkcionisanja pomenutih sajtova: klijenti postavljaju ponude za posao na sajt, dok se frilenseri, s druge strane, nadmeću, dajući uslove pod kojima bi obavili taj posao. Nakon

što je klijent izabrao frilensera, čije reference i uslovi mu najviše odgovaraju, platforma rešava njihov pravni odnos i za tu uslugu uzima procenat od svakog sklopljenog i ispunjenog ugovora, koji se razlikuje od platforme do platforme.

Predstavljamo vam najpoznatije sajtove za digitalni rad.



Upwork

<https://www.upwork.com/>

Upwork je platforma sa velikom ponudom poslova, na kojoj se po različitim parametrima mogu pretraživati poslovi, kao i frilenseri. Ono što karakteriše dodatno ovu platformu jeste da podstiče dugoročnu saradnju sa klijentom, tako što smanjuje proviziju u odnosu na iznos naplaćen u datom poslovnom odnosu.



Freelancer

<https://www.freelancer.com/>

Freelancer je platforma sa najvećim brojem korisnika, što uključuje i veliku konkurenciju. Način funkcionisanja ove platforme je veoma jednostavan, što ovu platformu čini vrlo popularnom među frilenserima.



Fiverr

<https://www.fiverr.com/>

Fiverr je platforma koja takođe ima jednostavan sistem funkcionisanja, a kod koje je osnovna cena za uslugu pet dolara, uz uvedenu mogućnost licitacije.



PeoplePerHour

<https://www.peopleperhour.com>

PeoplePerHour je platforma namenjena pre svega za startape i mala i srednja preduzeća, gde klijenti mogu da postavljaju oglase za projekte i čekaju ponude frilensera, da biraju između unapred definisanih zadataka koje će neki frilenser obaviti za unapred određenu cenu, ili da i sami pozivaju frilensere da obave određeni posao za njih.



Toptal

<https://www.toptal.com/>

Toptal se od drugih platformi razlikuje po tome što je proces registracije frilensera na ovoj platformi rigorozan, što obuhvata svega oko tri posto prijavljenih. Ukoliko u brušenju svojih veština i znanja dospete u ovaj uski krug najkvalifikovanijih frilensera,

imaćete priliku da radite za neke od najvećih kompanija u svetu.



Guru

<https://www.guru.com/>

Guru je platforma sa visokim brojem traženih usluga u različitim oblastima. Funkcioniše po sistemu licitiranja na ponude, te ima rafinisan sistem pretrage frilensera, odnosno klijenata, u skladu sa obostranim potrebama.



Envato

<https://envato.com/>

Envato možete da koristite kao platformu u slučaju da želite da prodajete svoje gotove digitalne proizvode.



Simply Hired

<https://www.simplyhired.com/>

Simply Hired nudi osim frilens poslova i veliki broj drugih, različitih poslova iz čitavog sveta.



TrueLancer

<https://www.truelancer.com/>

TrueLancer je platforma posebno pogodna za početnike, što se tiče pružanja pomoći početnicima, kao i činjenicom da ne raspolaze toliko velikim brojem korisnika, odnosno konkurencijom.



FlexJobs

<https://www.flexjobs.com/>

FlexJobs je platforma koja za novčanu naknadu korisnicima zauzvrat daje na uvid listu velikog broja poslova sa kontaktima poslodavaca koje ustupa frilenserima.

Osim ovih, sveobuhvatnih platformi koje nude jedan širok spektar poslova, postoje i platforme koje su specijalizovane za određenu vrstu delatnosti.

Za programere su to platforme: **Coding Ninjas, Codeable, IT Freelancer.**

Za dizajnere: **99Designs, Design Crowd, Behance.**

Za kopirajtere i autore: **Freelance Writing Gigs.**

Za audio-vizuelne stručnjake (snimatelje, video grafičare, montažere): **StoryHunter.**

II Poreski i računovodstveni aspekt frilens poslovanja

Frilenser – preduzetnik

U osnovi gledano, **frilenser** treba da poseduje:

- stručnost u nekoj delatnosti,
- znanje nekog svetskog jezika,
- poznavanje tržišta,
- razumevanje potreba kupaca i mogućnost adekvatnog odgovaranja tim potrebama.

Da bi bio uspešan, frilenser mora imati i određene **lične osobine** kao:

- upornost,
- istrajnost,
- marljivost,
- odgovornost,
- odvažnost,
- pokretački duh,
- iskustvo (vremenom).

Da bi uopšte došlo do afirmisanja gorenavedenog ukupnog potencijala, treba da postoji **ideja, san, cilj**.

To sve zajedno, stvoriće **tržišnu priliku**.



A kako bi ukratko opisali **preduzetnika**? Manje-više isto.

Razlika je što preduzetnik plaća svoje **obaveze prema državi** od samog početka obavljanja delatnosti, uredno predaje prijave, izveštaje i to čini uglavnom putem **knjigovodstvenih agencija**.

Legalnost frilens poslovanja

U slučaju da frilenser ne želi da otvori firmu, svoje **obaveze prema državi** može da reguliše putem **obrasca PP OPO** u roku od 30 dana od dana uplate prihoda.

PP OPO se predaje na dva načina:

- u **papirnoj formi**: (obrazac u PDF formatu se nalazi na sajtu Poreske uprave) na šalteru pisarnice u **Poreskoj upravi** ili putem email adrese pisarnice ili putem Pošte,

- **elektronski**: putem portala **e-porezi Poreske uprave**. Da bismo izvršili elektronsko prijavljivanje, potrebno je da imamo kvalifikovani elektronski potpis. **Kvalifikovani elektronski sertifikat** izdaju: **MUP Srbije** (LK sa čipom), **Privredna komora Srbije**, **Halcom** i **Pošta**. Ako se poseduje lična karta sa čipom, učitavanje elektronskog potpisa je besplatno, a cena ostalih elektronskih sertifikata je 3000,00 – 3500,00 dinara.

U oba slučaja treba **popuniti obrazac** koji se sastoji iz 4 dela:

- Podaci o poreskoj prijavi
- Podaci o poreskom obvezniku
- Podaci o načinu ostvarivanja prihoda
- Podaci o vrsti prihoda



Podaci o poreskoj prijavi

1.1. Vrsta prijave

(1 - opšta prijava, 3 - prijava po članu 182b, 5 - prijava po odluci suda)

Ako je **prijava: blagovremena** - onda je to **broj 1**, ako je **sa kašnjenjem** - onda je to **broj 3**, reč je o zakonskoj mogućnosti samoprijavljivanja, dok se **broj 5** odnosi na - **izradu prijave po nalogu suda**.

1.2. Obračunski period

Odnosi se na mesec i godinu kada je ostvaren prihod. Ako fizičko lice ostvaruje prihode po više osnova, u poreskoj prijavi može da sumira samo uplate istoga dana.

1.3. Datum ostvarivanja prihoda

Upisuje se dan, mesec i godina ostvarivanja prihoda.

1.4. Datum dospelosti poreske obaveze

To je 30. dan od dana uplate prihoda, računa se od narednog dana.

Primer: Uplata je bila 01.09.2020. - rok za predaju PP OPO je 01.10.2020. To je rok i za uplatu obračunatih dažbina.

1.4a Datum do kojeg je obračunata kamata

Upisuje se dan, mesec i godina do kada je obračunata kamata.

Primer: Uplata je bila 01.09.2020, prijava je trebala biti predana 01.10.2020, ali je sticajem okolnosti predana 15.10.2020. Obaveza je fizičkog lica da od 01.10. do 15.10. obračuna kamatu na javne prihode.

1.5. Izmena prijave

Postoje 3 mogućnosti:

- 1 - izmenjena prijava po članu 40 ZPPA,
- 2 - izmena poreske prijave po nalazu kontrole,
- 9 - storno prijave.

1.5a Kod izmenjene prijave

Upisuje se identifikacioni broj prijave koja se menja.

1.6. Po nalogu kontrole/odluci suda

U ovom slučaju postoje 3 osnova:

- 1 – Rešenje doneto u postupku po žalbi u 1. stepenu
- 2 – Rešenje doneto u postupku po žalbi u 2. stepenu
- 3 – Rešenje doneto na osnovu odluke Upravnog suda

Podaci o poreskom obvezniku

- Poreski identifikacioni broj poreskog obveznika (JMBG/ EBS/ PIB) – upisuje se jedan od jedinstvenih ličnih podataka
- Ime i prezime
- Adresa poreskog obveznika
- Prebivalište/ boravište/ sedište – opština ostvarenja prihoda – upisuju se naziv i šifra opštine u kojoj su ostvareni prihodi. Katalog šifara opština je dostupan na sajtu Poreske uprave.
- JMBG podnosioca prijave - Prijavu ne mora da podnese poreski obveznik, može drugo lice sa ovlašćenjem poreskog obveznika.
- Kontakt telefon osobe
- Elektronska pošta
- Zemlja rezidentstva – upisuju se oznaka i naziv zemlje. U smislu ovog zakona rezident je i lice koje na teritoriji Republike Srbije, neprekidno ili sa prekidima, boravi 183 ili više dana u periodu od 12 meseci u poreskoj godini.
- Broj pasoša
- Poreski punomoćnik (JMBG/ PIB)

Podaci o načinu ostvarivanja prihoda

- Način ostvarivanja prihoda – 1. isplata na tekući račun, 2. isplata gotovinom, 3. u drugom obliku
- Tekući račun - upisuje se broj tekućeg računa na koji je izvršena uplata prihoda
- Ostalo



Podaci o vrstama prihoda

- Redni broj prihoda
- Šifra vrste prihoda – Šifre su definisane u Katalogu šifara prihoda Poreske uprave prema vrsti ugovora ili statusu poreskog obveznika. Primer konstrukcije šifre: 101601000 - drugi prihodi zaposlenog lica, 105602000 - drugi prihodi nezaposlenog lica, 101303000 – prihodi od autorskih prava zaposlenog lica, 105304000 - prihodi od autorskih prava nezaposlenog lica itd.
- Broj dana - ne upisuje se
- Broj sati - ne upisuje se
- Fond sati - ne upisuje se
- Bruto prihod – iznos uplate prihoda od strane nerezidentnog poslodavca
- Osnovica za porez – umanjen bruto prihod za normirane troškove, npr. 20% - drugi prihodi ili 34% - prihodi od autorskih prava itd.
- Obračunati porez – 20% od poreske osnovice
- Porez plaćen u drugoj državi
- Porez za uplatu (4.8 - 4.9)
- Osnovica za doprinose – Kod prihoda van radnog odnosa osnovica doprinosa je jednaka poreskoj osnovici i kod njihovog obračunavanja ne primenjuje se najniža ni najviša osnovica doprinosa.
- Doprinosa za PIO – 25.5% od osnovice doprinosa
- Doprinosa za zdravstvo – 10.3% od osnovice doprinosa
- Doprinosa za slučaj nezaposlenosti – ne plaća se



Kada se prijava uredno popuni, obračunaju porezi i doprinosi, sve se sumira u redu UKU-PNO.

