



СТОПАНСКА КОМОРА НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

КОМОРА НА ИДНИНАТА И ВАШ КОНСУЛТАНТ ВО БИЗНИСОТ

ECONOMIC CHAMBER OF NORTH MACEDONIA

CHAMBER OF THE FUTURE AND YOUR CONSULTANT IN BUSINESS

Бр. 29-1200/1
24.10.2023 година
Скопје

КОМЕНТАРИ И ПРЕДЛОЗИ ПО ПРЕДЛОГ ЗАКОН ЗА ЗАБРАНА НА НЕФЕР
ТРГОВСКИ ПРАКТИКИ ВО СИНЦИРОТ НА СНАБДУВАЊЕ НА ЗЕМЈОДЕЛСКИ И
ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ

Здружението за земјоделство и прехранбена индустрија при Стопанската комора на Северна Македонија го поздравува предлог Законот за забрана на нефер трговски практики во синцирот на снабдување на земјоделски и прехранбени производи, како и заложбите на надлежното Министерство за економија да го усогласи македонското законодавство со директивите донесени од Европската Унија, а со тоа на сите чинители на пазарната економија да им овозможи фер и еднакви услови во настапувањето на пазарот.

И покрај тоа што со предложениот закон треба да се изврши усогласување со европската директива, сепак некои одредби од предложениот текст не кореспондираат со истата, при што нашите коментари и забелешки по однос на Предлог законот би биле следни:

1. Во врска со членот 1 став 2 од предлог Законот, потребно е појаснување и проценка на начинот на примена на Законот за правни лица основани во земји членки на ЕУ или трети земји, имајќи ги предвид разликите во правните прописи во различни држави како и веќе воспоставените деловни односи со правни лица со седиште во некоја од горенаведените држави. Би сакале да укажеме дека примената на одредбата од член 1 став 2 во пракса би била отежната во случаите каде што е предвидено дека Законот се применува во односите на добавувачите или купувачите од Република Северна Македонија со добавувачи/купувачи од трети земји каде што не постојат вакви закони.
2. Во членот 4 став 1 точка 1 во делот „цената на земјоделскиот и прехранбениот производ“, сврзникот „и“ треба да се замени со „и/или“, а исто така предлагаме и другиот сврзник „и“ да се замени со зборовите „и/или“, бидејќи целта на одредбата е цената да биде определена или определлива, при што не мора да бидат присутни двата елементи.
3. Голем дел од Купувачите на кои би се применувал Предлог Законот се состојат од ланци на маркети и поради тоа производите се испорачуваат до сите објекти соодветно, со исклучок на неколку коишто имаат централна достава. Поради тоа член 4 став 1 точка 5 би бил тешко применлив во пракса,



EURC CHAMBRES



curelectric



бидејќи местото на испораката во текот на времетраењето на договорот би бил предмет на промени во случај на отворања/затварање на објекти на Купувачот.

4. Во врска со примената на законот и забраната за нефер трговски практики кои се наброени во член 5 од истиот, потребно е прецизирање и појаснување дека одредбите кои се однесуваат на забрана на нефер трговски практики се однесуваат на сите добавувачи и купувачи, во секој случај, без оглед на нивната преговарачка моќ. Во насока на ова, предлагаме, став 1 од член 5 да започнува со: *„Без оглед на преговарачката моќ, за забранети нефер трговски практики во односот помеѓу купувачот и добавувачот се сметаат кога купувачот:“*
5. Во член 5, став 1, точка 3, предлагаме да се направи прецизирање и појаснување на плаќањата кои не се поврзани со продажбата на земјоделски и прехранбени производи. Потребно е да се појасни што точно се подразбира под ваквите плаќања.
6. Во врска со член 5 став 1 точка 15, предлагаме оваа одредба да се прецизира во насока дека испорака на земјоделски и прехранбени производи од купувачите со надомест не се смета за нефер трговска практика доколку истото е на барање на добавувачот.
7. Со одредбата од членот 5 став 1 точка 17 купувачите би имале можност за бришење на производите или намалување на нарачките само ако го испочитуваат рокот од 30 дена, а за некои производи со цел да се одговори на прогнозираните нарачки од пазарот е потребен многу подолг рок, што значи дека во случај на бришење на производите или намалување на нарачките, тие производи би останале непродадени, а добавувачот веќе ги сносил трошоците за производство на истите.
Од таа причина, во член 5, став 1, точка 17, предлагаме *рокот за известување на добавувачот да биде „90 дена или до дотрошување на специјално набавени и/или спакувани производи за купувачот, што и да се случи поскоро“*. Предлогот е со цел при секое еднострано намалување на нарачка или бришење на производи, добавувачот да има време да го испланира производството/набавката и правилно да ги алоцира своите ресурси;
8. Во член 5, став 1, точка 19 да гласи: *„19. Бара надомест од добавувачот за услуги што не се дадени.“* и да се избрише делот за *„услуги кои се дадени, но не се јасно договорени однапред помеѓу страните.“* Ова го предлагаме од причина што јасно би се прецизирала оваа нефер трговска практика и би се насочила кон неоснованите надоместоци за услуги што не се дадени. Во однос на сите останати услуги, останува обврската од Законот да бидат уредени во писмен договор. Воедно, на овој начин ќе се изврши усогласување

