Р Е П У Б Л И К А Б Ъ Л Г А Р И Я
М И Н И С Т Е Р С К И С Ъ В Е Т

Препис

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № 2 0 4

от 15 октомври 2026 година

ЗА ПРИЕМАНЕ НА МЕТОДИКА ЗА РЕДА И НАЧИНА ЗА ИЗВЪРШВАНЕ НА ПРЕЦЕНКА ЗА ИКОНОМИЧЕСКА ОБОСНОВАНОСТ НА УВЕЛИЧЕНИЕТО НА ЦЕНИТЕ И ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА СРАВНИМ ПРЕДХОДЕН ПЕРИОД

М И Н И С Т Е Р С К И Я Т С Ъ В Е Т
П О С Т А Н О В И:

Чл. 1. Приема Методика за реда и начина за извършване на преценка за икономическа обоснованост на увеличението на цените и за определяне на сравним предходен период.

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

§ 1. Методиката се приема на основание чл. 68н, ал. 8 от Закона за защита на потребителите.

§ 2. Изпълнението на постановлението се възлага на министъра на икономиката, инвестициите и индустрията.

§ 3. Постановлението влиза в сила от деня на обнародването му в „Държавен вестник“.

ЗА МИНИСТЪР-ПРЕДСЕДАТЕЛ: /п/ ГЪЛЪБ ДОНЕВ

ГЛАВЕН СЕКРЕТАР НА
МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ: /п/ КАМЕЛИЯ НЕЙКОВА

НАЧАЛНИК НА ОТДЕЛ
“ДЕЛОВОДСТВО И АРХИВ”:
ЖАНА КАДЪНКОВА

М Е Т О Д И К А

за реда и начина за извършване на преценка за икономическа обоснованост на увеличението на цените и за определяне на сравним предходен период

Глава първа
ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Чл. 1. С настоящата методика се определят редът и начинът за извършване от контролните органи на преценката за икономическа обоснованост по чл. 68н, ал. 7 от Закона за защита на потребителите (ЗЗП), както и правилата за определяне на сравним предходен период.

Чл. 2. (1) Методиката се прилага при установено повишаване на редовната крайна продажна цена на стока или услуга, предлагана на потребители, спрямо редовна цена, прилагана от същия търговец за същата стока или услуга в сравним предходен период.

(2) Цените, за които по реда на чл. 8, ал. 2 е установено, че имат промоционален характер, не се използват като базова или повишена цена и не участват при определянето на увеличението.

(3) Преценката се извършва за конкретна стока или услуга, конкретен търговец и, когато цените се различават, за конкретен търговски обект, канал за продажба, територия или група потребители при еднакви условия.

(4) Когато крайната продажна цена е определена с влязъл в сила акт на компетентен държавен, общински или регулаторен орган и търговецът я прилага без отклонение и без да разполага със самостоятелна възможност да определи нейния размер, проверката установява акта, приложимия период и съответствието между определената и прилаганата цена.

(5) Когато актът по ал. 4 определя максимална цена, ценови диапазон или други граници, в рамките на които търговецът самостоятелно определя крайната продажна цена, методиката се прилага за увеличението, произтичащо от неговото самостоятелно решение.

Чл. 3. (1) Методиката не определя допустим размер на търговска надценка, норма на печалба, пределна цена или минимален праг, под който увеличение не се проверява.

(2) Сигналите, получени в резултат на мониторинг на цените, пазарните индекси и цените на други търговци служат за подбор на случаи за проверка и сами по себе си не доказват икономическа обоснованост или необоснованост на конкретно увеличение.

(3) При прилагане на методиката контролният орган спазва принципите на обективност, съразмерност, служебно начало, проследимост на изчисленията, еднакво третиране на сходни случаи и защита на търговската тайна.

Глава втора
ОСНОВНИ ПОНЯТИЯ И ИЗЧИСЛИТЕЛНА ЕДИНИЦА

Чл. 4. По смисъла на тази методика:

1. „Редовна цена“ е крайната продажна цена, прилагана от търговеца извън временно намаление на цената или друга ограничена във времето промоционална кампания.

2. „Промоционална цена“ е временно намалена крайна продажна цена, прилагана при предварително определен срок или при ясно определени промоционални условия.

3. „Базова цена“ (P_0) е редовната крайна продажна цена с включени данъци и задължителни такси, прилагана в сравнимия предходен период.

4. „Повишена цена“ (P_1) е редовната крайна продажна цена с включени данъци и задължителни такси след увеличението.