U slučaju **prijave koja je predata sa zakašnjenjem**, obračunava se kamata na javne prihode i upisuje se prema vrsti dažbine, dakle računa se posebno za porez, za PIO, za zdravstvo i tako se upisuje u prijavu. Kamatu će iskazati i Poreska uprava pri predaji prijave, što znači da poreski obveznik ne mora prvobitno da je obračuna, nego će je uneti u prijavu tako što će iznose prepisati kad ih iskaže Poreska uprava vraćajući mu prijavu kao neispravnu. Unosom kamata i ponovnom predajom, prijava će biti ispravna i proknjižena.

Kada se **PP OPO predaje elektronski**, pri potpisivanju prijave vrši se programska kontrola formalne i matematičke tačnosti iskazanih podataka. U slučaju nepravilnosti u prijavi ista će biti odbijena i dobiće se lista grešaka po čijem ispravljanju je ponovo šaljemo Poreskoj upravi. Kada Poreska uprava potvrdi prijem i tačnost, dodeliće prijavi identifikacioni broj, dodeliće i broj odobrenja za plaćanje poreskih obaveza po toj prijavi, popularno BOP, i dati ostale instrukcije vezane za plaćanje putem obaveštenja. Plaćanje se može izvršiti gotovinski i bezgotovinski.

Plaćanje se vrši putem naloga za uplatu:

Uplatilac: Poreski obveznik, adresa

Svrha uplate: PPOPO 10/2020 (npr)

Primalac: Poreska uprava

Šifra plaćanja: 154 (gotovinski), 254 (bezgotovinski) – Gotovinsko plaćanje može da se vrši samo na šalterima Trezora, nikako u Pošti ili banci.

Račun primaoca: 840-4848-37

Model: 97



Poziv na broj: BOP dodeljen od strane Poreske uprave

Sumarno posmatrano, u slučaju da je reč o **nezaposlenom licu**, od ukupnog prihoda se mora izdvojiti 44,64% za dažbine. Za frilensera kome je uplata dodatni izvor prihoda, jer je **u radnom odnosu**, ta obaveza iznosi 36,4%.

Suštinski posmatrano, ako frilenser ima 20 uplata mesečno, on mora da napravi 20 poreskih prijavi, jer sumiranja uplata mogu biti samo na dnevnom nivou. U slučaju da to ne može sam da uradi, mora da angažuje **računovođu**, što će rezultirati dodatnim troškom.

Država, u svakom slučaju, može imati uvid u ostvareni prihod pojedinca, u skladu sa propisima može da potražuje porez retroaktivno u razdoblju od 5 godina. Opcija da frilenser kao rezident ostvaruje prihode, a ne plaća dažbine državi u kojoj živi, može imati veoma loš ishod. Naime, fizičko lice koje izvrši utaju poreza veću od 1.000.000,00 rsd je učinilo krivično delo i ono se kao takvo sankcioniše jednom do pet godina zatvorske kazne.

Kada se sagleda celina, dugoročnost poslovanja, stalnost prihoda, plan razvoja, izvori finansiranja i slično, nije teško zaključiti da je **bolje otvoriti firmu**, pa knjižiti i prihode i rashode, a ne samo prihode, i na njih plaćati državi pripadajuće dažbine.

Načini regulisanja obaveza prema državi

Fizičko lice može da obavlja frilens poslovanje, s tim da reguliše svoje obaveze prema državi.



Tri su načina:

- **Preduzetnik – paušalac**
- **Preduzetnik – samooporezujući** – oporeziva razlika prihoda i rashoda, lična zarada
- **Osnivač privrednog društva, društva sa ograničenom odgovornošću** – smanjena operativnost, skupo u eksploataciji

Svaka od ove tri mogućnosti ima svoje **prednosti** i **mane**, svoje obračune isplativosti, koji umnogome zavise od **veličine prihoda**, **životnih planova**, **mobilitnosti** i sl.

Preduzetnik – paušalac

Prvi korak rešavanja problema je **otvaranje firme**, odnosno, podnošenje prijave **APR-u** za registraciju osnivanja **privrednog subjekta** i registraciju u **Jedinstveni registar poreskih obveznika**.

Naknada za osnivanje **preduzetnika** je 1500,00 dinara i uplaćuje se na tekući račun APR-a 840-29770845-52 sa pozivom na broj po modelu 97 koji se sračunava na sajtu APR-a.

Formular prijave je jednostavan i uglavnom se popunjavaju osnovni podaci: sedište firme, podaci iz lične karte preduzetnika. Ono što je bitno je da **naziv firme** ne sme da dovede u zabludu, odnosno da postoji bar 5 karaktera razlike u odnosu na slične postojeće nazive u Registru.



Sledeće što mora biti jasno definisano je **pretežna delatnost firme**, a ista se bira iz **Uredbe o klasifikaciji delatnosti** koja se nalazi u delu **Propisi** na sajtu **APR-a**.

U formularu prijave preduzetnik se odmah opredeljuje da li će biti paušalac ili preduzetnik sa ličnom zaradom i da li će poslovanje od samog starta biti u PDV sistemu.

Rešenje da je firma otvorena se objavljuje na sajtu APR-a i preduzetnik je dobiva na naznačeni način u prijavi (mejl, na kućnu adresu, na adresu sedišta, u PJ APR-a) u roku od 2-5 dana.

Sledeći korak je **otvaranje tekućeg računa u banci**.

Preduzetnik koji se opredelio za paušalno oporezivanje treba da na sajtu **e-porezi** putem elektronskog sertifikata dostavi **poresku prijavu PPDG – 1P** za **početak obavljanja delatnosti**.

Na sajtu **e-porezi** nalazi se **kalkulator paušalnog poreza i doprinosa**, čijim popunjavanjem preduzetnik može da vidi kolike će mu biti obaveze. Za uobičajene frilens delatnosti iznos dažbina se kreće od 25000,00 do 35000,00 rsd. Koliki će tačno iznos biti, zavisi od godina, lokacije gde se delatnost obavlja, proseka prihoda u toj struci za taj lokalitet i sl. Preduzetnik može da bude paušalno oporeziv do 6.000.000,00 rsd prihoda, nakon tog iznosa postaje samooporezujući preduzetnik ili preduzetnik-knjigaš. Period posmatranja prihoda za graničnu vrednost paušala je kalendarska godina.



Samooporezujući preduzetnik

Samooporezujući preduzetnik koji se nije opredelio za ličnu zaradu plaća poreze i doprinose na osnovicu poreza na dohodak građana, odnosno, oporezivu dobit. Iznosi poreza i doprinosa su procentualno vezani za oporezivu dobit, tj. osnovicu:

1. Doprinos za PIO – 25.5% od osnovice doprinosa
2. Doprinos za zdravstvo – 10.3% od osnovice doprinosa
3. Doprinos za slučaj nezaposlenosti – 0.75% osnovice doprinosa
4. Porez na samostalnu delatnost – 10% osnovice poreza

Obračun je takav ako je reč o **osnovici većoj od minimalne godišnje osnovice**, a ako nije tako, država je definisala **institut minimalne godišnje osnovice doprinosa** koji za 2020. godinu iznosi 309.612,00 rsd. Što znači da ako je oporeziva dobit manja od tog iznosa ili je preduzetnik u poslovanju gubitaš, ipak će plaćati doprinose, ali na iznos koji je država propisala kao minimalan. Porez se plaća na ostvarenu oporezivu dobit ili se ne plaća ako je poslovanje gubitaško.

Za **preduzetnika koji se opredelio za isplatu lične zarade** minimalna mesečna osnovica za plaćanje doprinosa je 25801,00 rsd u 2020. godini, a u 2021. iznosi 28402,00 rsd. To bi značilo da će po obračunu na minimalnu osnovicu doprinosa biti plaćeno za PIO 7243,00 rsd, za zdravstvo 2925,00 rsd i za nezaposlenost 213,00 rsd. Neoporezivi iznos je 18300,00 (za 2021) i njime se umanjuje osnovica poreza, tako da porez na ličnu zaradu iznosi 1010,00 rsd. Ukupne mesečne dažbine iznose 11391,00 rsd. Neto zarada koju



država priznaje kao trošak po tom osnovu je 17011,00 rsd, uz uslov da stvarno bude i isplaćena. Još postoji porez na samostalnu delatnost i on iznosi 10% oporezive dobiti, odnosno ako je akontacija poreza u pitanju, onda planirane dobiti.

Iznos lične zarade može biti i veći, što zavisi od interesa preduzetnika: kredit od banke, veće uplate u PIO fond i sl.

