**Likumprojekta „Grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā”**

**sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| I. Tiesību akta projekta izstrādes nepieciešamība | | |
| 1. | Pamatojums | Likumprojekts „Grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā” (turpmāk – likumprojekts) izstrādāts saskaņā ar Alkoholisko dzērienu patēriņa mazināšanas un alkoholisma ierobežošanas rīcības plāna 2012.- 2014. gadam[[1]](#footnote-1) 1.2.2., 1.2.3. un 1.2.4. pasākumu. |
| 2. | Pašreizējā situācija un problēmas | Alkohola lietošana ir viens no galvenajiem riska faktoriem pasaulē, kas negatīvi ietekmē iedzīvotāju veselību[[2]](#footnote-2), izraisot vairāk nekā 60 dažādas slimības. Alkohols ir trešais svarīgākais veselības riska faktors ES starp 26 veselības riskiem[[3]](#footnote-3). Alkohola radītais kaitējums ir viena no sabiedrības veselības galvenajām problēmām, kas ir par iemeslu 7% no visām slimībām un priekšlaicīgām nāvēm Eiropā [[4]](#footnote-4), un 15,4% no visām slimībām un priekšlaicīgām nāvēm Latvijā[[5]](#footnote-5).  2012.gadā viens Latvijas iedzīvotājs vecumā virs 15 gadiem patērēja 10,3 litrus absolūtā alkohola, kas ir par 0,2 litriem vairāk nekā 2011.gadā[[6]](#footnote-6).  Kā rāda 2010.gada Latvijas iedzīvotāju veselību ietekmējošo paradumu pētījuma dati, pēdējā gada laikā alkoholiskos dzērienus kopumā lietojuši 87,7% vīriešu un 81,3% sieviešu. Vislielākais alkoholisko dzērienu lietotāju īpatsvars gan vīriešiem, gan sievietēm ir vecuma grupā no 25 līdz 34 gadiem. Sešas alkohola devas[[7]](#footnote-7) (kas ir riskanta alkoholisko dzērienu lietošana) vismaz vienu reizi nedēļā lietojuši 10,0% vīriešu un 0,7% sieviešu[[8]](#footnote-8).  Pēc starptautiska pētījuma „Eiropas skolu aptaujas projekts par alkoholu un citām narkotiskām vielām”[[9]](#footnote-9) rezultātiem kopumā Latvijas skolēnu alkohola lietošanas rādītāji salīdzinājumā ar citām Eiropas valstīm vērtējami **kā vidēji augsti.** Dzīves laikā vismaz vienu reizi alkoholu lietojuši 96% jaunieši vecumā no 15 līdz 16 gadiem (vidējais valstu rādītājs ir 87%). Jāvērš uzmanība, ka iepriekšminētie alkohola izplatības rādītāji virs 95% ir tikai Čehijā un Latvijā. Pēdējā gada laikā jebkādu alkoholisko dzērienu lietojuši 87% un pēdējā mēneša laikā – 65% jaunieši vecumā no 15 līdz 16 gadiem (vidējais valstu rādītājs ir 57%).  Savukārt, vismaz vienu reizi dzīves laikā piedzērušies bija 66% 8.-10.klašu skolēni, kas arī ir viens no augstākajiem rādītajiem Latvijā. Pēc pētījuma datiem 84% jauniešu uzskata, ka alkoholiskie dzērieni ir viegli vai ļoti viegli pieejami.  Dažādus alkoholiskos dzērienus līdz 13 gadu vecumam bija pamēģinājuši 79% jauniešu, kas ir augstākais rādītājs starp pētījuma dalībvalstīm 2011.gadā (Igaunijā 76%, Bulgārija 73%, Slovēnija 71%, Čehija 70%).  Pētījuma dati liecina, ka piedzeršanās[[10]](#footnote-10) 13 gadu vecumā vai agrāk augstākais rādītājs ir Igaunijā (32 %) un otrs augstākais rādītājs ir Latvijā - 25 %[[11]](#footnote-11).  Ievērojot augstāk minēto un, lai samazinātu alkohola patēriņu iedzīvotāju vidū, it īpaši bērnu un jauniešu vidū, un **sekmētu alkoholisko dzērienu kaitējuma mazināšanu sabiedrības veselībai,** Veselības ministrija ir sagatavojusi vairākus grozījumus Alkoholisko dzērienu aprites likumā (turpmāk – Alkohola likums).  