со Законот за облигационите односи во смисла на тоа дека иако некоја услуга не е договорена, во ситуација кога истата е извршена уредно и примена, треба да се плати.

9. Во член 5, став 1, точка 22 предлагаме терминологијата да биде усогласена со Законот за заштита на потрошувачите, особено имајќи предвид дека промоција како посебен облик на ставање во промет на стоки се однесува исклучиво на ставање во промет на ограничен број нови стоки или услуги, во однос на сите постојни стоки или услуги што ги нуди трговецот и се спроведува во рок на траење не подолг од осум дена.
Имајќи го во предвид погорното, како и целта на самата директива, предлагаме во оваа точка 22, покрај промоцијата да бидат вклучени и други посебни облици на ставање во промет, и тоа: акција, сезонско намалување и распродажба.
10. Во врска со член 5 став 1, точки 23 и 24 соодветно да се прецизираат и да се појасни на што се мисли и да дефинираат термините маркетинг и рекламирање, бидејќи во синџирот на снабдување истите имаат различно значење.
11. Во врска со член 5, став 6, во однос на писмената проценка за трошоците и плаќање по единица или вкупно плаќање која се заснова на објективна и разумна проценка, предлагаме во Законот да се определи обврска за купувачите да имаат свој ценовник за активностите / услугите кои ги даваат на добавувачите (за маркетинг активности, рекламирање, опремување на простории, складирање, прикажување и ставање на полици итн.). Со ваквата обврска, би се зацврстила разумната и објективна проценка на трошоците кои ќе бидат наведени во договорот за овие активности, кој ќе биде потпишан помеѓу двете договорни страни, а воедно истата би можела и на поедноставен и посигурен начин да се утврди од страна на надлежниот орган. На база на направената проценка врз основа на веќе утврдени познати цени за соодветните услуги, договорните страни во периодот на важење на договорот ќе можат соодветно преку електронска комуникација подетално да ги дефинираат и договараат конкретните услуги.
12. Во врска со член 5, став 7, предлагаме одредбата да се додефинира со цел да биде прецизно определено на какви попусти или рабати се мисли и која би била основата за истите. Имено, потребно е појаснување дали во попустите и рабатите кои што добавувачот ќе му ги одобри на купувачот, а кои не смеат да бидат повисоки од 10%, се вклучени и исклучоците наведени во став (6) на членот 5. Понатаму, потребно е појаснување на одредбата во смисла на тоа дали се работи за 10% од остварениот промет во тековната година односно прецизирање на што се пресметуваат тие 10%, и дали се мисли на вкупен процент на попусти или пак на одредена категорија на производи, со која зачестеност и слично.

13. Во врска со член 30, став 1, предлагаме да се предвиди подолг рок, односно рок од најмалку една година за усогласување со одредбите на Законот во однос на договорите од причина што во пракса овие договори се склучуваат на една, две или повеќе години, започнувајќи од 01 јануари во соодветната година. Предложениот рок од 6 месеци за усогласување тешко изводлив во пракса, од причина што во текот на годината ќе биде потребно да се раскинат веќе склучените договори и да се склучуваат нови, а во период кога веќе компаниите имаат донесено бизнис планови и соодветни комерцијални политики.



Извршен директор:
м-р Антони Пешев

Подготвил: Васко Ристовски, координатор

Проверила/Одобрила: Билјана Пеева-Ѓуриќ, оперативен директор