Postoji još jedna obaveza za sve preduzetnike od 2019. godine, a to je **dostavljanje finansijskih izveštaja Registru finansijskih izveštaja pri APR-u**. Izveštaji i dokumentacija se dostavljaju u elektronskom obliku, putem posebnog informacionog sistema Agencije, potpisani kvalifikovanim elektronskim potpisom preduzetnika, tj. zakonskog zastupnika. Naknada za dostavljanje finansijskog izveštaja iznosi 500,00 rsd uplaćenih na tekući račun APR-a 840-29770845-52 sa pozivom na broj po modelu 97 koji se sračunava na sajtu APR-a.

Promenom životne situacije ili nemogućnošću bavljenja poslom stvara se problem šta činiti sa firmom. Jednostavno, podnosi se APR-u **prijava promene podataka sa dodatkom broj 06 – prekid i nastavak obavljanja delatnosti preduzetnika**. Uz prijavu se prilaže uplatnica naknade od 750,00 rsd uplaćena na tekući račun APR-a 840-29770845-52 sa pozivom na broj po modelu 97 koji se sračunava na sajtu APR-a.

Tim postupkom se **obustavljaju dalje poreske obaveze**. Nakon toga potrebno je na sajtu Poreske uprave podneti prijavu **PPDG-1S** za period do početka mirovanja i time obračunati sve obaveze do trenutka **mirovanja poslovanja**.

Ako preduzetnik, nakon stavljanja firme u mirovanje, reši da ne nastavlja delatnost, onda treba da **obriše firmu iz registra privrednih subjekata**. Za to će podneti **prijavu brisanja APR-u**. Uz prijavu se prilaže uplatnica naknade od 1200,00 rsd, i dve original potvrde o izmirenim obavezama javnih prihoda od strane nadležne organizacione jedinice Poreske uprave RS i poreske administracije nadležne jedinice lokalne samouprave. Da bi se dobili ovi dokazi, potrebno je podneti zahtev nadležnoj organizacionoj jedinici Poreske uprave RS i poreskoj administraciji nadležne jedinice lokalne samouprave uz plaćanje propisanih taksi od 640,00 i 270,00 rsd. **Ako je preduzetnik bio u PDV sistemu**, potrebna je potvrda Poreske uprave da je preduzetnik brisan iz registra PDV obveznika. Nakon podnošenja dokumentacije rešenjem APR-a **firma je obrisana**.

Jedna važna napomena je da **preduzetnik za poslovanje odgovara svom svojom imovinom**, što znači da, **iako je firma obrisana, ako obaveza nije zastarela, poverilac može da naplati dug**.

Osnivač društva sa ograničenom odgovornošću

Fizičko lice može da legalizuje svoje poslovanje putem **osnivanja društva sa ograničenom odgovornošću**. Kakav je to ustvari oblik organizovanja?

Po definiciji, **društvo sa ograničenom odgovornošću** (u daljem tekstu **DOO**) je društvo

u kome jedan ili više članova društva **imaju udele u osnovnom kapitalu društva**, s tim da članovi društva **ne odgovaraju za obaveze društva, osim do iznosa unetog uloga u imovinu društva**. DOO spada u društva kapitala. Osnovni kapital društva iznosi najmanje 100,00 dinara. Članovi društva mogu biti fizička lica i druga privredna društva, odnosno privredni subjekti.

Registraciona prijava osnivanja društva se podnosi APR-u uz naknadu od 4900,00 dinara. Naknada od 1000,00 rsd se uplaćuje za registraciju i objavljivanje osnivačkog akta društva. Model osnivačkog akta Društva se nalazi na sajtu APR-a u primerima dokumentacije ili može da se napravi sopstveni akt osnivanja, nevezano za predloženi model.

Osnivački akt mora da sadrži:

1. poslovno ime i sedište društva
2. pretežnu delatnost društva
3. lično ime i prebivalište, odnosno poslovno ime i sedište članova društva
4. ukupan iznos osnovnog kapitala društva
5. iznos novčanog uloga, odnosno opis nenovčanog uloga svakog člana društva
6. vreme uplate, odnosno unošenja uloga u osnovni kapital društva
7. udeo svakog člana društva u ukupnom osnovnom kapitalu izražen u procentima
8. određivanje organa društva i njihovih nadležnosti



Nadležnosti organa društva su određene **Zakonom o privrednim društvima**.

Skupštinu društva čine svi članovi društva, a društvo zastupa **direktor** koga imenuje skupština društva.

Osnivački akt društva se **overava kod notara** pa je stoga potrebno pre overe dobro proveriti **naziv** budućeg društva jer on ne sme da bude identičan ili sličan nekom već registrovanom društvu. Ne sme da dovodi u zabludu izgovorom naziva ili da upućuje na neko drugo registrovano društvo.

Uz registracionu prijavu se prilaže overen osnivački akt, potvrda iz banke o uplaćenom osnovnom kapitalu, očitane lične karte članova i uplatnica naknade od 5900,00 rsd uplaćena na tekući račun APR-a 840-29770845-52 sa pozivom na broj po modelu 97 koji se sračunava na sajtu APR-a.

Za **elektronsko registrovanje društva** potrebno je imati: kvalifikovani elektronski sertifikat, overen osnivački akt, očitane lične karte članova i uplatnicu naknade od 4500,00 rsd.

U slučaju da je član društva nezaposlen, za njega moraju da se plaćaju doprinosi na minimalnu osnovicu doprinosa svakog 15-og u mesecu putem PPOD-O prijave. Takođe, obaveze za PIO se plaćaju i za člana društva koji je i zastupnik (direktor ili ostali) iako je osiguran po drugom osnovu. **Za zaposlenog člana u svom privrednom društvu** plaćaju se obaveze po osnovu zarada zaposlenih, i to iz zarade i na zaradu, odnosno na teret zaposlenog i na teret poslodavca.

Obaveze na teret zaposlenog:



- doprinos za PIO – 14% bruto zarade
- doprinos za zdravstvo – 5,15% od bruto zarade
- doprinos za slučaj nezaposlenosti – 0.75% bruto zarade

Porez na zarade – 10% osnovice poreza (bruto zarada umanjena za neoporezivi iznos koji za 2021. godinu iznosi 18300,00 rsd)

Obaveze na teret poslodavca:

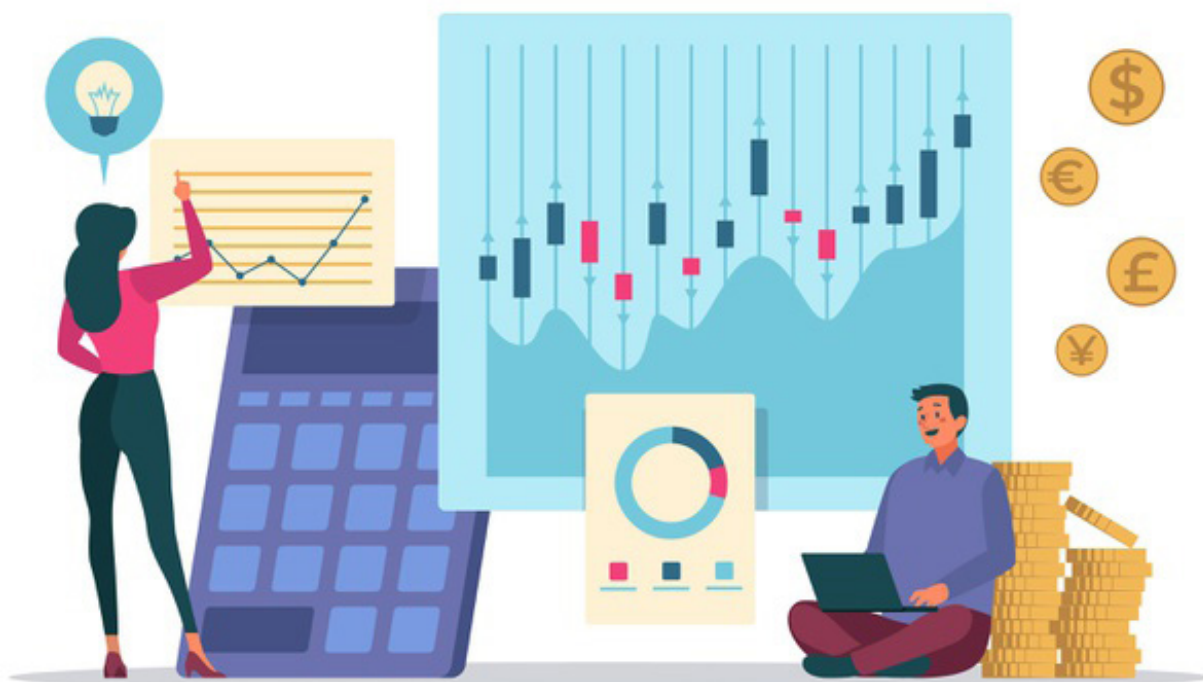
- doprinos za PIO – 11,5% bruto zarade
- doprinos za zdravstvo – 5,15% od bruto zarade

Suštinski, sve obaveze plaća poslodavac, samo se na gorenavedeni način iskazuju.

Postoji **obaveza dostavljanja finansijskih izveštaja Registru finansijskih izveštaja pri APR-u**. Izveštaji i dokumentacija se dostavljaju u elektronskom obliku, putem posebnog informacionog sistema Agencije, potpisani kvalifikovanim elektronskim potpisom zakonskog zastupnika. Naknada za dostavljanje finansijskog izveštaja iznosi za mikro privredna društva 1200,00 rsd uplaćenih na tekući račun APR-a 840-29770845-52 sa pozivom na broj po modelu 97 koji se sračunava na sajtu APR-a.

Razlika između poslovanja putem preduzetničke firme i putem privrednog društva sa ograničenom odgovornošću

Razlika između poslovanja putem preduzetničke firme i putem privrednog društva sa ograničenom odgovornošću je ogromna.



Prednosti poslovanja kao preduzetnik ogledaju se u sledećem:

- bolje za otpočinjanje poslovanja (brže, jednostavnije)
- manji porez
- manje naknade
- nema overe dokumenata
- novac sa tekućeg računa se uvek može podići
- moguć je privremeni prestanak rada
- kazne za prekršaje su od 2 do 10 puta manje

Nedostatak poslovanja kao preduzetnik je što **odgovara za poslovanje svom svojom imovinom**.