Patlaban Alkohola likuma 6.panta pirmās daļas 21.punkts nosaka, ka alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecība ir aizliegta kioskos, telpās, kurās nav tirdzniecības zāles, kā arī ēkās, kuras nav nodotas ekspluatācijā.  Finanšu ministrija norāda, ka praksē Alkohola likuma 6.panta pirmās daļas 21.punktā minētā ierobežojuma formulējums rada problēmas normas piemērošanā pēc būtības gan pie speciālās atļaujas (licences) alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai izsniegšanas, gan pie tās darbības apturēšanas vai anulēšanas. Ēka var tikt nodota ekspluatācijā pa atsevišķām kārtām vairāku gadu garumā – ēkas pirmais stāvs vai noteikta ēkas daļa ir jau izbūvēta un nodota ekspluatācijā, un tajā atļauts darboties – var atrasties un reāli strādāt dažāda veida veikali, taču, ņemot vērā minētā ierobežojuma esošo formulējumu, speciālo atļauju (licenci) alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai nevar izsniegt, jo skaitās, ka visa ēka pilnībā vēl nav nodota ekspluatācijā (ekspluatācijā ir nodota tikai atsevišķa ēkas daļa vai vairākas daļas). Pastāv arī tādi gadījumi, kad ēka ir jau nodota ekspluatācijā, taču atsevišķas telpas tajā ir pārbūvētas un pēc pārbūves ir problēmas ar to nodošanu ekspluatācijā, jo neatbilst būvniecības normatīviem. Līdz ar to pēc būtības šajās telpās nedrīkst veikt tirdzniecību, tas varētu būt pat riskanti. Taču, ņemot vērā  pašlaik spēkā esošo formulējumu Alkohola likuma 6.panta pirmās daļas 2.1 punktā, Finanšu ministrija norāda, ka nav pamata neizsniegt speciālo atļauju (licenci) alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai šajās pārbūvētajās telpās, kā arī nav iespējams apturēt uz šīm telpām jau izsniegto speciālo atļauju (licenču) alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecībai darbību vai arī tās anulēt, jo pati ēka, kurā atrodas šīs pārbūvētās telpas, ir nodota ekspluatācijā, savukārt pārbūvētās telpas pēc pārbūves – nav. Pēc Veselības ministrijas rīcībā esošās informācijas ēkās, kuras ir nodotas ekspluatācijā, var mainīt telpām funkciju, bet šādos gadījumos ne vienmēr šīm telpām tiek izstrādāts būvprojekts un tās tiek pieņemtas ekspluatācijā, bet bieži to var veikt vienkāršotā kārtībā, tas ir, iesniedzot būvvaldē apliecinājuma karti un telpas netiek nodotas ekspluatācijā ar pieņemšanas aktu, bet kadastrā tiek mainīts telpu lietojums. Atbilstoši Būvniecības likumam gan akti par ēkas pieņemšanu ekspluatācijā, gan apliecinājuma kartes tiek iesniegtas būvvaldē, līdz ar to būvvalde būs lietas kursā, ka šādas izmaiņas ir veiktas. Līdz ar to, lai novērstu radušos situāciju un nodrošinātu normas piemērošanu pēc būtības, nepieciešams veikt atbilstošu grozījumu Alkohola likuma 6.panta pirmās daļas 2.1 punktā, precizējot, ka alkoholisko dzērienu mazumtirdzniecība ir aizliegta ēkās un telpās, kuras nav nodotas ekspluatācijā vai tās tiek izmantotas neatbilstoši projektētam lietošanas veidam (funkcijai).  Alkohola likuma 10.panta pirmā daļa nosaka, ka alkoholisko dzērienu reklāmā ietverama informācija ne tikai par sabiedrības brīdināšanu par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, bet arī informēšana par alkoholisko dzērienu pārdošanas, iegādāšanās un nodošanas aizliegumu nepilngadīgām personām, taču minētā norma nenosaka konkrētus brīdinājumu uzrakstus. Ņemot vērā, ka valstī nav noteikti vienoti brīdinājumu uzraksti, kas tādējādi apgrūtina darbu kontrolējošajām iestādēm (šajā gadījumā Patērētāju tiesību aizsardzības centram), gan arī alkoholisko dzērienu reklāmu ražotājiem (izplatītājiem), tādēļ nepieciešams precizēt Alkohola likuma 10.panta pirmo daļu, nosakot konkrētus brīdinājums uzrakstus valsts valodā un, ka šādus brīdinājuma uzrakstus uz alkoholisko dzērienu reklāmām regulāri maina.  