5. „Размер на увеличението“ (I) е разликата P_1 - P_0, изчислена за една и съща съпоставима единица.

6. „Въздействие на фактор“ (E_i) е доказаната промяна в разходите или условията за предлагане, отнесена към същата съпоставима единица и към релевантния период.

7. „Нетно доказано въздействие“ (E) е сумата от признатите положителни и отрицателни въздействия на всички относими фактори.

8. „Необяснена част“ (U) е разликата I - E, когато е положителна.

9. „Съпоставима единица“ е еднакво количество, качество, комплектност и условия на продажба, например евро/кг, евро/литър, евро/брой, евро/час или цена за еднакъв пакет услуга.

Чл. 5. (1) Всички стойности се изчисляват в евро без междинно закръгляване. Междинните резултати се пазят най-малко до втория знак след десетичната запетая, а крайният резултат се представя до най-малката парична единица.

(2) При различен грамаж, обем, продължителност или комплектност цените се нормализират към съпоставима единица.

(3) Промяна в качеството се отчита само ако е конкретно установима и стойностно измерима. Само преименуване, нова опаковка или ребрандиране не е достатъчно.

(4) Когато базовата цена е била прилагана в левове, за целите на изчисленията тя се превалутира и закръглява по правилата на Закона за въвеждане на еврото в Република България. Преобразуваната стойност се отразява съответно в Приложение № 1.

Глава трета
ОПРЕДЕЛЯНЕ НА СРАВНИМ ПРЕДХОДЕН ПЕРИОД

Чл. 6. Сравним предходен период е най-близкият период преди увеличението, през който същият търговец е предлагал същата стока или услуга при сходни икономически и търговски условия.

Чл. 7. Сравнимият предходен период се определя, както следва:

1. при непрекъснато предлагане се използва периодът непосредствено преди датата на увеличението, като базова е действително прилаганата редовна цена непосредствено преди увеличението;

2. когато в периода има няколко редовни цени, в зависимост от търговските обекти, каналите за продажба или групата потребители, всяка цена се сравнява отделно при еднакви условия;

3. при определяне на увеличението се сравняват редовната цена след увеличението и редовната цена, прилагана непосредствено преди него; промоционалните цени не се включват в сравнимия предходен период и не се използват като базова или повишена цена (P_0 или P_1);

4. възстановяването на редовната цена след изтичане или прекратяване на промоция не представлява увеличение на редовната цена; когато редовната цена след промоцията е по-висока от редовната цена преди промоцията, размерът на увеличението е разликата между двете редовни цени;

5. при сезонна стока или услуга се използва най-близкият период със същата сезонна фаза и сходни условия, по възможност от предходния сезон, но не по-рано от 12 месеца, освен ако особеностите на пазара налагат друго и това е мотивирано;

6. при периодично или абонаментно предлагане се сравняват последователни периоди на таксуване за един и същ план, обем и условия;

7. при индивидуализирано или динамично ценообразуване се съпоставят сделки или оферти с еднакви съществени параметри; при множество сделки може да се използва медиана или среднопретеглена цена, ако изборът е мотивиран и данните са представителни;

8. когато стоката или услугата е нова и няма предходно предлагане от същия търговец на същата стока или услуга, не се прави преценка по чл. 68н от ЗЗП въз основа единствено на цена на сходен продукт или на друг търговец.

Чл. 8. (1) Сходството на условията се преценява най-малко по данъчния режим, количеството и качеството, начина и мястото на продажба, включените услуги, срока и условията на плащане, сезонността, договорните ограничения и съществените регулаторни или пазарни промени.

(2) Цена не се приема за промоционална само въз основа на използваното от търговеца наименование, обозначение или реклама. Временният характер, срокът, редовната цена, спрямо която е направено намалението, и условията на промоцията се установяват от съобщението за намаление и данните по чл. 63–65 от ЗЗП, ценовата документация, данните за реално извършените продажби или други проверими данни. Когато тези обстоятелства не са установени, цената се разглежда според действителния начин и продължителност на прилагането ѝ.

(3) Избраният сравним предходен период, основанията за неговия избор и източниците, от които са установени базовата и повишената цена, се посочват в изчислителния лист по Приложение № 1. Когато два или повече периода отговарят на условията за съпоставимост, контролният орган проверява дали изборът на период влияе върху размера на установеното увеличение или върху крайния резултат от преценката и мотивира избора на периода, който осигурява най-обективна съпоставка.