Prednosti poslovanja kao DOO ogledaju se u sledećem:

- odgovara za obaveze iz poslovanja isključivo imovinom društva
- bolje se kotira kod finansijskih institucija

Nedostaci DOO su u tome što je to rigidnija, tvrđa forma, veći porezi (15%), novac je imovina društva, a ne osnivača, na isplatu dividendi ide još 15% poreza, veće kazne za prekršaje, likvidacija traje više od 120 dana.



Nije teško zaključiti da će se fizičko lice koje ima profesiju i radi usluge opredeliti da bude preduzetnik. Nakon osnivanja, ako postoji interes, preduzetnička firma može osnovati DOO, obrnuto ne može. Na taj način bi novi DOO postao pravni naslednik preduzetničke firme.

Subvencije i druge pomoći države

Odnos preduzetništva i države je interaktivan proces. Ako se sve planira kako treba, može se uklopiti otvaranje firme sa **konkursima kod Nacionalne službe za zapošljavanje**. Uglavnom se za obavljanje usluga dobijaju **nepovratna sredstva** u iznosu (do 2020) od 200.000,00 do 220.000,00 rsd. Obaveza je da firma bude otvorena godinu dana.

To je otprilike dovoljno za plaćanje minimalnog iznosa dažbina, taksi i naknada na godišnjem nivou. Znači da **osnivač firme može da dobije novac od države za otvaranje firme**, plati svoje obaveze u minimalnom iznosu i nakon godinu dana, ako uvidi da mu je ista teret, zatvori je. Pri tom nije potrošio ni dinara svoga novca. I još, ako po zatvaranju firme, lice nije našlo zaposlenje kod drugog poslodavca, treba da se ponovo evidentira kod Nacionalne službe za zapošljavanje u roku od 30 dana i ostvari pravo na naknadu zbog nezaposlenosti u trajanju od najmanje 3 meseca. Za period korišćenja naknade Nacionalna služba za zapošljavanje plaća sve pripadajuće dažbine obračunate na minimalnu osnovicu doprinosa.

Uslov da se učestvuje na konkursu je evidentiranje nezaposlenog lica kod Nacionalne službe za zapošljavanje i posedovanje sertifikata o prisustvovanju obuci koju organizuje ista služba. Obuka traje dva dana po dva sata, a tema je popunjavanje zahteva za učešća na konkursima NSZ.

Država pomaže novootvorene firme i putem start up kredita preko Fonda za razvoj Republike Srbije, odnosno, Pokrajine Vojvodine. To je široka lepeza kredita i treba ih pažljivo proučiti.

Kamate na ove kredite se kreću od 1 do 3%.

Preporuka je da se pre otvaranja firme prikupi što više informacija, potraži savet kompetentne osobe, jer nijedna konsultacija ovog karaktera ne može toliko da košta kao učinjena greška.

Korisni linkovi:

www.eporezi.purs.gov.rs

www.apr.gov.rs

www.nsz.gov.rs

www.rfapv.rs

www.fondzarazvoj.gov.rs

www.portal.croso.gov.rs

www.lpa.gov.rs

Zaključak

1. **Treba se baviti frilens poslovanjem**, ako to omogućuje profesija ili afiniteti, iz više razloga:

- unosna zarada, sigurna naplativost (sve se dešava na platformi)
- konstantno stručno usavršavanje kroz rad i obuke
- komunikacija na tom nivou, ideje, tuđa rešenja rezultiraju bogatijim životnim sadržajima

2. **Treba da postoji legalnost poslovanja**, što znači da se državi plaćaju dažbine, jer ne postoji nijedan razuman, civilizacijski razlog da se to ne čini. Izbegavanje te obaveze je rizično, mnogo više košta nego legalno poslovanje, a da ne govorimo o gubitku slobode. **Ako ne postoji mogućnost otvaranja firme, onda se poreske obaveze plaćaju po osnovu pojedinačne prijave PP OPO.**

3. **Treba osnovati svoju firmu po formi koja odgovara osnivaču.** U firmu se na početku ulaže, ali vremenom ona se razvija, raste i počinje da vraća uloženo. Firma troši naše vreme, trud, energiju, znanje, novac, traži da budemo organizovani, disciplinovani, vredni, odgovorni, ukratko, traži posvećenost. Zauzvrat, nešto što je bilo san postalo je stvarnost. To je ostvarenje cilja, nagrada, nije alhemija.



III Vodič kroz digitalni marketing

Kada ste već uplivali u frilens vode i kao frilenser/ka nudite i uzimate/dobijate poslove na frilens platformama, paralelno sa tim možete (i treba!) svoje usluge da, bilo kao fizičko ili pravno lice, **oglašavate**, gde ćemo akcenat, prirodno, staviti na **digitalno oglašavanje**.

Digitalno oglašavanje ili, popularnije rečeno, **digitalni marketing**, razuđuje se svakodnevno pojavom novih i novijih kanala komunikacije, pre svega na društvenim mrežama, a prvi među jednakima su **Facebook** i **Instagram**. No, pre nego što se upustimo u predstavljanje pojedinačnih kanala/mreža komunikacije i njihovih načina funkcionisanja, moramo da se osvrnemo na prvo i najvažnije - **Brending**.

Odnosno, pre nego što naučimo KAKO da predstavimo naše usluge, moramo da znamo ŠTA nudimo, a to se u marketingu zove **sadržaj (content** i otud i **content marketing)**, koji se isporučuje *tekstualno* kroz **pisanje (content writing, copywriting)** i *vizuelno* kroz fotografije, video snimke, banere, gifove i ostale multimedijalne formate.

Zašto je branding ključni činilac marketinga?

Zato što je **brend lice, lični identitet** preduzetnika, koji ga razlikuje i ističe u moru ostalih, pozicionira na nepreglednoj pijaci usluga i zbog koga će se potencijalni korisnici usluga, odnosno **potencijalni kupac** (eng. **lead**) odlučiti *baš* za Vaše. Naravno, važno je ono osnovno - kvalitet samih usluga, profesionalni pristup u radu, odnos cene i kvaliteta, sama potražnja za tipom usluga koje nudite i slično, ali na i uz sve to - brend daje to neophodno *dodatno ubrzanje*.

Brend (ili **mikrobrend**, ukoliko se radi o maloj firmi ili startapu) je, s jedne strane, *lice preduzetnika*, koje, s druge strane, kod **primalaca poruke** nužno izaziva *emociju* prema tom licu, doživljaj, impresiju, a potom i stav. Zato je toliko važno da se kod tog *prvog predstavljanja*, a i nadalje, *upoznamo međusobno* na najbolji mogući način. *Međusobno*, jer isto tako moramo da znamo ko su naši klijenti, da bismo znali na pravi način da *komuniciramo* sa njima.

Kako se predstaviti budućim korisnicima?

U ovom segmentu se služimo **content marketingom**, koji nam pomaže da napišemo **tekst** ili **scenario za video** koji *prodaje* naše usluge, odnosno koji će zainteresovati buduće klijente upravo za naše usluge, tj. naš brend. To su marketinški tekstovi, koji imaju presudnu moć da *zainteresuju, uzbude* i *izazovu emocije* kod primaoca poruke, a koje na prvom mestu plasiramo na našem **web sajtu (landing page/ sales page)**.

Landing page

Landing page ili **Sales page** je web stranica, gde dajemo jedan opširan opis naših usluga i nas samih - pružalaca tih usluga. To je, dakle, stranica na koju dovodimo posetioce, gde oni mogu temeljno da se informišu o usluzi, zainteresuju za nju i donesu dve moguće odluke: da *kupe/naruče odmah* tu uslugu ili da *ostave tražene podatke*, jer su zainteresovani (**prikupljanje leadova, lead gen**). Ako stranica ima za cilj da odmah kupe našu uslugu, onda to zovemo **Sales page**.

Sama web stranica mora da ima **naslov**, koji će velikom delom uticati na odluku posetilaca sajta da li će dalje čitati tekst ili ne. Naslov treba da sadrži obećanje o tome kakvu *promenu*, nabolje, će doneti to ukoliko se odluče za našu uslugu. A tekstem koji sledi treba da održavamo dalje taj visok nivo zainteresovanosti kod čitalaca, koji smo postavili naslovom. Uslugu treba, shodno tome, staviti i tekstualno i vizuelno u **kontekst**, odnosno u situacije u kojima će im ta sama usluga koristiti.

Avatar kupca

Na samom početku potrebno je da definišemo kome se tačno obraćamo, našeg "**avatara kupca**", odnosno *psihološki profil osobe koja je tipičan korisnik naših usluga*, čiju mu potrebu/problem rešava naša usluga. To je ono što je potrebno na samom početku da istražimo, pre nego što počnemo da pišemo. Od toga zavisi kakav ćemo stil pisanja primeniti, kakav dizajn, fotografije, video, i slično. Time definišemo svoju **poziciju**, koja biva polazna tačka za sve naše buduće marketinške aktivnosti.



U ovoj fazi analiziramo paralelno i našu uslugu kao proizvod, sa glavnim pitanjem koje sebi postavljamo: Koji su **benefiti** naše usluge za buduće korisnike? Da bismo u konačnoj priči povezali njihove životne situacije sa tom našom uslugom, pritom uzimajući u obzir tok misli i emocije čitalaca, te tako stekli poverenje kod potencijalnih korisnika.

SEO

Optimizacija za Google - SEO (Search Engine Optimization) je marketinška alatka koja nam pomaže da naš sajt pozicioniramo dobro u pretragama na Google-u, da nas što više ljudi lakše pronađe, i to među prvim rezultatima u pretrazi - sve se to postiže zahvaljujući dobroj optimizaciji, odabiru pravih ključnih reči.

