



ПРЕС КЛИПИНГ

1. март 2018.



НАСЛОВИ

За производњу гуме нема кризе (стр.3)

Веће плате и пензије од средине године (стр.6)

СЕРИЈАЛ "НОВОСТИ"Кад газда мајци није маћеха(стр.7)

Шта кочи оживљавање текстилне индустрије Србије (стр.8)

Превара родитеља пред изборе? (стр.10)

За производњу гуме нема кризе

Пише: В. Н.

Хемијска индустрија лане забележила раст од 16,5 одсто, а производња гуме и пластике већа је за 13,1 одсто. Скоро свака друга фирма је извозник, а скоро свака трећа остварује нето суфицит у својој међународној трговини

ПРЕРАЂИВАЧКА индустрија је лане увећала производњу за шест одсто. Међу сегментима који су уписали још бољи резултат су хемијска индустрија, са растом од 16,5 одсто, али и производња гуме и пластике са скоком од 13,1 одсто.

Сектор гуме и пластике је разноврстан, предводи га неколико гумарских гиганата и стотине малих и средњих фирми. Пластиком се баве 2.054 привредна друштва, док су 362 предузећа у сектору гуме. Велика предузећа су та која су последњих година диктирала раст, а мале и средње компаније су у великој мери испратиле напредак великих.

- Сектор гуме и пластике је сектор са високим развојним потенцијалом - каже Драган Стевановић, секретар Удружења за хемијску, гумарску и индустрију неметала. - Препознат је као сектор са великим значајем за целокупну привреду, нарочито уколико се у виду има велики број малих и средњих предузећа, као и растући извоз сектора у претходним годинама. Сектор гуме и пластике је део прерађивачке индустрије, који у својим производним погонима користи различите технологије производње готових производа и полупроизвода за друге делатности, а чија је заједничка карактеристика сировина добијена од нафте - каучук и полимер. Сектор обухвата гумарску индустрију и индустрију пластике.

У производњи и преради пластике сировине се могу набавити на домаћем тржишту - у "Петрохемији" Панчево и у "Хиполу" у Оџацима. Домаћа сировина, међутим, не може да задовољи целокупну тражњу. Највећи део пластичних маса се, ипак, увози. И машине за производњу стижу из увоза, углавном из Немачке и Италије, а све чешће и из Кине. Алати се, с друге стране, набављају на домаћем тржишту или производе у сопственој режији.

- Око 40 одсто пластичних производа се извози, док се око 60 одсто дистрибуира на домаће тржиште - објашњава Стевановић. - Треба напоменути да је рециклажа пластичних производа у Србији на ниском нивоу, свега око 15 одсто се рециклира. У Европској унији се годишње у просеку рециклира 26 одсто пластичних производа.

ГУМА

И ПРОИЗВОЂАЧИ гуме махом увозе и сировину и машине. Производња производа од гуме је сектор који бележи суфицит у спољнотрговинској размени - више готових производа извеземо него што увозимо сировине. Од укупног броја отпадних гума, 70 одсто се рециклира, а 30 одсто се користи у енергетске сврхе.

- Сектор гуме и пластике се успешно опоравио од кризе и данас је врло значајан за српску привреду - каже Драган Стевановић. - Индустрија гуме и пластике доприноси бруто домаћем производу Србије са 1,2 одсто. Сектор је успео да одржи и увећа број запослених. Према последњем објављеном податку, број запослених у овом сектору је 26.248, што је за 15 одсто више него у 2016. години.

Зараде запослених су изнад републичког просека и износе у просеку за сектор гуме и пластике 53.752 динара нето. Осим по расту пословних перформанси, сектор је један од ретких у

привреди Србије који се истакао и запошљавањем и увећањем зараде, али не науштрб продуктивности. Она је наставила да расте. Сектор је растао брже од остатка прерађивачке индустрије и привреде, али и од већине својих ривала у Европској унији. Пословни приходи и вредност производње увећани су у посткризном периоду за више од 70 одсто. Сектор је на годишњем нивоу увећавао свој промет за више од девет одсто.