Глава четвърта
УСТАНОВЯВАНЕ НА УВЕЛИЧЕНИЕТО И СЪБИРАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ

Чл. 9. (1) Контролният орган установява идентичността на стоката или услугата чрез продуктов код, наименование, марка, модел, състав, количество, параметри на услугата, договорни условия или други отличителни белези.

(2) Редовните цени се установяват от надеждни източници, включително касови бележки, фактури, ценови етикети, ценови листи, договори, електронни системи, публикувани данни по чл. 68п от ЗЗП, архивирани интернет страници или други проверими записи. Промоционалните цени се отделят и не се използват като P_0 или P_1.

(3) За всяко увеличение на редовната цена се записват P_0, P_1, датата или периодът на прилагане, абсолютната разлика I и относителното изменение само с информационна цел, изчислено по формулата:

$$(P_1 - P_0) / P_0 \times 100$$

(4) Когато не е установено увеличение на редовната цена спрямо сравним предходен период, проверката по чл. 68н от ЗЗП приключва за съответната стока или услуга с мотивирана констатация съгласно Приложение № 1.

Чл. 10. (1) След установяване на увеличение длъжностните лица издават разпореждане по чл. 68о от ЗЗП за предоставяне на информация. В разпореждането се индивидуализират стоката или услугата, обектът или каналът, базовата и повишената редовна цена, периодът и конкретно необходимата информация, както и срокът за нейното предоставяне.

(2) Първоначалният срок не може да е по-кратък от 5 работни дни. При определяне на първоначалния срок се отчитат обемът и сложността на изисканата информация, броят на проверяваните стоки или услуги, необходимостта от обработване на данни за минали периоди и административният капацитет на търговеца, включително когато той е микро- или малко предприятие.

(3) Минималното съдържание на разпореждането по ал. 1 се определя съгласно Приложение № 3.

(4) При непредоставена или непълна информация се дават конкретни указания и допълнителен срок от 5 до 10 работни дни.

(5) Презумпцията по чл. 68н, ал. 4 от ЗЗП се прилага едва след неизпълнение в допълнителния срок по чл. 68о, ал. 4 от ЗЗП.

Чл. 11. При преценката на конкретното увеличение се изискват само необходими и относими данни, включително за:

1. описание на начина на ценообразуване преди и след увеличението;
2. стойностна разбивка на всички елементи на P_0 и P_1 по Приложение № 1;
3. първични счетоводни и договорни документи за заявените фактори;
4. метод за разпределяне на общи разходи към стоката или услугата и данни за използвания разпределител;
5. доказателства за момента, от който факторът е въздействал, и количествата или сделките, за които се отнася;
6. данни за отстъпки, бонуси, кредитни известия, компенсации и други намаляващи ефекти.

Чл. 12. (1) Контролният орган може да използва информация от трети лица и официални източници. Тази информация служи за потвърждение, допълване или проверка, но не замества доказването на начина, по който факторът е засегнал конкретния търговец.

(2) При наличие на голям брой от еднородни увеличения в рамките на проверката може да се използва представителна извадка. Правните изводи и определянето на санкцията се правят за всяка стока, услуга или обект съобразно закона и събраните доказателства.

Глава пета
ПРЕЦЕНКА НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ОБОСНОВАНОСТ

Чл. 13. Преценката на икономическата обоснованост се извършва последователно чрез:

1. установяване на относимостта - дали посоченото обстоятелство е обективен икономически фактор по чл. 68н, ал. 6 от ЗЗП и дали е възникнало или е започнало да въздейства в релевантния период;

2. установяване на причинната връзка - дали факторът действително засяга разходите или условията за предлагане на конкретната стока или услуга при конкретния търговец;

3. стойностно измерване - въздействието се изчислява в парична стойност за същата съпоставима единица, нетно от намаляващи ефекти и само за частта, която се отнася към проверявания период;

4. проверка на съразмерността - сравнява се размерът на увеличението I с нетното доказано въздействие E и се проверява времевото съответствие между въздействието и увеличението.

Чл. 14. (1) За целите на преценката по чл. 13 се прилагат следните зависимости:

$$I = P_1 - P_0$$

$$E = \Sigma E_i$$

$$U = I - E$$

(2) Увеличението е икономически обосновано, когато е доказано, че I е в пряка и съразмерна причинна връзка с обективните икономически фактори, тоест $U \leq 0$, при съобразяване на качеството на доказателствата и времевата връзка.

(3) Когато E покрива само част от I, в констатацията се посочват доказаната част и необяснената част U. Правната квалификация се извършва за увеличението по чл. 68н, ал. 1 от ЗЗП, като размерът на U е елемент от фактическата обосновка.