Prvi korak je da pogledamo šta sve ljudi traže kada je u pitanju naša oblast. Alatka *Google Keyword Planner* će nam pomoći u tome da nađemo sve one fraze/**ključne reči (keywords)** pomoću kojih bi potencijalni korisnici mogli da nas nađu pretražujući Google. Kada izanaliziramo sve zapisane fraze, sledeći korak je da izaberemo onu za koju ćemo naš sajt primarno da optimizujemo. Tu osnovnu frazu trebalo bi onda da sadrže i *domen* i *title tag* našega sajta. To isto važi i za *tekst* na stranici, koji treba da sadrži sve najbitnije ključne reči i fraze, dok naslov i *opis (meta tag description)* treba pre svega da budu atraktivni, direktni i jasni.

O SEO optimizaciji možete više da saznate na sajtovima: academy.hubspot.com/courses/seo-training, seroundtable.com i dr.

Copywriting/Copy

Tekst na sajtu treba da bude *dobar, duhovit, zanimljiv i unikatan*. Jer je za većinu usluga **priča (story, otud i storytelling)** koja prodaje, koja će da privuče pažnju, pobudi emocije prema ponuđenoj usluzi, te pokrene ljude na akciju, ipak nešto najvažnije. I to treba da prati i **dizajn** sajta, a isto tako i **dizajn**, odnosno **prelom** samoga **teksta**, koji obavezno treba da podrazumeva *privlačnu, dinamičnu, preglednu, čitljivu*, jednom rečju **pitku tipografiju**: širinu reda, razmak između redova, margine, visinu paragrafa, boldovanje, izbor fontova, tipografski kontrast, odnos veličina naslova, podnaslova i paragrafa, prazan prostor...

Raznolikost mora da bude postignuta i *stilski* i *sadržajno* i *vizuelno*.

Važno pravilo pisanja teksto-va za sajt je i **pisanje kroz "inverznu piramidu"**, koja se odnosi na *strukturu celokupnog teksta*. Pravilo podrazumeva da na početku teksta idu najbitnije činjenice i



glavni zaključak, a kako tekst odmiče, idu stvari koje su manje bitne. Kod kraćih tekstova na društvenim mrežama ovo pravilo se primenjuje ne samo na ceo tekst, nego i na pojedinačne paragrafe. Tako da je preporuka da paragrafe shodno ovom pravilu treba započinjati bitnim, najprivlačnijim informacijama.

Tekst treba da podstiče na dijalog, odnosno delovanje - ne samo da informiše, već da izazove određenu reakciju (k)od čitalaca.

Neki od sajtova koji se bave ovom tematikom su: **copyblogger.com**, **copyhackers.com**, **quicksprout.com**, **copywritematters.com**.

Call To Action

Pozivom na akciju tražimo od ljudi da nešto urade – ostave nam email adresu, pozovu neki telefon, kupe uslugu. Call to action se obično nalazi na kraju landing stranice, ali može da se ponovi i više puta u samom tekstu, kada možemo da očekujemo da smo čitaoca zainteresovali za našu uslugu i pobudili mu emocije prema istoj.

Video

Prodajni video/klip (na društvenim mrežama: **Youtube**, **Facebook**, **Instagram**, **TikTok** i dr) kao forma obraćanja potencijalnim klijentima u poslednjim godinama sve više dobija na značaju. Dobro napisan **scenario** za **prodajni video** je pritom od presudnog značaja za njegov kvalitet. Scenario za video sadrži isplaniran tok priče i sve ono što će akteri u tom videu da govore.

Video može da bude dug, ali se neke priče mogu snimiti i kao kratak video od 30 sekundi. Video obavezno pritom mora da ima **titlove**.

Društvene mreže i community menadžment

Pored **web stranice**, podjednako važno je i vođenje naših stranica na **društvenim mrežama**. Sadržaj na njima ne treba samo da promoviše naše usluge, već da nudi jedan širi kontekst, koji će da *edukuje, informiše, zabavlja*... Da bismo privukli veliki broj pratilaca i doprili do što većeg broja ljudi, to treba da budu žive i *dinamične stranice*, gde je u toku stalna interakcija sa pratiocima kroz: redovne i svakodnevne objave, komentare, pravovremeno odgovaranje u porukama, ažuriranje podataka, usklađenost sa aktuelnim dešavanjima i slično. *Interakcija*, odnosno *dvosmerna komunikacija* koju ostvarujete sa posetiocima, važna je za građenje dobrog *profila* i *imidža*, a pravovremenom i ažurnom komunikacijom sa zainteresovanima iskazujemo poštovanje prema njima.

Društvene mreže treba našu uslugu i poslovanje da **prikažu iz drugog ugla**, da pokažu publici ko stoji iza brenda. Instagram je odličan da ih na opušten način upoznamo sa svim sferama posla kojim se bavimo. Kada publika zna ko stoji iza određenog brenda i kada je upućena u naš rad, ona će biti više *emotivno* vezana za naš brend, pa će samim tim rado koristiti i naše usluge.

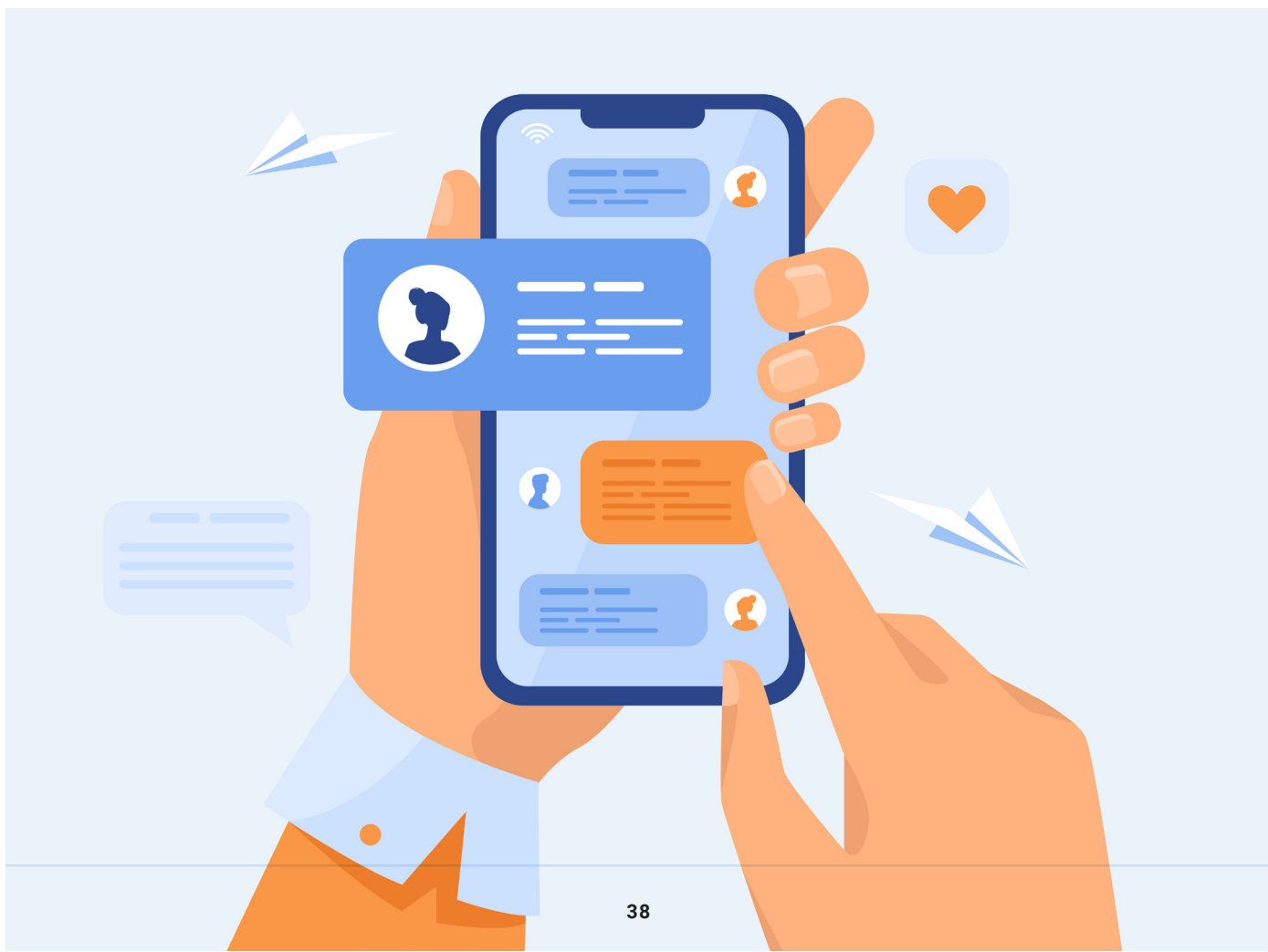
Facebook oglašavanje

Facebook stranica takođe mora da odražava *aktivnost* i živost. Polazna osnova za oblikovanje našeg obraćanja publici pritom jesu **vrednosti** našeg brenda, koje možemo da izlistamo, i iz kojih izvlačimo celokupan naš **narativ**. I umesto da sve vreme i isključivo reklamiramo naš brend, mi zapravo treba da *promovišemo te vrednosti*, povezujući ih usput nenametljivo sa uslugama koje nudimo, čime gradimo *imidž*, odnosno *brend*.

Kada želimo da platimo reklamu na Fejsuku, **bustujemo** je onoj ciljnoj grupi koja lajkuje te vrednosti, čak i izvan naše stranice. U tome će nam pomoći Fejsbukova alatka - *Facebook Ads Manager*. Fejsbuk putem svojih algoritama precizno dolazi do ciljanih korisnika, jer ih na osnovu njihovih *interesovanja*, odnosno *pretraga* na mreži, prilično dobro profiliše, čime dosežemo onaj krug ljudi koji bi mogao biti zainteresovan za našu uslugu. Nadalje možemo našu publiku da **targetiramo** na osnovu **kriterijuma**, kao što su: grad, pol, starosna grupa, način na koji kupuju i drugih, te možemo odrediti i **cilj naše kampanje**: veći broj lajkova, veći broj poseta sajtu, veći broj krajnjih interakcija sa našim profilom u smislu kupovine naše usluge i dr.