РИВАЛИ

САМО пет земаља у ЕУ је имало раст бржи од Србије - Румунија, Бугарска, Словачка, Пољска и Литванија. Те земље ће, укључујући и Мађарску и Чешку, у будућности бити главни ривали Србије на европском тржишту. Предузећа сектора гуме и пластике релативно су профитабилна. На један генерисани динар прихода остваре 0,15 пара добити пре опорезивања и трошкова камата и амортизације.

У Србији подела сектора на велике фирме и мала и средња предузећа и предузетнике приближно одсликава и поделу према власничкој структури и донекле делатности. Велике и средње фирме су махом у страном власништву, а највећи део активности великих компанија креира сектор производње гума за возила.

- Транзиција и промене које су наступиле 2000. године су трансформисале овај сектор. Они највећи, пре свега у производњи гума за возила, приватизовани су иностраним капиталом, постојећи мали и средњи су се консолидовали, а нови мали су настајали као приватна домаћа власништва искусних обучених радника - додаје Драган Стевановић. - Током процеса транзиције, компаније које се баве производњом гумених и пластичних производа биле су предмет приватизације. С друге стране, процес транзиције код произвођача пластичних производа ношен је стварањем малих фирми, које су отварали радници са стеченим претходним искуством у великим индустријским комплексима. Сектор се развио окрећући се ка страним тржиштима и увећавајући нето извоз, што је и даље развојни потенцијал.

ИЗВОЗ

Извоз производа од гуме и пластике растао је брже од укупног извоза Србије. Пласман у иностранство ових сектора годишње је растао 15 одсто, док је резултат читаве привреде раст од 12 одсто.

- Раст извоза гуме за возила потпуно је објашњен уласком два гиганта, која су у већ постојеће производне капацитете донела сопствену, побољшану технологију, која ствара производе високе додате вредности и таргетира купце вишег ценовног ранга у земљама Европе - објашњава Стевановић. - Амбалажа од пластике имала је најдинамичнији раст од чак 25 одсто годишње. Укупан извоз сектора гуме и пластике у 2017. години је 1,25 милијарди евра. Гума и пластика су сектори који бележе суфицит у спољнотрговинској размени, иако су високо увозно оријентисани због увоза сировина. И поред увоза сировина овај сектор има већи извоз него увоз, што ову грану индустрије чини конкурентном. Суфицит код прерађивача пластике је 20,5 милиона евра, а у гумарској индустрији чак 475,5 милиона евра.

Скоро свака друга фирма је извозник, а скоро свака трећа остварује нето суфицит у својој међународној трговини. Индустрија пнеуматика пласман своје робе остварује за тржишта Француске и Велике Британије. Пластични производи пласирају се у 80 различитих земаља. То је резултат, истиче Стевановић, знања, традиције, геополитичке позиције и структуре привреде.

- Увоз у оквиру ове делатности обилује и јефтиним полупроизводима од пластике које долазе из Кине - истиче Стевановић. - Произвођачи пластичне амбалаже тек сваки четврти динар црпе са међународног тржишта, али као значајног купца задржали су добро развијену прехранбену индустрију Србије. Једино је пластика за грађевинарство изгубила знатан део

инострани тржишта. Од укупно 30 група производа које је сектор извозио, у чак 21 је побољшана конкурентност.

ШАНСЕ

ЗАХВАЉУЈУЋИ повољној географској позицији и потписаним трговинским споразумима, привреда Србије има прилику за развој и на истоку и на западу и тренутно има слободан приступ тржишту од више од милијарду потрошача. Пет највећих економија ЕУ - Немачка, Француска, Италија, Велика Британија и Шпанија, уједно су и највећи потрошачи и произвођачи производа од пластике. Иако њихова тражња за пластиком расте из године у годину, производња у тим земљама не прати тренд потрошача.

- У сектору гуме и пластике, извоз је пут успеха - сигуран је Стевановић. - Стога, питање није шта треба да буде стратегија раста, већ како што више малих и средњих предузећа окренути ка извозу, а затим им помоћи да тамо опстану. Пословањем на страном тржишту, просечна предузећа ће расти драстично брже, запошљавати више људи, доносити више профита и на крају крајева бити одрживија. Производња за специфичну индустрију и познатог купца-фирму је развојна шанса сектора јер су купци захтевни и често мењају захтеве и у том прилагођавању купцима је истинска шанса за флексибилна мала и средња предузећа. Ти познати купци су махом концентрисани у пет прерађивачких сектора који у највећој мери користе производе гуме и пластике и детерминишу њихов раст.