Saskaņā ar Alkohola likuma 11.panta pirmo daļu alkoholisko dzērienu reklāmā aizliegts attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus; izmantot Latvijas valsts simboliku; paust uzskatus par alkoholiskajiem dzērieniem kā ārstniecības līdzekli; saistīt alkoholisko dzērienu lietošanu ar sporta nodarbībām vai transportlīdzekļa vadīšanu; paust uzskatus, ka alkoholiskajiem dzērieniem piemīt stimulējoša vai nomierinoša ietekme vai ka tie palīdz atrisināt personiskas problēmas; negatīvi atspoguļot atturību vai mērenību alkohola lietošanā un radīt iespaidu, ka alkoholisko dzērienu lietošana nodrošina panākumus sociālajā vai seksuālajā jomā. Patlaban Alkohola likums nenosaka vecuma un profesiju ierobežojumus personām, kas tiek iesaistītas alkohola reklāmā.  Pētījumos norādīts, ka alkohola reklāmas ierobežojumi ir viens no efektīvākajiem veidiem, kā mazināt alkohola patēriņu jauniešu vidū[[12]](#footnote-12).Arvien vairāk pierādījumi liecina, ka alkohola mārketings mudina jauniešus uzsākt alkohola lietošanu jaunākā vecumā un lielākā daudzumā. Bērni un jaunieši veido svarīgu alkohola industrijas mērķa grupu, jo reprezentē nākotnes alkohola patērētājus[[13]](#footnote-13).  Viens no būtiskākajiem reklāmas riska faktoriem ir maldīgā priekšstata radīšana bērnu un jauniešu vidū, kā rezultātā viņiem izveidojas pozitīva attieksme, kas var negatīvi ietekmēt alkohola lietošanas uzsākšanas vecumu un patēriņa paradumus[[14]](#footnote-14).  2008.gadā Eiropas Alkohola un Veselības foruma zinātnieku grupa veica dažādu pētījumu pārskatu par alkohola mārketinga ietekmi uz alkohola patēriņu, īpašu uzmanību pievēršot jauniešu populācijai. Šajā pārskatā tika pētīta reklāmas ietekme, kas ir tikai viena no mārketinga veicināšanas metodēm. Rezultātā tika secināts, ka alkohola reklāma veicina alkohola lietošanas uzsākšanu jauniešu populācijā, un palielina alkohola patēriņu to jauniešu vidū, kuri jau alkoholu ir lietojuši[[15]](#footnote-15). Kā arī 2009.gadā minētā zinātnes ekspertu grupa pieņēma ziņojumu, kas ir pretējs alkohola industrijas sauklim, ka reklāma kalpo vienīgi tāpēc, lai pastiprinātu uzticamību zīmolam, taču nepalielina alkohola patēriņu.  Uz pierādījumiem balstīti pētījumi apliecina, ka alkohols reklāmās bieži tiek parādīts kā socializēšanos veicinošs faktors, tas tiek saistīts ar vīrišķību vai sievišķību, fizisku pievilcību, seksualitāti, romantiku un piedzīvojumiem, kas vistiešākajā mērā ietekmē bērnus un jauniešus[[16]](#footnote-16). Alkohola reklāmās nereti tiek izmantotas arī dažādās sabiedrības grupās popularitāti guvušas personas, piemēram, aktieri, sportisti. Jauniešiem alkohola reklāmas paliek atmiņā un bieži vien tās ir viņu mīļākās reklāmas.  Pētījumu dati liecina par alkohola reklāmas ietekmi uz jauniešu, kas nelieto alkoholu, dzeršanas paradumu veidošanos, kā arī alkohola patēriņa pieaugumu viņu alkoholu lietojošo vienaudžu vidū.  Patlaban Alkoholisko dzērienu aprites likuma 13.panta pirmā daļa nosaka, ka aizliegts iesaistīt alkoholisko dzērienu apritē personas, kuras ir jaunākas par 18 gadiem.  