Чл. 15. (1) Процентите не се събират механично. Всяка процентна промяна на разход се умножава по действителния дял на този разход в базовата цена или себестойност и се преобразува в парична стойност за единица.

(2) Когато факторът засяга едновременно множество стоки или услуги, въздействието се разпределя по предварително или обичайно използван, последователен и проверим метод, като количества, оборот, работни часове, площ, машинни часове или енергийно потребление.

(3) Метод за разпределяне, създаден само за проверката, се приема единствено ако е обективно обоснован и възпроизводим.

Чл. 16. (1) От въздействието на съответния фактор се приспадат всички пряко свързани намаления, включително отстъпки, бонуси, кредитни известия, компенсации, субсидии, поевтиняване на други взаимозаменяеми суровини (материали), услуги и други измерими ползи, доколкото се отнасят към същия ценови компонент и период.

(2) Времево отложено пренасяне на разход може да бъде признато, когато търговецът докаже последователно прилаган цикъл на ценообразуване, запас с по-ранна цена, договорен срок или друга конкретна причина за отлагането.

Глава шеста
ОЦЕНКА НА ОБЕКТИВНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ФАКТОРИ

Чл. 17. Обективните икономически фактори се оценяват въз основа на следната минимална доказателствена основа и начин на измерване:

1. увеличение на доставни или производствени разходи - чрез фактури, договори, рецептури, разходни норми и кредитни известия; въздействието се измерва като разлика в нетната цена или себестойност за единица след отстъпки и бонуси;
2. увеличение на разходите за труд - чрез ведомости, договори, данни за осигурителни разходи и работни часове; въздействието се измерва като промяната на разхода за труд, умножена по действителното време или нормата за единица;
3. промени в цените на енергия, горива или суровини - чрез фактури, тарифи, измерено потребление и разходни норми; въздействието се измерва като промяната на единичния разход, умножена по количеството, относимо към единицата;
4. промени в данъци, такси или други публични задължения - чрез нормативни актове, декларации и платежни документи; въздействието се измерва като действителната промяна за единица, включително данъчния ефект върху крайната цена;
5. промени във валутни курсове или външни икономически условия - чрез данни за договорната валута, плащанията, курса към релевантната дата, транспорта и митата; въздействието се измерва като ефекта върху действително платената или дължимата сума без двойно отчитане;
6. други фактори извън контрола на търговеца - чрез документи за събитието и същественото му влияние; признава се само доказаното, съществено и конкретно въздействие за единица.

Чл. 18. Увеличението на разходите за труд по чл. 68н, ал. 6, т. 2 от ЗЗП се оценява самостоятелно. То не се отхвърля само защото произтича от решение на търговеца, като се проверяват действителността, относимостта и съразмерният му ефект.

Чл. 19. (1) Промяна на търговски марж, цел за печалба, маркетингова политика, изравняване с конкурентни цени или общо позоваване на инфлация не са сами по себе си обективни икономически фактори.

(2) Пазарен индекс може да подкрепи проверката, но не доказва конкретен разход.

Чл. 20. Един и същ ефект не се признава два пъти. Когато промяна в доставната цена вече включва транспортен или валутен ефект, тя не се увеличава повторно със същия транспортен или валутен компонент.

Глава седма
РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕРКАТА И ДОКУМЕНТИРАНЕ

Чл. 21. (1) Проверката завършва с мотивирана фактическа констатация съгласно Приложение № 1 за всяка проверявана стока или услуга, че е налице една от следните хипотези:

1. няма установено увеличение спрямо сравним предходен период;
2. увеличението е икономически обосновано - доказани са пряка причинна връзка и съразмерност;
3. увеличението е икономически необосновано - липсва доказан фактор, причинна връзка или съразмерност;
4. прилага се презумпцията по чл. 68н, ал. 4 от ЗЗП поради неизпълнение в допълнителния срок по чл. 68о, ал. 4 от ЗЗП.

Чл. 22. (1) Констатацията съдържа най-малко идентификация на стоката или услугата, избрания сравним предходен период, базовата цена P_0, повишената цена P_1, размера на увеличението I, заявените фактори и мотивите за тяхното признаване или непризнаване, метода и документите за определяне на нетното доказано въздействие E, размера на необяснената част U, обсъждане на относимите обяснения и доказателства, представени от търговеца, и на противоречията в събраните доказателства, когато има такива, както и заключение. Използва се изчислителният лист по Приложение № 1.