Прехрамбена индустрије је први купац. Очекује се раст и фармацеутске индустрије, а тренутна покривеност је на релативно ниском нивоу. Та два сектора управо откривају тражњу за производом који је и једна од највећих шанси српског сектора пластике - амбалаже.

- Квалитет производа је фактор који знатно утиче на развој неког сектора и не смемо га занемарити. Без одређеног прописаног нивоа квалитета, фирма не може ни да се бори у конкурентској утакмици - тврди Стевановић. - Ценовна конкурентност је тренутно кључна предност Србије. Носиоци конкурентности у дугом року не могу и не треба да буду ниска цена радне снаге и ниски трошкови електричне енергије. Иновација је један дугорочни кључ конкурентности. Што мања цена и што виши квалитет се све више подразумевају, док је иновација оно што у све већој мери раздваја производе једне од других. С обзиром на високо учешће транспортних трошкова у калкулацији цене финалног производа, близина тржишта утиче на конкурентност и ту Србија има предност у географском положају.

АДУТИ КОНКУРЕНТНОСТИ

ЦЕНА, доступност и квалитет радне снаге, енергената и транспорта су кључни фактор конкурентности међу улазним ставкама у индустрији гуме и пластике. Србија има ниже трошкове радне снаге и енергената, упоредиве трошкове транспорта, што јој омогућава да буде при самом врху европске лествице продуктивности.

- Укупна производња Србије је, ипак, ниска. Пољска, Чешка, Мађарска, Румунија и Словачка су апсолутни лидери, и поставља се питање у којој мери су кључни инпути доступни и довољно квалитетни за потенцијални увећани обим производње - сматра Драган Стевановић. - Стога, доступност и квалитет радне снаге, а затим и електричне енергије, представљају кључне вертикалне факторе које треба тангирати како би дошло до раста производње и конкурентности у сектору.

НИСКЕ ЦЕНЕ

СРПСКЕ фирме могу да буду ценовно конкурентније од ривала из окружења с обзиром на то:

- да је јединична увозна цена гранулата у Србији нижа него код већине нечланица ЕУ конкурентата;

- да су трошкови радне снаге у Србији у сектору гуме и пластике међу најнижима у Европи, што је осетна предност српских произвођача;
- да су трошкови електричне енергије за индустрију међу најнижима у Европи.

ЦИРКУЛАРНА ЕКОНОМИЈА

КРОЗ успостављање циркуларне економије, гума и пластика се могу и након употребе користила као ресурс за сопствену производњу и производњу у другим делатностима. Успостављањем циркуларне економије, која је продужена рука сектора, заокружио би се процес производње, повећала заштита животне средине и директно би се смањила увозна зависност од сировина.

Србија би овај период, обележен брзим растом и пробојем на страна тржишта, на бази ниске почетне основе, јефтиније радне снаге и цене струје, требало да искористи за паралелна улагања у технологију и иновације које би саме производе учинила конкурентнијим.

НАЈВЕЋИ ПРОБЛЕМИ

ГЛАВНИ изазови сектора гуме и пластике

- Нелојална конкуренција, фирме које послују у сивој зони. Пословањем у сивој зони, непријављивањем радника и избегавањем плаћања пореза директно се ствара нефер тржишна утакмица. Те компаније су трошковно и ценовно конкурентније;
- Неадекватна инфраструктура, пре свега енергетска, и недостатак подршке развоју бизниса;
- Застарела технологија и ниске инвестиције;
- Недовољно доступна и обучена радна снага;
- Недовољна повезаност и видљивост фирми.

СТИЖУ ИНВЕСТИЦИЈЕ СА СВИХ МЕРИДИЈАНА

ДИРЕКТНЕ стране инвестиције у овај сектор су у 2017. години биле на завидном нивоу. Према последњим објављеним подацима за прва три квартала у сектор гуме и пластике уложено је 73,1 милион евра.