Ņemot vērā minēto un ievērojot sabiedrības veselības intereses, it īpaši, bērnu un jauniešu, Veselības ministrija uzskata, ka vecuma un profesiju ierobežojumus personām, kas tiek iesaistītas alkohola reklāmā, būtu jānosaka valsts līmenī. Tādēļ nepieciešams papildināt likuma 11.panta pirmo daļu ar diviem jauniem punktiem, nosakot gan vecuma un profesiju ierobežojumus personām, kas tiek iesaistītas alkohola reklāmā atbilstoši Alkoholisko dzērienu patēriņa mazināšanas un alkoholisma ierobežošanas rīcības plānā 2012. - 2014. gadam noteiktajam.  Alkohola likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka alkoholisko dzērienu reklāmā aizliegts attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus. Pamatojoties uz Patērētāju tiesību aizsardzības centra sniegto informāciju, tam veicot Alkohola likumā noteikto normu uzraudzību, ir saskāries ar problēmjautājumu attiecībā uz normas – alkoholisko dzērienu reklāmā aizliegts attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus, piemērošanu. Alkoholisko dzērienu reklāmu sniedzēji minēto normu tulko gramatiski, skaidrojot normas jēgu no valodnieciskā viedokļa. Līdz ar to reklāmu sniedzēji uzskata, ka, piemēram, alkoholiskā dzēriena ieliešana glāzē un glāzes turēšana rokā nav personas, kas lieto alkoholisko dzērienu, attēlošana. Tāpat tiek norādīts, piemēram, tāds uzskats, ka drukātā reklāmā vispār nav iespējams faktiski attēlot personas lietojam alkoholiskos dzērienus. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs norāda, ka, alkoholiskā dzēriena ieliešana glāzē, kā arī glāzes turēšana rokā draugu lokā, rada iespaidu, ka personas lieto alkoholu.  Alkohola likuma11.panta otrā daļa nosaka, ka aizliegts sponsorēt bērnu izklaides un sporta pasākumus, ja informācijā par sponsorēšanu ir norāde uz kādu alkoholisko dzērienu (izņemot sponsora nosaukumu), kā arī alkoholisko dzērienu lietošanu. Minētā norma kontrolējošajai iestādei (šajā gadījumā Patērētāju tiesību aizsardzības centram) rada pārpratumus, vai konkrētā norma attiecas uz bērnu izklaides un bērnu sporta pasākumiem vai uz bērnu izklaides un jebkādiem sporta pasākumiem.  Lai Patērētāju tiesību centram turpmāk nerastos pārpratumi ar alkoholisko dzērienu reklāmas pārstāvjiem, piemērojot esošās Alkohola likuma normas ikdienā, būtu nepieciešams redakcionāli precizēt Alkohola likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktu un 11.panta otro daļu.  Ņemot vērā, ka uz doto brīdi Alkohola likums nenosaka arī aizliegumu reklamēt alkoholisko dzērienu speciālos piedāvājumus un alkoholisko dzērienu izpārdošanas, Veselības ministrija paredz iepriekšminēto aizliegumu atbilstoši Alkoholisko dzērienu patēriņa mazināšanas un alkoholisma ierobežošanas rīcības plānā 2012. - 2014. gadam noteiktajam. |
| 3. | Saistītie politikas ietekmes novērtējumi un pētījumi | Projekts šo jomu neskar |