Instagram oglašavanje

Instagram je jedna od platformi na kojoj može da se gradi pomenuta reputacija brenda, jer širi svest o našem brendu, odnosno usluzi. Ona je pre svega namenjena da se na njoj dele vizuelni sadržaji - *fotografije* i *kraći video klipovi*.



Instagram poslovne stranice nam nude nekoliko načina oglašavanja: **Instagram objave**, koje se prikazuju u „Instagram feed-u“, i **Instagram story**, koji, kako samo ime kaže, mora da ima koncipiranu **priču, tok narativa**.

Preporučujemo vam da pritom povezujete vašu Instagram stranicu sa vašim stranicama na drugim društvenim mrežama, kako bi vizuelni sadržaj koji podelite na Instagramu mogao biti vidljiv na svim društvenim platformama koje koristite. S obzirom da je na Instagramu akcenat na vizuelnosti i visokoj estetici tih sadržaja, fotografije i video klipovi shodno tome treba da budu visoke rezolucije i odličnog kvaliteta.

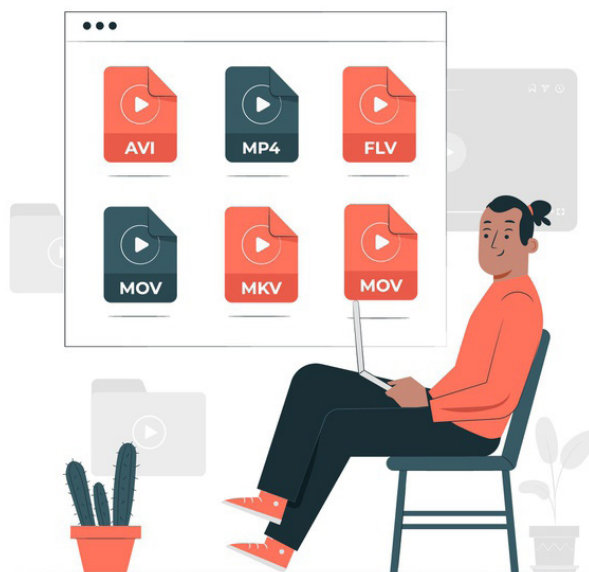
YouTube oglašavanje

Video se nametnuo kao **najefikasnija forma marketinga savremenog doba**, a pored Facebooka i **Facebook videa, YouTube**, sa preko milijardu svojih korisnika i 5 milijardi pregleda videozapisa dnevno, je društvena platforma koja itekako može pomoći pri promocijsanju i utvrđivanju brenda, te personalizaciji slike (pružaoca) usluga, pa je time praktično jedan **marketinški must!**

Preporučujemo vam da **kombinujete** sve ove **kanale komunikacije** sa vašim potencijalnim klijentima i maksimalno iskoristite moć **SEO optimizacije i promocije na društvenim mrežama** za građenje, kao i proširenje kruga klijenata koji će koristiti vaše frilens usluge.

Domaći sajtovi i blogovi gde možete da se informišete o **digitalnom marketingu**: mladenstojanovic.net, petarvasic.com, donmarkoc.com, igortomic.net, ftw.rs, default-design.com, ivanacirkovic.com, istokpavlovic.com/blog, draganvaragic.com, mozeiovako.com, webinarium.rs, ivanapetrovic.net, eniax.net, ivanbildi.com, internetimarketing.com, pioniri.com/sr/category/blog i dr.

Strani sajtovi i blogovi o digitalnom marketingu: digitalmarketer.com/digital-marketing, warc.com/, adage.com, adsoftheworld.com, copyblogger.com, psfk.com, shoemoney.com, searchenginejournal.com, marketingpilgrim.com, brandingstrategyinsider.com, blog.hubspot.com, brandchannel.com/home, wired.com, challenge.co, thecreativeleadershipforum.com/creativity-matters-blog i dr.



IV Frilenserski “burnout” i ostali psihološki izazovi

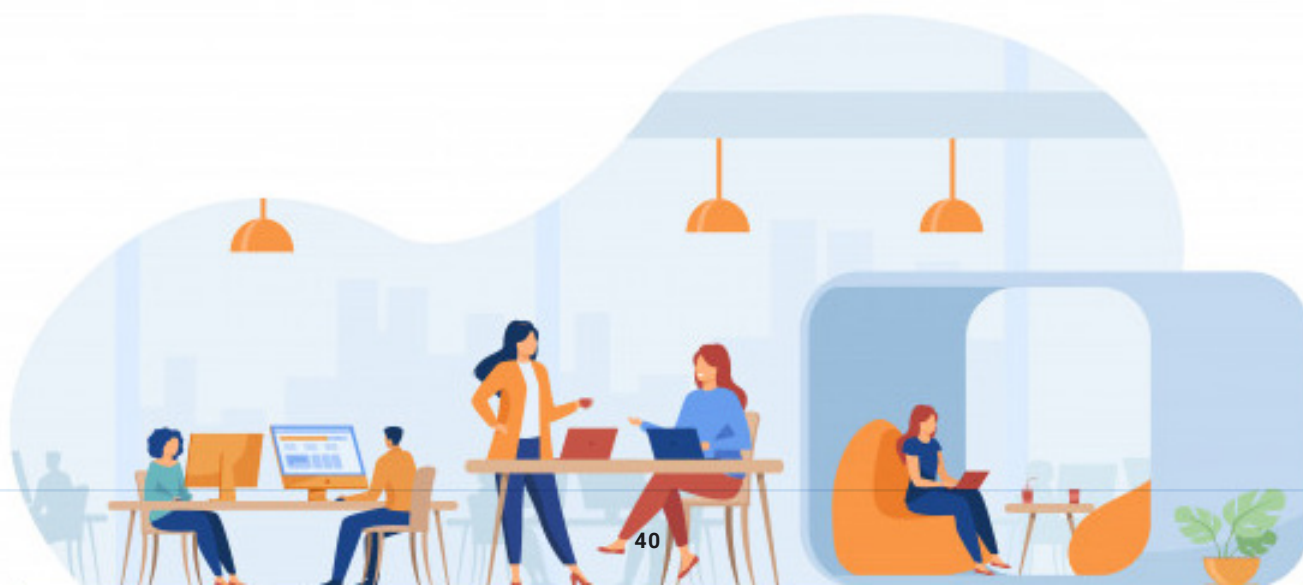
Novo doba, novi načini života i komunikacije donose i **nove oblike rada**, i u njihovim prednostima mogu da uživaju pre svega **mladi** - generacije tzv. **milenijalaca** rođenih od početka osamdesetih do početka dvehiljaditih, koje se danas *ne motivišu isključivo novcem*, koliko **dobrim odnosom sa nadređenim, poštovanjem, fleksibilnošću na radu** i slično. Frilens poslovi su nastali i skrojeni upravo tako da zadovoljavaju te njihove potrebe. Ali da prvo razjasnimo šta podrazumevamo pod frilens poslovima.

Frilens poslovi podrazumevaju **fleksibilne** i **vremenski ograničene radne ugovore, povremena** (na određeno vreme) **radna angažovanja, rad od kuće**, rad od kuće za poslodavca u drugoj državi/kontinentu ili još konkretnije, **skup različitih poslova koji se obavljaju isključivo putem interneta**.

Zašto su frilens poslovi toliko privlačni?

Puno **privlačnih prednosti** nude **frilens poslovi** onima koji se odluče na ovakav oblik radnog angažovanja:

- * **uključivanje tehnologije u biznis:** milenijalci su takozvani „**digitalni nomadi**” i oni očekuju da tehnologija koja je uključena u njihov privatni život učestvuje i u komunikaciji i inovacijama u poslu;
- * **preduzetničko okruženje koje ohrabruje istraživanje i razvijanje ideja:** kultura koja *promoviše rizik, ohrabruje učenje i eksperimentaciju* je visokopoželjna među novim generacijama;
- * **učešće u organizaciji ili timu bez stroge hijerarhije:** više nivoa hijerarhije je demotivišuće za milenijalce - oni vole da budu **deo zajednice sa ljudima koji imaju slične nivoe strasti i interese**, ali ne tako da iznad sebe imaju više nivoa menadžmenta;
- * **pružanje slobode u radu:** mogućnost da *rade po sopstvenoj zamisli, u okruženju koje sami biraju i vremenu koje im odgovara*;
- * **interesantnost poslova:** omogućavanje angažovanja na poslovima koji za njih imaju *dublji smisao i zaokupljaju njihovu pažnju*, a atraktivnost im daje i činjenica da *odstupaju od tradicionalnih okvira rada i radnog angažovanja*.



Psihološki izazovi i rizici frilens poslova

Pored pomenutih prednosti frilens poslova, koji **zadovoljavaju niz različitih socijalno-psiholoških potreba (novoga, mladog) čoveka**, te u nekim svojim aspektima pružaju i **veću psihološku dobit od standardnih oblika rada** - osećaj **autonomije (slobode)** i **kontrole** - dakle, **bazične psihičke potrebe**, ne treba prevideti ni određene izazove, pa i rizike koje ovi poslovi, takođe, nose sa sobom.

Radna samokontrola

Kada su u pitanju frilens poslovi koji se obavljaju *mimo standardnog radnog prostora*, bez šefa ili druge osobe koja neposredno nadgleda rad i ponašanje i izvan propisanog/obavezujućeg radnog vremena, veliki osećaj slobode i ličnog komfora koji oni uključuju mogu vam **poremetiti radnu samoregulaciju**.