(2) Установените несъответствия и непълноти се описват конкретно. Когато информацията може да бъде допълнена, се прилага чл. 68о, ал. 4 от ЗЗП. Липсваща стойностна разбивка не се замества с общ пазарен индекс.

Чл. 23. (1) Преди приключване на проверката се осъществява повторна проверка, която обхваща идентичността на продукта, избрания сравним предходен период, базовата цена P_0, повишената цена P_1, размера на увеличението I, заявените фактори и мотивите за тяхното признаване или непризнаване, метода и документите за определяне на нетното доказано въздействие E, размера на необяснената част U, обсъждане на относимите обяснения и доказателства, представени от търговеца, както и на противоречията в събраните доказателства, когато има такива. Резултатите от повторната проверка се отбелязват в контролния лист по Приложение № 2.

(2) Информацията се съхранява, използва и предоставя при условията на чл. 68о, ал. 6-9 от ЗЗП. При съставянето на документите във връзка с проверката се осигурява ясно разграничаване между общодостъпните данни и защитената информация.

Глава осма
МОНИТОРИНГ И ПОДБОР НА СЛУЧАИ ЗА ПРОВЕКА

Чл. 24. (1) Комисията за защита на потребителите може да осъществява мониторинг и анализ на пазара (включително чрез автоматизирани средства) за подбор на случаи за проверка въз основа на следните критерии: размера и честотата на увеличението на редовната цена, обхвата на засегнатите потребители, значението на стоката или услугата, постъпилите жалби и сигнали, повторяемостта на увеличенията и отклонението от пазарните показатели.

(2) Праговете за прилагане на критериите за подбор по ал. 1, ако се използват, са вътрешни организационни показатели. Те не са елемент от състава на нарушението, не създават допустим размер на увеличение и не ограничават правомощията на комисията за извършване на проверки под тези прагове.

Чл. 25. Методиката се прилага еднакво независимо дали случаят е подбран чрез мониторинг, жалба, сигнал, планова проверка или служебно установени данни.

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

§ 1. Методиката се приема на основание чл. 68н, ал. 8 от Закона за защита на потребителите.

§ 2. Председателят на Комисията за защита на потребителите утвърждава технически образци и електронни форми за прилагане на приложенията, без да изменя критериите и правилата на методиката.

Приложение № 1
към чл. 11, т. 2 и чл. 22, ал. 1

ИЗЧИСЛИТЕЛЕН ЛИСТ

I. Идентификация и цени

Поле	**Стойност/описание**
Търговец/ЕИК	
Търговски обект/канал за продажба/територия	
Стока или услуга/код/параметри	
Количество, качество, комплектност и условия на продажба	
Съпоставима единица	
Дата на установеното увеличение	
Дата или период на прилагане на базовата цена P_0	
Избран сравним предходен период	
Основания за избора и съпоставимостта на периода	
Източник за установяване на P_0	
Дата или период на прилагане на повишената цена P_1	
Източник за установяване на P_1	
Проверка за промоционални цени и използвани данни	
Базова цена в левове, когато е приложимо	
Преобразувана стойност на P_0 в евро и изчисление	
P_0 – базова редовна крайна цена в евро	
P_1 – повишена редовна крайна цена в евро	
$I = P_1 - P_0$	
Относително изменение (само с информационна цел)	

II. Стойностна разбивка на P_0 и P_1

Стойностите се посочват за съпоставимата единица и включват всички елементи, формиращи базовата и повишената крайна продажна цена.

Елемент на цената или разхода	**P_0**	**P_1**	**Разлика**	**Основание и документ**
Доставна или производствена стойност				
Разходи за труд				
Енергия, горива и суровини				
Транспорт и логистика				
Други преки разходи				
Разпределени общи разходи				
Данъци, такси и публични задължения				
Търговски марж/печалба				
Други елементи на цената				
Отстъпки, бонуси, кредитни известия и компенсации				
Други намаляващи ефекти				
ОБЩО				

III. Оценка на обективните икономически фактори

Фактор	**Доказателство**	**База/разпределител**	**E_i за единица**
Доставни или производствени разходи			
Труд			
Енергия, горива или суровини			
Данъци, такси или публични задължения			
Валутни курсове или външни икономически условия			
Други фактори извън контрола на търговеца			
Намаляващи ефекти (със знак минус)			
Нетно доказано въздействие E			

IV. Последователна преценка за всеки заявен фактор

Фактор	**Относимост**	**Причинна връзка**	**Стойностно измерване**	**Времево съответствие**	**Признат E_i**