| 4. | Tiesiskā regulējuma mērķis un būtība | Likumprojekta mērķis ir veikt grozījumus Alkohola likumā, lai nodrošinātu sabiedrības veselības saglabāšanu un uzlabošanu un mazinātu alkoholisko dzērienu patēriņu iedzīvotāju vidū, it īpaši bērnu un jauniešu vidū.  **Likumprojekts paredz:**  **1) alkoholisko dzērienu reklāmā ietvert vienu no likumā norādītajiem brīdinājuma uzrakstiem valsts valodā par alkohola lietošanas negatīvo ietekmi, kā arī par alkoholisko dzērienu pārdošanas, iegādāšanas un nodošanas aizliegumu nepilngadīgām personām un** nosakot, ka šādus brīdinājuma uzrakstus uz alkoholisko dzērienu reklāmām regulāri maina.  **2) vairākus reklāmas aizliegumus – kā aizliegumu alkohola reklāmās iesaistīt jauniešus līdz 25 gadu vecumam, tai skaitā, māksliniekus un sporta un fiziskās sagatavotības speciālistus, aizliegumu reklamēt** alkoholisko dzērienu speciālos piedāvājumus un alkoholisko dzērienu izpārdošanas.  Tiesību norma, kas paredz **aizliegumu reklamēt** alkoholisko dzērienu speciālos piedāvājumus un alkoholisko dzērienu izpārdošanas, nepiedāvā pilnībā aizliegt alkohola ražotājiem vai izplatītājiem organizēt un veikt alkoholisko dzērienu „*speciālos piedāvājumus vai pasludināt alkoholisko dzērienu izpārdošanas*”. Speciālos piedāvājumus un izpārdošanas joprojām varēs darīt, taču tikai nereklamējot šos pasākumus. Uzņēmumiem netiks liegtas tās saimnieciskās darbības formas, kas atļautas citu produktu ražotājiem un izplatītājiem, bet ierobežotas tikai šo konkrēto darbības formu reklamēšana, t.i., „*paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tie*m.” (reklāmas jēdziens atbilstoši Reklāmas likuma 1.pantam). Likumprojektā minētā normas mērķis ir aizliegt jebkādas darbības, kas uzskatāmas par alkoholisko dzērienu speciālo piedāvājumu reklāmu, tajā skaitā, piemēram, preču, uz kurām attiecas speciālais piedāvājums, cenu zīmes atšķirīgā krāsā un/vai lielumā, ne tikai informācijas sniegšana dažādos bukletos, plakātos, plašsaziņas līdzekļos un citviet.  Likumprojekts paredz redakcionāli precizēt Alkohola likuma 6.panta pirmās daļas 2 1. punktu, 11.panta pirmās daļas 1.punktu un 11.panta otro daļu.  Likumprojekts atrisinās 2.punktā minētās problēmas, jo veicot grozījumus tiks noteikti papildus alkoholisko dzērienu reklāmas ierobežojumi. |
| 5. | Projekta izstrādē iesaistītās institūcijas | Likumprojekta izstrādē tika iesaistītas gan valsts institūcijas, gan nevalstiskās organizācijas, – Tabakas un alkohola kontroles Latvijas nacionālā koalīcija, Latvijas Narkologu asociācija, Latvijas sabiedrības veselības asociācija, Jaunatnes atturības federācija, LU Atturības un veselības izglītības veicināšanas biedrība, Latvijas Ārstu biedrība, Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Pašvaldību savienība, Latvijas Tirgotāju asociācija, Latvijas Alus darītāju savienība, Latvijas Pārtikas uzņēmumu federācija, Latvijas Alkoholisko dzērienu ražotāju un izplatītāju asociācija, Vides reklāmas asociācija, Latvijas reklāmas asociācija, Latvijas raidorganizācijas asociācija, Latvijas Preses izdevēju asociācija, Latvijas Bezalkoholisko dzērienu asociācija un Latvijas Degvielas tirgotāju asociācija. |
| 6. | Iemesli, kādēļ netika nodrošināta sabiedrības līdzdalība | Projekts šo jomu neskar |
| 7. | Cita informācija | Nav |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| II. Tiesību akta projekta ietekme uz sabiedrību | | |
| 1. | Sabiedrības mērķgrupa | Latvijas iedzīvotāji (skaits 2 072 855[[17]](#footnote-17)), it īpaši bērni (402 728[[18]](#footnote-18)) un jaunieši no 18 līdz 25 gadu vecumam (vairāk kā 150 000 jauniešu[[19]](#footnote-19)).  Alkoholisko dzērienu ražotāji un izplatītāji, mākslinieki (mūziķi, dziedātāji, aktieri) un sporta un fiziskās sagatavotības speciālisti (individuālo un komandu sporta veidu sportisti, sporta treneri, sporta speciālisti, sporta un fiziskās sagatavotības instruktori). Ņemot vērā, ka Veselības ministrijas rīcībā nav statistikas datu par iepriekšminēto sabiedrības mērķgrupu aptuveno skaitlisko lielumu, līdz ar to nav iespējams pateikt tās skaitu. |