Šta to znači konkretno? Standardno radno vreme od osam časova pruža nam *strukturu* da jasno sebe usmerimo u pravcu **rada i obaveza**, odnosno, u pravcu **slobodnog vremena** kada završimo posao. Kada nam se ne radi, u kancelariji vidimo druge ljude koji rade, kolege nam se obraćaju i *podstiču radnu komunikaciju i motivaciju*, šef se interesuje za rezultate rada i gura nas u pravcu izvršenja obaveza, pozivi klijenata i ugovoreni radni sastanci jasno ukazuju u kom pravcu treba da se ponašamo... Sve ove okolnosti nam pomažu da sebe bolje "iskontrolišemo", da sebe sprečimo da: gledamo telefon, društvene mreže, da nam misli odlutaju u pravcu drugih, zanimljivih aktivnosti.



Kada frilenseri rade sami, naročito kada posao obavljaju **u neformalnom okruženju** (npr. u sobi u kojoj se inače odmara ili gleda TV), samoregulacija nije dobra i onda ni **radno ponašanje** nije efikasno: frilenser se može prepustiti *apatiji* ili *dosadi*, **motivacija** za posao može biti *niska/nedovoljna*, mogu krenuti misli da se *odloži posao za kasnije*, da se kasni sa dogovorenim aktivnostima itd.

Kako da održavate samokontrolu?

Svi mi možemo upravljati svojim ponašanjem, mislima i emocijama, odnosno, možemo *sebe motivisati*, *postaviti lične ciljeve*, vršiti *monitoring svojih aktivnosti*, planirati strategije ka uspješnijem dolasku do cilja, vrednovati i modifikovati ponašanje koje nije produktivno. Drugim rečima, frilenseri sami treba da razmišljaju o tome *koliko su efikasni tokom dana*, *da li dobro rade svoj posao*, šta im najviše remeti disciplinu u radu i šta mogu da poboljšaju kod sebe kako bi bili produktivniji.

To mogu da postignu brojnim jednostavnim **tehnika za jačanje samokontrole**. Na primer, da u prostoru u kom rade postave vizuelne i opipljive **podsetnike**, kao što su **afirmativne vizuelne poruke** ispisane na papirima ili okačene na zid (*Ja sam dobar u svom poslu, Ono što započnem, to i završim...*), **vizuelno postavljen/napisan cilj** (*Do kraja nedelje napisati i poslati tri ponude za klijente*), ili **vizuelno postavljen nedeljni raspored rada** - u kom su čekirani zadaci koji su obavljeni (čekiranje je znak koji govori šta je urađeno, pa deluje dodatno motivišuće).

Frilenser će imati veću sposobnost da kontroliše svoje ponašanje, misli i emocije **ukoliko cilj koji je postavio procenjuje kao lično važan i značajan** i ako procenjuje da će realizacija postavljenog cilja dodatno potvrditi njegove kvalitete i sposobnosti.



Samoregulacija se često posmatra kao mišić koji treba uvežbavati, zato ne treba prevideti da će naše sposobnosti samoregulacije biti pod većim rizikom kada smo pod stresom, kada smo umorni, iscrpljeni, pospani itd. U ovim okolnostima samoregulacija će biti manje uspešna, pa postoji veći rizik da ćemo odložiti posao, odustati, pokušati da posao obavimo brzo i možda manje kvalitetno itd. To znači da je u stresu/umoru/pospanosti bolje **napraviti pauzu u radu** i sebe odmoriti, pa ponovo nastaviti rad.

Dobroj samoregulaciji pogoduje i **uklanjanje distraktora** van vidnog polja. *Distraktori* su svi elementi u radnom prostoru koji mogu odvući pažnju od usmerenosti na zadatak (telefon, televizor, buka, pogled na ulicu punu ljudi itd).

Kako da prevladamo stres?

Kada osetimo kao da nam se steže u grudima, kao da „pucamo“, kao da nam je „sopstvena koža tesna“, lupanje srca i gubljenje daha, doživljaj uzbune u celom organizmu – stezanje, toplotu, grčenje, onda je to znak da doživljavamo **stres**.

Za frilensere je karakteristično da imaju *promenljiv obim poslova*, da postoje periodi bez aktivnosti ili periodi koji su pretrpani poslom, a poznato je i da nije lako sebe stalno kontrolisati/regulisati kada nema kancelarije ili drugih ljudi oko nas. Sve ovo dovodi do *neizvesnosti, napetosti i psihičkih oscilacija*, odnosno, do *stresa*.



Tipične faze stresa bi bile:

* **faza medenog meseca:** obuhvata euforičan osećaj, uzbuđenje, entuzijazam, izazov i ponos. Svi ovi emotivni doživljaji povezani su sa započinjanjem novog posla i sa početkom rada;

* **faza punog gasa:** U ovu fazu frilenser ulazi kada dobije prve izazovne zadatke ili one koje je iščekivao da dobije. Ova faza prepoznaje se po *velikoj želji da se radi*, po energiji koja ne da da se prekine, po intenzivnom razmišljanju, dugotrajnom pregledanju ekrana/alata/programa, besomučnom traženju najboljih rešenja i slično;

* **faza hroničnog stresa:** uključuje razvoj *hroničnih simptoma* poput, neke *fizičke bolesti*, besa ili *depresije*. U ovoj fazi frilenser može imati doživljaj da nije pod stresom, s obzirom da stres duže traje, pa *napeto i napregnuto stanje organizma* doživljava kao uobičajeno stanje;

* **faza krize:** nastaje usled postojanosti stresnih simptoma koji dovode do *bolesti*. Najčešće se razvijaju hronični bolovi u leđima i/ili ramenima, tzv. *tenziona glavobolja*, visok krvni pritisak, nesаница itd;

* **faza koju prati osećaj "udaranja o zid":** nastaje usled dugotrajnog i naglašenog izlaganja stresu na poslu. Kada je organizam dugo i hronično u napetom stanju, nastaje potpuna iscrpljenost i *sindrom izgaranja (burnout)*. Ova faza može nastati i kada stres nije dugotrajan, ali kada je on povezan sa naglašeno velikim jazom između mogućnosti frilensera i zahteva posla.

Poseban oblik stresa u domenu frilens poslova odnosi se na samu tehnologiju koja je osnovno sredstvo rada. Frilenseri **ne komuniciraju** ili **manje komuniciraju** sa svojim kolegama u odnosu na poslove iz standardnog radnog okruženja. Rad sa manje izraženim socijalnim obeležjima i poslovna komunikacija koja se odvija *online* mogu izazvati osećaj **otuđenosti** koji je suprotan osećaju povezanosti među ljudima, vrlo značajnim za dobro mentalno zdravlje. Ukoliko osećaj otuđenosti potraje, on se može transformisati u osećanje **usamljenosti**.



Kako da prepoznate da tonete u usamljenost?

Ukoliko počnete da osećate da **niste dovoljno bliski sa drugim ljudima**, emocionalnu prazninu, koja vas čini nezadovoljnima, uznemirenima, tužnima, najjednostavniji i najprirodniji recept bi bio - družite se, **razgovarajte sa bliskim ljudima**, vodite računa o **kvalitetu vaših prijateljskih i porodičnih odnosa**, koje ne smete nikako da zapostavite, ma koliko posla imali.

Istraživači koji se bave stresom upozoravaju i da velika zastupljenost tehnologije u radnom okruženju podstiče *gubljenje granica između posla i drugih životnih oblasti* i povećava rizik da se **radi stalno i svuda**. U tom smislu, kod frilens poslova stres na poslu lako se prenosi na druge oblasti života i ljudima je teško da se od njega distanciraju i oporave. Zbog toga je važno da **dobro isplanirate radno vreme** i vodite računa o **svakodnevnoj ravnoteži između rada i drugih vama važnih životnih aktivnosti** (odmora, vremena sa porodicom i prijateljima, kvalitetno provedenom slobodnom vremenu).

Takođe, iako se frilens poslovi mogu obavljati u bilo kakvom okruženju, preporučujemo vam da sebi odredite jedan **radni kutak** - upravo da biste sebi olakšali uspostavljanje **granice između rada i ponašanja koje nije rad** i time ograničili prelivanje radnog stresa u druge sfere života.

Stres može da se umanj ili izbegne - evo i kako!



Stres možemo umanjiti **izbegavanjem određenih situacija, ljudi** ili **razmišljanja**. Na stresore (stresne situacije) koji su pod potpunom kontrolom treba usredsrediti svu energiju i vreme i pokušati ih rešiti. U sličnom pravcu, potrebno je da otpišemo stresore koji su potpuno van kontrole. Pravljenje **liste stresora** na koje *u potpunosti možemo uticati* – krug **Kontrola**, liste stresora koji su *delimično pod našim uticajem* – krug **Uticaj** i liste stresora nad kojima *nemamo kontrolu* – krug **Briga**, može da nam pomogne da **razlikujemo stresore** na koje *treba da se usredsredimo*, odnosno, *one koje treba otpisati*, čime ćemo **umanjiti ukupan stres**.

Kako da stres “stavimo pod kontrolu”?

Promenom toka i sadržaja misli - usmerite pažnju ka sopstvenim mislima, kako biste povećali uvid u to šta vaš misaoni tok sadrži. Kada osvestimo misli koje su aktuelne (najčešće negativne), potrebno je onda *u svest prizvati druge misli* - misli koje imaju **umirujući karakter**. Promena sadržaja misli može se postići i *izborom neke aktivnosti* koja deluje **relaksaciono**: čitanjem knjige, slušanjem muzike, gledanjem videa sa opuštajućim ili humorističnim sadržajem... U borbi protiv stresa delotvorna je i *masaža* i **fizička aktivnost** (šetnja, trčanje, vežbanje itd).

Lagano i duboko disanje može nam takođe pomoći da se smanji stres i anksioznost. Dišite duboko i zadržite dah brojeći, npr. do pet, a potom napravite dug izdisaj, takođe brojeći do pet. Ovu tehniku možete efikasno koristiti u sedećem ili ležećem položaju i možete je primenjivati u svakoj stresnoj situaciji!