- Пример једне од најуспешнијих приватизација у држави је приватизација компаније "Тигар", који је у власништву "Мишлена", и који генерише око 50 одсто прихода у производњи гуме - каже Драган Стевановић. - "Тигар тајерс" се може означити као један од успешнијих примера приватизације, јер је фирма окренута ка извозу, више од 300 милиона евра и увећала је број запослених. Тренутно их је 3.500.

Стране директне инвестиције у компоненте од гуме и пластике - "Мишлен", "Купер тајерс", "Митас", "Купер стандард", "Сигит", "Мекапласт", "АД Пластик", "Контитек", "Теклас", "Хачинсон", "Конфециони Андреа", "Норма груп", "Колектор", "Мањети Марели". Стране директне инвестиције у остале компоненте и делове - "Промо Магнето", ПМЦ, "Магна", "Бауерхин", "Џонсон контролс", "Аунде"...

Веће плате и пензије од средине године

Ј. Ж. С.

Министар Зоран Ђорђевић на отварању Сајма за треће доба. Повећана и уплата доприноса у пензиони фонд

ПЕНЗИЈЕ и плате запослених у јавним службама могле би да буду повећане средином ове године јер су приходи државног буџета у јануару били бољи од очекиваних. Ове године ћемо мање дотирати ПИО фонд, јер је уплата доприноса већа у првом месецу, али ћемо сачекати

средину године да направимо пресек - рекао је Зоран Ђорђевић, министар за рад, запошљавање, борачка и социјална питања данас на отварању Сајма за треће доба.

Он је нагласио да је друштвена одговорност према најстаријим грађанима приоритет Владе и да мора да буде на највишем нивоу.

- Влада је 2014. суштински променила однос према свим грађанима, а посебно према најстаријима и особама с инвалидитетом - рекао је министар. - Почели смо да убиремо прве резултате реформе, али оне још нису завршене. Изазови су велики, али верујем да ће се заједничким залагањем успети у спровођењу реформи.

Расим Љајић, министар тровине, туризма и телекомуникација је истакао да Влада жели да повећава пензије из године у годину.

- Нема реалне социјалне политике без повећања инвестиција и јаке економије, јер је све друго социјална помоћ коју пензионери не желе - рекао је он.

СЕРИЈАЛ "НОВОСТИ"Кад газда мајци није маћеха

Пише: Ј. Ж. СКЕНДЕРИЈА

Како да нас буде више (3): Послодавци који примењују мере за подстицање наталитета међу запосленима су ретки, али ипак постоје

РАЂАЈТЕ децу, чека вас радно место и када се вратите с породилског одсуства, ово је била једина порука коју је руководство "Металца" из Горњег Милановца упутило женама у фирми када је почела примена мера за подстицање наталитета. После 11 година могу да се похвале и добрим резултатима: број новорођених беба порастао је са 25 чак на 64 у години за нама. Како каже Драгољуб Вукадиновић, председник Управе "Металца", искуства из њиховог окружења, где жене по неколико година раде на одређено време, утицали су на то да се позабаве тим проблемом.

- Од 2.100 запослених, њих око 900 су жене - говори наш саговорник. - За прворођено дете свака од њих од фирме добије 1.000 евра, за друго 2.000, за треће 3.000. На годишњем нивоу, за сву рођену децу издвајамо од 120.000 до 140.000 евра, али резултати су одлични.

То, међутим, није све: од Општине Горњи Милановац, мајке добијају за свако новорођено дете креветац или душек, док се за свако наредно добија новац за куповину беби-опreme. Овакви примери у Србији су, нажалост, ретки, и могу се избројати на прсте једне руке. Међутим, када има добре воље, послодавци и запослени лако пронађу заједнички језик.

У истраживању које је недавно урадило министарство на чијем је челу проф. др Славица Ђукић Дејановић, ставови послодаваца и запослених узети су као веома важни за сагледавање ефеката постојећих законских решења и за креирање нових политика и мера у области рада и популационе политике, којима може да се унапреди систем подршке породицама. Показало се да су подршка државе, породице и послодаваца неопходни за остваривање људи у области родитељства. Та подршка није само финансијске природе, већ задире и у многе друге сегменте. Те подршке, међутим, готово да нема.