| 2. | Citas sabiedrības grupas (bez mērķgrupas), kuras tiesiskais regulējums arī ietekmē vai varētu ietekmēt | Projekts šo jomu neskar |
| 3. | Tiesiskā regulējuma finansiālā ietekme | Veselības ministrijas rīcībā nav pieejami attiecīgie aprēķini. |
| 4. | Tiesiskā regulējuma nefinansiālā ietekme | Zinātniskajā literatūrā norādīts, ka alkohola reklāmas ierobežojumi ir viens no efektīvākajiem veidiem, kā mazināt alkohola patēriņu jauniešu vidū[[20]](#footnote-20).Arvien vairāk pierādījumi liecina, ka alkohola mārketings mudina jauniešus uzsākt alkohola lietošanu jaunākā vecumā un lielākā daudzumā. Bērni un jaunieši veido svarīgu alkohola industrijas mērķa grupu, jo reprezentē nākotnes alkohola patērētājus[[21]](#footnote-21). Līdz ar to alkoholisko dzērienu reklāmu ierobežojumi ilgtermiņā samazinās alkohola patēriņu uz vienu iedzīvotāju, kā arī samazinās mirstību no alkohola lietošanas radītām sekām, piemēram, mirstību no aknu cirozes, satiksmes negadījumiem, traumām, jauniešu pašnāvību skaitu, kā arī saslimstību no alkohola atkarības. |
| 5. | Administratīvās procedūras raksturojums | Projekts šo jomu neskar |
| 6. | Administratīvo izmaksu monetārs novērtējums | Projekts šo jomu neskar |
| 7. | Cita informācija | Nav |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| III. Tiesību akta projekta ietekme uz valsts budžetu un pašvaldību budžetiem | | | | | |
| **Rādītāji** | **n-tais gads** | | Turpmākie trīs gadi (tūkst. latu) | | |
| **n+1** | **n+2** | **n+3** |
| Saskaņā ar valsts budžetu kārtējam gadam | Izmaiņas kārtējā gadā, salīdzinot ar budžetu kārtējam gadam | Izmaiņas, salīdzinot ar kārtējo (n) gadu | Izmaiņas, salīdzinot ar kārtējo (n) gadu | Izmaiņas, salīdzinot ar kārtējo (n) gadu |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Budžeta ieņēmumi: | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 1.1. valsts pamatbudžets, tai skaitā ieņēmumi no maksas pakalpojumiem un citi pašu ieņēmumi |
| 1.2. valsts speciālais budžets |
| 1.3. pašvaldību budžets |
| 2. Budžeta izdevumi: | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 2.1. valsts pamatbudžets |
| 2.2. valsts speciālais budžets |
| 2.3. pašvaldību budžets |
| 3. Finansiālā ietekme: | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 3.1. valsts pamatbudžets |
| 3.2. speciālais budžets |
| 3.3. pašvaldību budžets |
| 4. Finanšu līdzekļi papildu izde­vumu finansēšanai (kompensējošu izdevumu samazinājumu norāda ar "+" zīmi) | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 5. Precizēta finansiālā ietekme: | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 5.1. valsts pamatbudžets |
| 5.2. speciālais budžets |
| 5.3. pašvaldību budžets |
| 6. Detalizēts ieņēmumu un izdevu­mu aprēķins (ja nepieciešams, detalizētu ieņēmumu un izdevumu aprēķinu var pievienot anotācijas pielikumā): | Projekts šo jomu neskar | | | | |
| 6.1. detalizēts ieņēmumu aprēķins |
| 6.2. detalizēts izdevumu aprēķins |
| 7. Cita informācija | Nav | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IV. Tiesību akta projekta ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu | | |
| 1. | Nepieciešamie saistītie tiesību aktu projekti | Projekts šo jomu neskar |
| 2. | Cita informācija | Nav |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **V. Tiesību akta projekta atbilstība Latvijas Republikas starptautiskajām saistībām** | | |
| 1. | Saistības pret Eiropas Savienību | Projekts šo jomu neskar |
| 2. | Citas starptautiskās saistības | Projekts šo jomu neskar |
| 3. | Cita informācija | Nav |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1.tabula**  **Tiesību akta projekta atbilstība ES tiesību aktiem** | | | |
| Attiecīgā ES tiesību akta datums, numurs un nosaukums | Projekts šo jomu neskar | | |
| A | B | C | D |
| Projekts šo jomu neskar | Projekts šo jomu neskar | Projekts šo jomu neskar | Projekts šo jomu neskar |
| Cita informācija | Nav | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **2.tabula**  **Ar tiesību akta projektu izpildītās vai uzņemtās saistības, kas izriet no starptautiskajiem tiesību aktiem vai starptautiskas institūcijas vai organizācijas dokumentiem.**  **Pasākumi šo saistību izpildei** | | |
| Attiecīgā starptautiskā tiesību akta vai starptautiskas institūcijas vai organizācijas dokumenta (turpmāk – starptautiskais dokuments) datums, numurs un nosaukums | Projekts šo jomu neskar | |
| A | B | C |
| Projekts šo jomu neskar | Projekts šo jomu neskar | Projekts šo jomu neskar |
| Cita informācija | Nav | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VI. Sabiedrības līdzdalība un šīs līdzdalības rezultāti | | |
| 1. | Sabiedrības informēšana par projekta izstrādes uzsākšanu | **Sabiedrības iespējas līdzdarboties likumprojekta publiskajā apspriešanā, sniedzot savus viedokļus bija no 2013.gada 24.maija līdz 2013.gada 21.jūnijam.** |
| 2. | Sabiedrības līdzdalība projekta izstrādē | Likumprojekta izstrādē tika iesaistītas gan valsts institūcijas, gan nevalstiskās organizācijas, - Tabakas un alkohola kontroles Latvijas nacionālā koalīcija, Latvijas Narkologu asociācija, Latvijas sabiedrības veselības asociācija, Jaunatnes atturības federācija, LU Atturības un veselības izglītības veicināšanas biedrība, Latvijas Ārstu biedrība, Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Pašvaldību savienība, Latvijas Tirgotāju asociācija, Latvijas Alus darītāju savienība, Latvijas Pārtikas uzņēmumu federācija, Latvijas Alkoholisko dzērienu ražotāju un izplatītāju asociācija, Vides reklāmas asociācija, Latvijas reklāmas asociācija, Latvijas raidorganizācijas asociācija, Latvijas Preses izdevēju asociācija, Latvijas Bezalkoholisko dzērienu asociācija un Latvijas Degvielas tirgotāju asociācija.  Likumprojekta izstrādes procesa laikā līdzdarboties varēja gan piedaloties VM organizētajās darba grupas sanāksmēs, gan sūtot vēstules, tai skaitā, arī e-pasta vēstules ar priekšlikumiem. |
| 3. | Sabiedrības līdzdalības rezultāti | Sabiedrības līdzdalības rezultāti ir pieejami Veselības ministrijas tīmekļa vietnē [www.vm.gov.lv](http://www.vm.gov.lv). |
| 4. | Saeimas un ekspertu līdzdalība | Nav |
