ПРОЕКТ!

МЕТОДИКА

за извършване на преценка за икономическа обоснованост на увеличението на цените и за определяне на сравним предходен период по чл. 68н, ал. 8 от Закона за защита на потребителите

Глава първа
ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Чл. 1. (1) С тази методика се определят редът и начинът за извършване от контролните органи на преценката 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) Промоционалните цени не се проверяват по тази методика 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.

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 от ценови мониторинг, пазарните индекси и цените на други търговци служат за подбор на случаи за проверка. Те не доказват сами по себе си нито икономическа обоснованост, нито нарушение.

(3) Контролният орган прилага 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. (1) 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.

Глава трета
ОПРЕДЕЛЯНЕ НА СРАВНИМ ПРЕДХОДЕН ПЕРИОД

Чл. 6. (1) 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. (1) 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 поради обекти, канали или групи 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 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 трябва да могат да бъдат установени от обявлението, 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 период, източникът на редовната цена и причините за съпоставимостта се записват изрично в контролния лист по приложение № 1. Ако има два разумни периода, контролният орган проверява чувствителността на резултата и мотивира избора на по-подходящия.

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 и 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 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 ЗЗП приключва за съответната стока или услуга с мотивирана констатация.

Чл. 10. (1) След установяване на увеличение длъжностните лица издават разпореждане по чл. 68о ЗЗП. Разпореждането индивидуализира стоката или услугата, обекта или канала, базовата и повишената редовна цена, периода и конкретно необходимата информация.

(2) Първоначалният срок не може да е по-кратък от 5 работни дни.

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

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

Чл. 11. (1) По правило се изискват само данни, относими към конкретното увеличение, включително:

1. описание на начина на ценообразуване преди и след увеличението;
2. стойностна разбивка на всички елементи на P_0 и P_1 по приложение № 2;
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. Тя служи за потвърждение, допълване или проверка, но не замества доказването на начина, по който факторът е засегнал конкретния търговец.

(2) При голям масив от еднородни увеличения може да се използва представителна извадка за фактическата проверка. Правната констатация и санкционната индивидуализация се правят за всяка стока, услуга или обект съобразно закона и събраните доказателства.

Глава пета
ПРЕЦЕНКА НА ИКОНОМИЧЕСКАТА ОБОСНОВАНОСТ

Чл. 13. (1) Преценката на икономическата обоснованост се извършва последователно чрез:

1. установяване на относимостта - дали посоченото обстоятелство е обективен икономически фактор по чл. 68н, ал. 6 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 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 се приспадат всички пряко свързани намаления, включително отстъпки, бонуси, кредитни известия, компенсации, субсидии, поевтиняване на други взаимнозаменяеми входове 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. (1) 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 съществеността му влияние; признава се само доказаното, съществено и конкретно въздействие за единица.

Чл. 18. (1) Увеличението на разходите за труд се оценява самостоятелно по чл. 68н, ал. 6, т. 2 ЗЗП. 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. (1) 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
РЕЗУЛТАТ И ДОКУМЕНТИРАНЕ

Чл. 21. (1) Проверката завършва с мотивирана фактическа констатация за всяка проверявана стока или услуга, че:

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. се прилага презумпцията по чл. 68н, ал. 4 ЗЗП поради неизпълнение в допълнителния срок по чл. 68о, ал. 4 ЗЗП.

Чл. 22. (1) Констатацията съдържа най-малко идентификация на стоката или услугата, избрания сравним период, P_0 и P_1, I, заявените и признатите фактори, метода и документите за E, U, обсъждане на възраженията и заключение. Използва се изчислителният лист по приложение № 2.

(2) Съмненията или непълнотите се описват конкретно. Когато информацията може да бъде допълнена, се прилага чл. 68о, ал. 4 ЗЗП. Липсваща стойностна разбивка не се замества с общ пазарен индекс.

Чл. 23. (1) Преди приключване на проверката второ длъжностно лице извършва проверка на идентичността на продукта, сравнимия период, аритметиката, двойното отчитане и съответствието между доказателствата и изводите. Проверката се отбелязва в приложение № 1.

(2) Информацията се съхранява, използва и предоставя при условията на чл. 68о, ал. 6-9 ЗЗП. В работните и публичните материали се отделят общодостъпните данни от защитената информация.

Глава осма
МОНИТОРИНГ И ПОДБОР НА СЛУЧАИ

Чл. 24. (1) Комисията за защита на потребителите може да използва автоматизиран или ръчен мониторинг за подбор на случаи въз основа на размера и честотата на увеличението на редовната цена, обхвата на засегнатите потребители, значението на стоката или услугата, жалбите, сигналите, повторяемостта и отклонението от пазарни индикатори.