- По важећем Закону о раду, запослени може сам себи да одреди "радно време", посебно ако је реч о креативним занимањима - кажу у Министарству. - Може да бира део дана који је најповољнији у интересу детета и када не постоји проблем збрињавања наследника. Тако је у радним активностима креативнији, продуктивнији, речју, бољи и за послодавца.

Једина 100 одсто породична српска компанија "Нектар" је своју приврженост породици претходних година показала на делу. Да роде код њих све чешће слећу, говори податак да је у

прошлој години за трећину повећан број запослених жена на породилском у односу на претходну.

- Када се врате на посао, мајке имају флексибилно радно време, могу да раде од куће или да изађу раније, што им даје неку врсту сигурности - каже Мина Тадић, директорка маркетинга у "Нектару". - За мајке смо увели и пакете који обухватају наше производе, као и ваучере за беби-опрему, које добијају од тренутка када остану у другом стању па све до после порођаја.

Ова компанија планира да следеће године отвори вртић за запослене мајке, као још један вид помоћи. Да се прича о наталитету не завршава само у њиховој фирми, показује податак да су из своје касе прошле године издвојили 25 милиона динара за реконструкцију одељења за вантелесну оплодњу у београдском ГАК "Народни фронт".

Поменуто истраживање Министарства показало је да је "Нектар" један од ретких примера добре праксе у Србији. Тек сваки пети послодавац обезбеђује клизно радно време, његову прераспodelу сваки трећи газда, а свега 10 одсто њих омогућава запосленим родитељима да раде од куће. Иако све те опције постоје у Закону о раду. С друге стране, највећи број запослених је од свих понуђених опција највишу оцену дао "клизном радном времену". Следе - избор смене, рад од куће и прераспodelа радног времена.

Послодавци су се, међутим, изјаснили да би их одређене стимулативне мере додатно мотивисале у усклађивању рада и родитељства. Највише њих, 56 процената, сматра да су пореске олакшице најприхватљивији вид мотивације и награђивања од стране државе.

ОЧЕВИ И ОДСУСТВО

РОДИТЕЉСКО одсуство користи само 17,3 одсто очева. Велики број фирми је спреман да финансијски помаже родитеље. Многи већ обезбеђују помоћ за трошкове рођења и лечења детета, док најмањи број финансијски подстиче полазак детета у школу. Тамо где ових видова помоћи нема, газде се правдају да им држава не даје пореске олакшице.

НЕМА СЛУХА ЗА ОБДАНИШТА

ПРЕМА подацима спроведеног истраживања, више од половине послодаваца није у могућности или још увек није препознало потребу да својим запосленима обезбеди отварање вртића и да на тај начин повећа њихово задовољство, а тиме и продуктивност рада, што за крајњи резултат има повећање профита или остваривање бољих пословних резултата. Већина запослених родитеља који имају децу предшколског узраста уписује их у обданиште, док око трећина њих организује чување деце на други начин. Малишани су најчешће у вртићима који се налазе близу стана, док је 13 одсто родитеља сместило децу у предшколску установу која је лоцирана близу фирме у којој ради један од родитеља.



Шта кочи оживљавање текстилне индустрије Србије

Иако млади у Србији воле да „терају“ моду ретко се опредељују за шивачки занат – више их занима дизајн.

А управо је недостатак квалификованих текстилних радника од кључног значаја за заокрет са садашњих послова дораде текстила ка производњи сложенијих комада. На то указују сви доступни подаци о индустрији текстила, одеће, коже и обуће, која учествује са 10 одсто у спољнотрговинској размени и запошљава, углавном, женску радну снагу.