| 5. | Cita informācija | 2013.gada 7.februārī Veselības ministrija organizēja Nacionālo alkoholisma ierobežošanas padomes sēdi, kurā konceptuāli arī tika atbalstīti Alkoholisko dzērienu patēriņa mazināšanas un alkoholisma ierobežošanas rīcības plānā 2012.-2014.gadam noteiktie pasākumi, tai skaitā, arī grozījumi Alkohola likumā.  Saskaņā ar Ministru kabineta 2003.gada 25.februāra noteikumiem Nr.88 „Nacionālās alkoholisma ierobežošanas padomes nolikums” Nacionālā alkoholisma ierobežošanas padome piedalās ar alkohola patēriņu un tā radīto seku samazināšanu saistītas valsts alkohola politikas izstrādē. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VII. Tiesību akta projekta izpildes nodrošināšana un tās ietekme uz institūcijām | | |
| 1. | Projekta izpildē iesaistītās institūcijas | Policija un Patērētāju tiesību aizsardzības centrs |
| 2. | Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes funkcijām | Uzraudzības un kontroles iestādēm netiks paplašinātas vai sašaurinātas funkcijas, jo tās jau patlaban uzrauga un kontrolē jebkuras darbības alkoholisko dzērienu apritē. |
| 3. | Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.  Jaunu institūciju izveide | Projekts šo jomu neskar |
| 4. | Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.  Esošu institūciju likvidācija | Projekts šo jomu neskar |
| 5. | Projekta izpildes ietekme uz pārvaldes institucionālo struktūru.  Esošu institūciju reorganizācija | Projekts šo jomu neskar |
| 6. | Cita informācija | Nav |

Veselības ministre I.Circene

09.12.2013. 13:19

2909

L.Meļķe-Prižavoite

67876101, [Lolita.Melke@vm.gov.lv](mailto:Lolita.Melke@vm.gov.lv)

1. Ministru kabineta 2012.gada 19.decembra rīkojums Nr.614 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rehm, Room, Monteiro, et al., 2003; Babor, 2010; WHO, 2011 [↑](#footnote-ref-2)
3. WHO, 2002 [↑](#footnote-ref-3)
4. http://ec.europa.eu/health/alcohol/policy/index\_en.htm [↑](#footnote-ref-4)
5. <http://www.euro.who.int/document/e87325.pdf> [↑](#footnote-ref-5)
6. SPKC dati [↑](#footnote-ref-6)
7. 1 deva: 40ml stipro alkoholisko dzērienu vai 100ml vīna, vai 1 pudele (500ml) alus [↑](#footnote-ref-7)
8. Latvijas iedzīvotāju veselību ietekmējošo paradumu pētijums, 2010 (FINBALT) [↑](#footnote-ref-8)
9. ESPAD, 2011 [↑](#footnote-ref-9)
10. 60 vai vairāk gramu absolūtā alkohola lietošana vienā iedzeršanas reizē [↑](#footnote-ref-10)
11. ESPAD, 2011 60 vai vairāk gramu absolūtā alkohola lietošana vienā iedzeršanas reizē. [↑](#footnote-ref-11)
12. Babor, T., Creatano, R., Casswell, S. et als (2010). Alcohol: no ordinary commodity. Oxford University Press. World Health Organization. Pan American Health Organization. 246 lpp. [↑](#footnote-ref-12)
13. <http://www.drugsandalcohol.ie/16952/> [↑](#footnote-ref-13)
14. <http://www.drugsandalcohol.ie/16952/> [↑](#footnote-ref-14)
15. Science Group of the European Alcohol and Health Forum, 2009:17 [↑](#footnote-ref-15)
16. <http://www.camy.org/factsheets/sheets/Alcohol_Advertising_and_Youth.html>

    M.J. Chen, J.W. Grube, M. Bersamin, E. Waiters, and D.B. Keefe, "Alcohol Advertising: What Makes It Attractive to Youth?," *Journal of Health Communication* 10 (2005): 553-565. [↑](#footnote-ref-16)
17. http://www.csb.gov.lv/category/tagi/iedzivotaju-skaits [↑](#footnote-ref-17)
18. CSP dati [↑](#footnote-ref-18)
19. CSP dati [↑](#footnote-ref-19)
20. Babor, T., Creatano, R., Casswell, S. et als (2010). Alcohol: no ordinary commodity. Oxford University Press. World Health Organization. Pan American Health Organization. 246 lpp. [↑](#footnote-ref-20)
21. <http://www.drugsandalcohol.ie/16952/> [↑](#footnote-ref-21)