V. Решаващ тест

Показател	**Формула / критерий**	**Резултат**
Размер на увеличението	$I = P_1 - P_0$	
Нетно доказано въздействие	$E = \Sigma E_i$	
Необяснена част	$U = I - E$	
Причинна връзка	Доказана/недоказана	
Времево съответствие	Доказано/недоказано	
Заключение	$U \leq 0$ и доказана пряка, съразмерна и времева връзка → икономически обосновано; иначе → икономически необосновано	

VI. КОНСТАТИВЕН ПРОТОКОЛ

Мотиви и заключение

Признати фактори и мотиви	
Непризнати фактори и мотиви	
Постъпили противоречиви доказателства, когато има такива	
Окончателна фактическа констатация	

Бележка. *Отрицателните стойности се включват със знак минус. Не се допуска механично събиране на проценти или двойно отчитане. Всяка стойност се отнася към една и съща съпоставима единица.*

Когато стойността на U е положителна, тя показва частта от увеличението, която не е покрита от нетното доказано въздействие на икономическите фактори. Когато U е нула или има отрицателна стойност, необяснена част от увеличението няма.

Приложение № 2
към чл. 23, ал. 1

КОНТРОЛЕН ЛИСТ ЗА ПРОВЕРКА

Проверяващ: _____ Дата: _____

Втори контрол: _____ Дата: _____

I. КОНТРОЛНИ ВЪПРОСИ

	Контролен въпрос	**Резултат**	**Бележка**
1.	Идентифицирани ли са търговецът, обектът/каналът и стоката/услугата?	□ Да □ Не	
2.	Еднакви ли са количество, качество, комплектност и условия?	□ Да □ Не	
3.	Определен и мотивиран ли е сравнимият предходен период?	□ Да □ Не	
4.	Отделени ли са промоционалните цени и изключени ли са от P_0 и P_1?	□ Да □ Неприл.	
5.	Установени ли са редовните P_0, P_1, датите и надеждните източници?	□ Да □ Не	
6.	Има ли увеличение $I = P_1 - P_0$?	□ Да □ Не	
7.	Издадено ли е конкретно разпореждане по чл. 68о, ал. 1?	□ Да □ Не	
8.	Спазен ли е първоначален срок най-малко 5 работни дни?	□ Да □ Не	
9.	При непълнота дадени ли са указания и допълнителен срок 5-10 работни дни?	□ Да □ Неприл.	
10.	За всеки фактор установени ли са относимост, причинност, стойност и време?	□ Да □ Не	
11.	Приспаднати ли са отстъпки, бонуси и други намаляващи ефекти?	□ Да □ Неприл.	
12.	Обсъдени ли са постъпилите противоречиви доказателства, когато има такива?	□ Да □ Не	
13.	Извършена ли е повторна проверка по чл. 23, ал. 1 относно идентичността на стоката или услугата, сравнимия период, аритметиката, двойното отчитане и съответствието между доказателствата и изводите?	□ Да □ Не	

II. ФАКТИЧЕСКА КОНСТАТАЦИЯ:

МОТИВИ:

Приложение № 3
към чл. 10, ал. 3

МИНИМАЛНО СЪДЪРЖАНИЕ НА РАЗПОРЕЖДАНЕТО ПО ЧЛ. 68о от ЗЗП

1. Правно основание, проверка или производство.

2. Точна идентификация на адресата.

3. Стока или услуга, обект или канал, установени P_0 и P_1, период и източници.

4. Изрично искане за начина на определяне на P_0 и P_1 и стойностното изражение на всички елементи на двете цени.

5. Списък само на относимите първични документи и електронни данни.

6. Искане за обяснение и доказателства за разпределянето на общи разходи.

7. Искане за отстъпки, бонуси, компенсации и други ефекти, водещи до намаляване на цената.

8. Формат за данните - Приложение № 2 и машинночетима таблица при множество позиции.

9. Първоначален срок, определен при съобразяване с критериите по чл. 10, ал. 2, който не може да бъде по-кратък от 5 работни дни, както и начин и място на предоставяне на информацията.

10. Указване на задължението по чл. 68о, ал. 5 от ЗЗП и невъзможността за отказ поради тайна по чл. 68о, ал. 6 от ЗЗП при гаранциите по чл. 68о, ал. 7-9 от ЗЗП.

11. При непълнота - отделни, конкретни указания и допълнителен срок от 5 до 10 работни дни.