– Посебно је дефицитарно занимање шивач. Млади, очигледно, нису довољно мотивисани да се образују за то занимање које, узгред, доноси скромну зараду, која је за 48,5 одсто нижа од републичког просека. Више су заинтересовани за текстилни, модни или графички дизајн, односно желе да науче цртање конструкције и моделирање одеће, пошто им та вештина доноси већу зараду. Због тога је Привредна комора Србије, 2013. године, започела активности у вези са увођењем дуалног образовања, конкретно трогодишњег образовног профила модни кројач, који обједињује послове кројача и шивача. Тај профил је укључен у систему образовања од септембра 2017. и то у Чачку, Новом Пазару, Нишу, Смедереву, Јагодини, Пријеполу, Ужицу, Лесковцу... Нови модел образовања подразумева да ученици, у првој години школовања, проводе по један дан недељно у некој од компанија, а у другој и трећој години, по два дана. Међу компанијама које су исказале велико интересовање да приме ученике на праксу су: Тиффану продуцтион, Б-Експорт, ПС Фасион и Велтех са седиштем у Чачку, затим Цонтобене и Стиг у Новом Пазару, али и друге – објашњава за Данас Ана Ђурчић Костић, саветница у Удружењу за индустрију текстила Привредне коморе Србије.

Наша саговорница наглашава да текстилну индустрију оптерећују сива економија, нелојална конкуренција и високе дажбине. Проблем представља и то што примарна производња још није ревитализована, а и сировинска база је веома слаба, због чега се више од 90 одсто сировина (тканина и предива) увози. Због те увозне зависности роба домаћих произвођача није довољно конкурентна на страним тржиштима. Охрабрује, међутим, податак да број запослених у производњи текстила, као и производњи коже и предмета од коже, бележи раст. У 2017. у производњи текстила било је запослено 11.725 људи, у производњи одевних предмета 35.718, а у производњи коже и предмета од коже 13.772, укупно 61.215 запослених.

– Имајући у виду чињеницу да у Србији не постоји производња основних тканина и помоћног материјала, могло би се рећи да је добродошао сваки озбиљан произвођач који би уложио средства у примарну производњу. У том контексту посматрано интересовање турских инвеститора може бити обострано корисно. Треба нагласити да се инвестиције у текстилну индустрију брзо враћају, а све то значајно утиче на извоз и раст бруто домаћег производа. Текстилни сектор суочава се са недостатком финансијских средстава за развој људских ресурса, маркетинг и увођење нових технологија. Предузећима у области текстила потребни су, поред финансијске подршке, и помоћ у организацији производње и набавци савременије опреме – истиче Ана Ђурчић Костић.

Према подацима ПКС, данас је текстилна производња организована у око 2.000 фирми, почев од микро, малих, средњих па до великих предузећа. У претходних десетак година, многе мале породичне фирме „израсле“ су у озбиљна предузећа са сопственим брендовима, али с обзиром на то да је српско тржиште мало, принуђени су да раде и дорадне послове. Одређени региони се издвајају према производном програму и врстама тканина и плетенина које прерађују, па је тако, рецимо, Нови Пазар познат по производњи џинса и програма од лаке трикотаже, Ариље је препознатљиво по примарној производњи и доради памучних плетенина, као и производњи одевних предмета од лаке трикотаже, веша и програма за домаћинство, а Ивањица – по производњи кошуља.

Златно доба

– Пре распада Југославије, текстил је био један од главних извозних производа са годишњим приходима од око једне милијарде долара. Већина текстилних компанија биле су лоциране на територији Србије и упошљавале су око 250.000 радника. Велике фабрике имале су прецизно дефинисано тржиште и овај период се памти као златно доба текстилне индустрије. Лоша политичка ситуација '90-их година, санкције, као и јачање конкуренције из Кине, проузроковали су пад тржишног учешћа српских текстилних фабрика. Непостојање адекватног стратешког оквира за развој текстилног сектора и одговарајуће сировинске базе, резултирали су гашењем производње у текстилним гигантима, попут 1. маја Пирот, Клуза, Железничара у

Суботици, Конфекције Рудник, Текстилне индустрије Врање – подсећа Ана Ђурчић Костић, саветница у Удружењу за индустрију текстила Привредне коморе Србије.

Стране компаније које послују на тржишту Србије

Назив компаније Град

ВаЛу – Ваљево

Фиорано – Сомбор

Бенетгон – Ниш

Грамммер – Алексинац

Гордон – Цалзедониа Суботица

Фалц Еаст – Књажевац

Модитал – Зрењанин

Магна сеатинг – Оџаци

Геох – Врање

Држава повећала износ за враћање ПДВ на беби опрему, али тај пропис никад неће бити примењен

Превара родитеља пред изборе?

