<u>Образец бр.1</u>

План за спроведување
на проценка на влијание на регулативата

Наслов на предлогот за донесување на закон:	Предлог на закон за изменување и дополнување на Законот за заштита на потрошувачите
Министерство:	Министерство за економија
Лице за контакт:	Нериман Џеладини, раководител на Сектор во Министерство за економија Контакт тел./факс или е-пошта т. 3093-443; ф.3084-472
Очекуван датум за усвојување на предлогот:	Влада на РМ –ноември, 2010. Собрание на РМ – декември, 2010
Поврзаност со ЕУ директиви	1. Директива за нечесно пазарно однесување кон потрошувачите од страна на деловните субјекти на внатрешниот паза (**32005L0029)** 2. Директива **31998L0027/**ЕЗ на Европскиот Парламент и на Советот од 19 мај 1998 година за наложување заштита на интересите на потрошувачите.

Дел 1: Почетна проценка на влијанието на регулативата и планирање на работата
(забелешка: овој дел е јавен и ќе се објави во Единствениот електронскиот регистар на прописи – www.ener.gov.mk)

<u>А. Почетна проценка на влијанието на регулативата</u>

1. **Кои се главните проблеми? Дали тие може задоволително да се решат само со регулаторни мерки?**

Заштитата на правата на потрошувачите, условите и начинот на заштитата на потрошувачите , условите за трговско работење што е од значење за заштита на правата на потрошувачите, правата и обврските на здрженијата на потрошувачите, како и надлежностите на органите на државната управа во однос на заштитата на потрошувачите е уредено со Закон за заштита на потрошувачите.

Согласно Националната програма за усвојување на правото на Европската Унија, Република Македонија има превземено обврска да го усогласи националното законодавство во областа на заштитата на потрошувачите.
Предложените измени и дополнувања на законот се во насока на транспонирање на Директивата за нечесно пазарно однесување од страна на деловните субјекти на внатрешниот пазар 32005L0029 и Директива 31998L0027 за наложување на заштита на интересите на потрошувачите.
Со донесувањето на законот ке се решат следните проблеми:

- Се дефинира пазарното однесување кон потрошувачите од страна на деловните субјекти .

- Се дефинира значително пореметување на пазарно однесување кон потрошувачите
- Намалување на жалбите на потрошувачите во делот на нечесното пазарно однесување на деловните субјети;
- Со донесувањето на деловни кодекси ќе се утврдат правилата на однесување на трговците или група на трговци кои пристапиле кон одреден кодекс и ќе се заштитат интересите на потрошувачите од нечесно пазарно однесување од страна на деловните субјекти , како и индирекно заштита на чесните деловни субјекти од конкуренцијата на пазарот;
- Ефикасно и непристрасно застапување на колективните права пред надлежните судови ;
- Натамошно вклучување на невладиниот сектор во заштитата на колективните права;
- Уредување на постапката и механизмите за покренување постапки за колективна заштита на потрошувачите;
- намалувањето на казните за да нема појава на драстично влијание на обавување на дејноста;
- Унапредување на казнената политика и поголема ефикасност во наплатата на глобите.

2. **Кои се можни решенија (опции)? Кои регулаторни или нерегулаторни мерки би можеле да се разгледаат?**

Основни решенија на Предлогот на закон за изменување и дополнување на Законот за заштита на потрошувачите се:

- Дефинирање на пазарното однесување кон потрошувачите од страна на деловните субјекти .
- Дефинирање на Кодекс на однесување
- Професионално однесување на деловните субјекти
- спречување на нечесно пазарно однесување од страна на деловните субјекти на внатрешниот пазар;
- Овластување на тела за покренување на постапки пред надлежните судови, за заштита на заедничките интереси на потрошувачите ;
- Воведување на единствен систем на глоби; и
- Намалување на висината на глобите.

3. Кои се засегнатите страни кои ке бидат вклучени во процесот на проценка на влијанијата на регулативата?

Државни институции кои имаат допирни точки со заштитата на потрошувачите, државниот пазарен инспекторат, здрушенијата на бизнис заедницата, невладини организации за заштита на потрошувачите.

<u>Б. Планирање на потребната работа за проценка на влијание</u>

1. Кои информации и податоци се веќе достапни

Сите податоци за Предлогот на закон за за изменување и дополнување на Законот за заштита на потрошувачите се достапни.

2. Кои дополнителни информации и податоци треба да се соберат
Дополнително треба да се соберат податоците за донесување на подзаконските акти..
3. Кој тип и ниво на проценка е потребно (Иницијална или Комплетна проценка на влијание на регулативата – принцип на пропорционална анализа
Потребна е иницијална проценка на влијание на регулативата.

4. Дали ке се формира мегуресирска работна група за спроведување на проценка на влијание на регулативата и кои институции ке се вклучат
Во Министерството за економија формирана е Работна група за Иницијална проценка на влијанието на регулативата со внатрешни ресурси од Министерство за економија, Државен пазарен инспекторат, Организација на потрошувачите на Македонија, Стопанската комора, Сојуз на стопански комори

Дел 2: Подетално планирање, вклучително со време и ресурси
(забелешка: овој дел е за интерна употреба на Владата на Република Македонија)

В. Временска рамка

1. **Кога ќе започнат активностите за проценка на влијанијата на регулативата?**
   Започнати се во март 2010 година.

2. **Ако се планира вклучување на надворешни консултанти (на пр. За аналитички студии, собирање на информации, итн.), која е временската рамка предвидена за процесот на набавка и договарање?**

Во изработка на Предлог на законот за изменување и дополнување на Законот за заштита на потрошувачите не се вклучени надворешни консултанти.

3. **Кога предлог законот и проценка на влијанието на регулативата ќе бидат поднесени до Генералниот секретаријат?**

Предлог законот се очекува да биде поднесен до Генералниот секретаријат до крајот на ноември 2010.

Г. Ресурси

1. **Кои се планираните човечки и/или финансиски ресурси за спроведување на проценката на влијанието на регулативата и финализирање на предлог законот?**

Од државните службеници во Министерството за економија (Сектор за внатрешен пазар).