Чл. 25. (1) Праговете за подбор, ако се използват, са вътрешни организационни показатели. Те не са елемент от състава на нарушението, не създават допустим размер на увеличение и не ограничават проверка под прага.

Чл. 26. (1) Методиката се прилага еднакво независимо дали случаят е подбран чрез мониторинг, жалба, сигнал, планова проверка или служебно установени данни.

ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

§ 1. Приложения № 1-4 са неразделна част от методиката.

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

§ 3. Методиката се прилага за срока на действие на разпоредбите на чл. 68н-68п ЗЗП, освен ако законът предвиди друго.

Приложение № 1
към § 1

КОНТРОЛЕН ЛИСТ ЗА ПРОВЕРКА

Проверяващ: _____ Дата: _____

Втори контрол: _____ Дата: _____

№	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 възраженията и противоречивите доказателства?	□ Да □ Неприл.	

Приложение № 2
към § 1

ИЗЧИСЛИТЕЛЕН ЛИСТ

А. Идентификация и цени

Поле	Стойност
Търговец / ЕИК	
Обект / канал / територия	
Стока или услуга / код / параметри	
Съпоставима единица	
Сравним предходен период и мотиви	
Проверка за промоционални цени	
P_0 - базова редовна крайна цена	
P_1 - повишена редовна крайна цена	
$I = P_1 - P_0$	
Относително изменение (информационно)	

Б. Фактори и въздействие

Фактор	Основание и документ	База/разпределител	E_i за единица
Доставни/производствени разходи			
Труд			
Енергия/горива/суровини			
Данъци/такси/публични задължения			
Валута/външни условия			
Други фактори			
Намаляващи ефекти (с минус)			
Нетно доказано въздействие E			

В. Решаващ тест

Показател	Формула	Резултат
Размер на увеличението	$I = P_1 - P_0$	
Нетно доказано въздействие	$E = \Sigma E_i$	
Необяснена част	$U = I - E$	
Заключение	$U \leq 0$ и доказана времева/причинна връзка → обосновано; иначе → необосновано	

Бележка: Отрицателните стойности се включват със знак минус. Не се допуска механично събиране на проценти или двойно отчитане.

Приложение № 3
към § 1

МИНИМАЛНО СЪДЪРЖАНИЕ НА РАЗПОРЕЖДАНЕТО ПО ЧЛ. 68о 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 намаляващи ефекти.

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

9. Първоначален срок не по-кратък от 5 работни дни, начин и място на предоставяне.

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

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

Приложение № 4
към § 1

ПРИМЕРИ

Пример 1 - търговия на дребно

Обичайната цена на продукт е P_0 = 2,30 евро/бр., а новата цена е P_1 = 2,60 евро/бр. I = 0,30 евро. Нетната доставна цена се е увеличила с 0,18 евро/бр. Логистичният разход, доказано разпределен към продукта, се е увеличил с 0,03 евро/бр. E = 0,21 евро; U = 0,09 евро. Общото позоваване на инфлация не добавя доказан ефект. Увеличението не е доказано като съразмерно; необяснената част е 0,09 евро/бр.

Пример 2 - услуга с труд и енергия

Цена за еднаква услуга се увеличава от 40,00 на 43,00 евро. I = 3,00 евро. Доказано увеличение на труда за една услуга е 2,20 евро, а на енергията - 0,90 евро. Получена компенсация намалява енергийния ефект с 0,10 евро. E = 2,20 + 0,90 - 0,10 = 3,00 евро; U = 0. При доказано времево съответствие увеличението е икономически обосновано.

Пример 3 - изключване на промоционалните цени

Редовната цена преди 10-дневна промоция е 5,00 евро, промоционалната цена е 4,00 евро, а редовната цена след промоцията е 5,20 евро. Промоционалната цена не се използва като P_0 или P_1 и възстановяването на редовната цена не се проверява като увеличение от 4,00 на 5,20 евро. Сравняват се двете редовни цени - 5,00 и 5,20 евро; проверяваното увеличение на редовната цена е 0,20 евро.

Пример 4 - промяна на разфасовка

Опаковка 500 g на цена 3,00 евро се заменя с 450 g на цена 2,90 евро. Съпоставката е за килограм: P_0 = 6,00 евро/kg; P_1 = 6,4444 евро/kg; I = 0,4444 евро/kg. Намалената цена на опаковката не изключва увеличение на единичната цена.

Пример 5 - общ разход без надеждно разпределяне

Търговецът посочва увеличение на наема на централен офис, но не показва как то влияе върху конкретната стока и използва разпределител, създаден след започване на проверката без данни за обем или оборот. Факторът може да е реален, но конкретното му въздействие E_i не е доказано и не се признава стойностно.