Вест да је Пореска управа повећала износ који родитељи који су куповали беби опрему и храну могу да рефундирају на име плаћеног ПДВ-а и то за 2.250 динара има само маркетиншку вредност, не и стварну.

Не због тога што је повећање мало (иако јесте), већ што се никада неће применити. Последњи рок за предају захтева за рефундацију, наиме, завршен је 15. фебруара, а наредног рока, који је ранијих година био у првој половини јула – неће ни бити јер 1. јула почиње да се примењује прошле године усвојени Закон о финансијској подршци породицама са децом којим се у потпуности укида досадашњи вид помоћи родитељима, односно повраћај ПДВ-а.

Пореска управа је јуче проследила медијима информацију да ће у складу са изменама Закона на додату вредност родитељи моћи да рефундирају ПДВ за опрему и храну у износу до 77.279 динара за дете до две године, и то у првој години старости до 44.159 динара, а у другој до 33.119 динара.

Пре овог повећања максимални износ који су родитељи могли да рефундирају био је 75.029 динара. Осим тога, ПУ је обавестила родитеље и да се подиже праг зараде за неких 30.000 динара годишње, односно уместо досадашњих 1,03 милиона динара, укупан нето приход у години која претходи години у којој се подноси захтев за рефундацију мора бити мањи од 1.059.839 динара, а укупна имовина на коју плаћа порез мања од 25.833.585 динара.

Од бироа за информисање Пореске управе ком смо јуче упутили питање да ли то значи да ће, упркос ранијим најавама и новом Закону, ипак, бити наредног рока, нисмо добили одговор. У контакт центру ПУ за пореске обвезнике, након кратке провере, службеница нам је рекла да од 1. јула почиње да важи нови Закон.

На питање да ли то значи да нема новог рока, службеница је рекла – Не бих заиста знала – и додала – не би било лоше да још позовете, да се распитате.

Ово није први пут да у Пореској управи не знају тачан одговор на питање о коме искључиво они одлучују, или би бар тако требало да буде.

С обзиром на то да је и последњи рок завршен очигледно је да ново повећање неће имати на кога да се примени, те да је објављивање ових информација пет дана пред београдске изборе очигледно имало само једну – политичку сврху, али не и конкретну да помогне родитељима мале деце.

Држава је од 2013. до сада два пута годишње, током фебруара и јула примала захтеве родитеља којима је рефундиран новац за ПДВ који су платили купујући беби опрему и храну. Оваква подршка државе младим родитељима орочена је на тренутак када се донесе закон о финансијској подршци породицама са децом. Тај закон је усвојен децембра прошле године, почео је да важи 1. јануара ове године, а почетак примене заказан је за 1. јул када се ПДВ на беби опрему и храну и дефинитивно укида.

У порталу Бебац.цом кажу да нису обавештени о повећању, као ни о томе да ли ће бити следећег рока за рефундацију.

– Неколико пута смо звали Пореску управу и сваки пут смо од њих добијали одговор да после фебруарског рока нових рокова неће бити. Међутим, родитељи нас стално зову и питају шта се дешава, а од њих као и из медија добијамо наговештаје да ће бити још један рок. Инсистирамо од ПУ да пружи коначан одговор – каже за Данас Јасмина Михњак, уредница портала Бебац.цом.

За њу је ова информација о повећању износа који може да се рефундира неблаговремена и нејасна. Сада, како каже, постоји проблем са онима који ће се породити у овом вакууму (када је последњи рок за рефундацију завршен, а Закон се још не примењује), јер они не знају шта да раде – да ли да прикупљају фискалне рачуне или не.

Рефундирање

Да би остварио право да му се рефундира ПДВ, родитељ или старатељ детета морао је до сада да сакупља фискалне рачуне за опрему и храну и да их потом предаје надлежној организационој јединици Пореске управе која је после спроведене контроле у року од 30 дана издавала решење којим се утврђује право на повраћај ПДВ-а или се захтев одбија. Повраћај ПДВ-а могао је да се оствари за млеко за одојчад, кашице, креветац, колица, столице за храњење, ауто-седишта и пелене.