Slična, laka antistres tehnika je i **samorelaksacija**. Ona uključuje *kombinaciju disanja i vizualizacije* (stvaranje *relaksirajućih mentalnih slika*). Primenom ove tehnike postiže se smanjenje tenzije velikih grupa mišića.



Osim pomenutih tehnika delotvorne su i: *progresivna relaksacija mišića*, *autogeni trening*, *biofeedback trening* itd – tehnike koje se uče i primenjuju uz pomoć psihologa.

Pravljenje rasporeda rada i pauza (fokus/obnova energije)

Stil rada kod većine ljudi uključuje naporan rad u kontinuitetu od nekoliko sati, bez pauza. Uverenje koje je u osnovi ovakvog pristupa je da će dugotrajan rad dovesti do veće produktivnosti i efikasnosti. No, dešava se suprotno. Posle dugotrajnog rada opada produktivnost, a raste stres koji iscrpi energiju toliko da se ona teško može obnoviti do uveče.

Umesto ovakvog ritma **napravite raspored vaših radnih obaveza i pauza** koji će se zasni- vati na **balansu mentalnog fokusa i obnove energije**. Preporučujemo da najpre, odnosno, ujutro, obavite najvažnije poslove koji zahtevaju najintenzivniju koncentraciju. Kako se koncentracijski maksimum kreće od 90 do 120 minuta, nakon ovog vremena neophodno je napraviti pauzu. **Pauza** može podrazumevati vežbe istezanja/protezanja, kraću šetnju ili vežbe disanja. Važno je ustati, promeniti položaj tela i smer protoka energije. Nakon ove pauze **blokovi rada** treba da budu ne duži od sat vremena. Sve ostale pauze koje dalje slede tokom radnog vremena treba da budu naglašenije i u fizičkom i psihičkom smislu – jača *promena fizičkog ritma (vežbanje)* i *promena intelektualnog fokusa* – okupiranje uma sadržajima koji su potpuno suprotni u odnosu na sadržaj posla i slično. Kako se ide ka kraju radnog dana, pauze treba da budu sve češće, a intenzitet posla sve manji.

Zanimljiva tehnika koja se često primenjuje u cilju preveniranja psihofizičkog zamora je **Pomodoro tehnika**. Ona se sastoji iz **ritmičnih ciklusa rada i pauza** i cilj joj je **povećanje produktivnosti**. Tehnika je nazvana „Pomodoro“ po tajmeru u obliku paradajza koji je korišćen za praćenje rada. Tehnika se odnosi na **podsticanje koncentracije i produktivnosti** u radu tako što se mozak uči da pravi određene **koncentracijske blokove** od po 25 minu-



ta. Tokom ovih blokova mozak funkcioniše na visokom nivou, a potom se, tokom pauza, odmara. Pomodoro tehnika je dobra i zbog toga što pomaže ljudima da *održavaju pažnju i mentalni fokus u radu*, kao i da sebe bolje regulišu u odnosu prema potrebi da proveravaju poštu, gledaju telefon, razgovaraju sa kolegama itd. Dakle, kada postoji određeni složeni zadatak ili niz zadataka, **potrebno je da se rad razdeli na kratke vremenske intervale (nazvane „Pomodoros“) koji su raspoređeni po 25 minuta.**

Konkretni koraci u primeni Pomodoro tehnike su sledeći:

- Odaberite zadatak koji treba da obavite.
- Postavite Pomodoro – merač vremena, na 25 minuta.
- Radite na zadatku dok Pomodoro ne zazvoni, a zatim stavite ček na svoj list papira. Ovo je vrlo važno jer znak čekiranja označava ne samo da je određeni zadatak ili deo zadatka realizovan, već *podstiče motivaciju*. Psiholozi kažu da potvrda da smo nešto dobro uradili – potvrda u vidu znaka ili brojke, podstiče dobar osećaj kod ljudi i deluje potkrepljujuće na njihovo dalje ponašanje.
- Odmorite se (pet minuta je u redu).
- Svaka 4 Pomodora (rad od po 25 minuta) zahtevaju dužu pauzu. Ta „duža pauza“ obično znači 15-30 minuta, odnosno, koliko god je potrebno da biste se osećali *energetski napunjeno* i spremno za početak još jedne 25-minutne radne sesije.

Mobilne antistres aplikacije takođe mogu umiriti um i ponuditi *vođene razgovore* kako bi se zaposlenom pomoglo u upravljanju stresom i anksioznošću (*Headspace* ili *Inscape* su aplikacije ovog tipa koje nude personalizovane meditacije uz pomoć telefona).

Pravljenje liste prioriteta - obično se prioriteti prave za *period od dve nedelje*. Rokove nekada nije lako ispoštovati. Takođe, i klijenti nekada menjaju svoje zahteve. Zbog svih ovih okolnosti, važno je **odrediti prioritete i podsećati sebe na prioritete**. Dakle, prioriteti ne zavise uvek od nas. Međutim, od nas zavisi koji ćemo prioritet dati poslu u odnosu na neke stvari koje su nam bitne na privatnom planu. Prioritete treba odrediti kada je *hladna glava*, jer oni zahtevaju koncentraciju i kognitivnu jasnoću. Prioriteti se određuju tako što se zadaci u okviru posla povezuju sa ulogom koju imate u organizaciji/timu, sa prioritetima kompanije i vašim ličnim ciljevima i mogućnostima. Kada se radni zadaci tako posmatraju, oni se mogu rangirati od najvažnijih (broj 1) do onih koji mogu sačekati sa izvršenjem (od 2 pa nadalje).

U tom pravcu, korisno je napraviti **to do listu** i usmeriti se na zadatke koji su direktno povezani sa postavljenim ciljevima. Oni koji su uspešni u svom poslu i uspešni u odnosu prema stresu, sugerišu da je potrebno da **upravljamo svojim fokusom**, a ne vremenom!

Dnevnik stresa

Osim pomenutih načina za upravljanje stresom, **važno je učiti o stresu, odnosno, o sebi i svom odnosu prema stresu**. Što više znamo o svom načinu reagovanja, o situacijama

koje nas “izbace iz takta”, kao i o svom trošenju tokom stresa, bićemo spremniji da menjamo svoje reakcije na stres. Dobar pokušaj učenja o sebi u stresu jeste dnevnik stresa dat u nastavku.

DATUM I VREME	SKORAŠNJI STRESNI DOGAĐAJ KOJI VAM SE DESIO	KOLIKO ZADOVOLJNO SE SADA OSEĆATE? (SKALA 0-10)	KAKVO JE VAŠE SADAŠNJE RASPOLOŽENJE	KOLIKO STE RADNO EFEKTIVNI SADA? (0-10)	OSNOVNI UZROK STRESNOG DOGAĐAJA	KOLIKO STRESNO SE SADA OSEĆATE?	FIZIČKI SIMPTOMI KOJE STE OSEĆALI	KOLIKO USPEŠNO STE UPRAVLJALI DOGAĐAJEM?
6. jun, 9.15	Šef je odložio zakazani sastanak	6	Pomalo anksiozno	8	Šef	3	Nervoza, stegnut stomak	OK - mogu se sa tim nositi
12.00	Pokvario se štampač	5	Bes	5	Dotrajalost uređaja	8	Povišen puls	Neuspešno – vi-kao sam na sebe

Važno je napraviti svoju tabelu i voditi dnevnik bar nedelju dana. Potrebno je biti iskren i svoj dnevnik stresa popunjavati neposredno posle stresnog događaja.

Psihofizički izazovi frilens poslova i kako se nositi sa njima

Rad za računarom je vrlo naporan za telo i on dovodi do novih oblika **psihofizičke napetosti**. Posledice psihofizičke napetosti na fizičko i mentalno zdravlje mogu biti vrlo ozbiljne. Na primer, *dugotrajno sedenje* i *neprirodan položaj tela*, kao i repetitivni, jednolični pokreti ruku i šake dovode do psihofizičkog zamora ruku, loše cirkulacije, bolova, pa i deformiteta, u krajnjoj meri. Takođe, *dugotrajno gledanje određenih, statičkih objekata* koji su blizu i uz odsjaje i kontraste boja i svetlosti ekrana podstiče *očni napor* i *probleme sa vidom*. Pored mišićno-koštanog sistema, oko, odnosno, čulo vida je najviše opterećeno upotrebom novih tehnologija kao osnovnog sredstva rada. Ne treba zanemariti ni psihofizički zamor - *poteškoće na kognitivnom, emocionalnom ili motivacionom planu* zbog neznatnog motoričkog angažovanja koji je karakterističan za frilens poslove.

Da biste izbegli zdravstvene komplikacije, neophodno je primenjivati sledeće:

- Praviti često kratke pauze u radu (3-5 minuta), ustati, protegnuti se, raditi vežbe istezanja za stolom;
- Nakon svakog sata rada na računaru napraviti pauzu od po 15 minuta – još je bolje ako se može otići u šetnju;
- Koristiti celu ruku, a ne samo zglobov, kada se koristi miš;
- Kucati nežno, lagano pritiskajući tipke na tastaturi. Žustro, naglašeno tipkanje podstiče bolove u šaci i prstima;
- Kada se oseti da su oči umorne (vid se muti, oči peckaju ili kreće glavobolja), prva stvar koja se može uraditi jeste da se zatvore oči 20ak sekundi i odmaraju.
- Ispiranje očiju hladnom vodom, više puta u toku dana, pri čemu su oči otvorene, osvežiće oči;
- Korisne su i vežbe za oči, posebno kod kratkovidnosti. Jedna od efikasnijih je zadržavanje pogleda na tački udaljenoj 30 centimetara, a potom usmeravanje pogleda ka predmetu koji je 100-200 metara udaljen;
- Vežbati da se trepće češće. Treptaji oka su ređi tokom gledanja u ekran, odnosno, kada su zadaci koji se rade zahtevni, pa se i oko brže suši.

PRIRUČNIK ZA IT PREDUZETNIKE

Interreg - IPA CBC
Croatia - Serbia
IT COMMUNITY REGION

