

Інформація про врахування пропозицій і зауважень громадськості за результатами проведення електронних консультацій з громадськістю щодо проєкту розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Порядку проведення опитувань споживачів під час розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), дослідження ринку»

№	Текст проєкту розпорядження «Про затвердження Порядку проведення опитувань споживачів під час розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), дослідження ринку» (далі – Порядок)	Пропозиції/зауваження (запропонована редакція) учасників консультацій з громадськістю	Автор пропозицій/зауваження	Результати розгляду пропозицій/зауважень	Редакція Порядку з урахуванням пропозицій/зауважень
	Розділ I. Загальні положення				
1	Відсутня	<p>3. Анкети опитування належать до письмових доказів у розумінні статті 41 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та мають надаватися для ознайомлення особам, які беруть (брали) участь у справі під час ознайомлення з матеріалами справи.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> вважаємо за необхідне визначити процесуальний статус анкет, а також надати особам, які беруть (брали) участь у справі, право ознайомлення з ними</p>	ТОВ «лайфселл»	<p>Не враховано</p> <p>Права осіб, які беруть участь у справі, визначені у статті 40 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (далі – Закон), серед яких – право ознайомлюватися з матеріалами справи.</p> <p>Пунктом 16 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (із змінами) (далі – Правила), передбачено, що особи, які беруть (брали) участь у справі, мають право ознайомлюватися з матеріалами</p>	

				справи після одержання копії подання з попередніми висновками в справі.	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	<p>Не враховано</p> <p>Права осіб, які беруть участь у справі, визначені в статті 40 Закону, серед яких – право ознайомлюватися з матеріалами справи.</p> <p>Пунктом 16 Правил передбачено, що особи, які беруть (брали) участь у справі, мають право ознайомлюватися з матеріалами справи після одержання копії подання з попередніми висновками в справі.</p>	
	3. У цьому Порядку терміни вживаються в такому значенні:				
2	Відсутня	<p>Доповнити проект Розпорядження положенням, яке закріплюватиме необхідність отримання і фіксування в анкеті такої інформації: прізвище та по батькові, адресу реєстрації, номер телефону, адресу електронної пошти (для паперових анкет), а також, за можливості, реквізити документа, що ідентифікує особу.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> опитування, по суті, може розглядатись як специфічна форма одержання пояснень відповідно до статті 41 Закону «Про захист економічної конкуренції». Для того, щоб одержана під час опитування інформація мала властивості належного й допустимого доказу, мала доказову цінність, джерело отриманої інформації має бути</p>	Асоціація правників України	<p>Не враховано</p> <p>Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним із основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p> <p>Можливість взяти участь в опитуванні анонімно є однією з важливих гарантій свободи вираження думки, яка покликана, зокрема, сприяти отриманню достовірної та правдивої інформації від споживачів.</p> <p>Анонімність забезпечує право особи на те, щоб її ідентичність під час участі в опитуванні була</p>	

		<p>встановлено, тобто особа, яка надає пояснення, має бути ідентифікована й відповідні дані мають бути відображені в анкеті так само, як такі дані відображаються у протоколі пояснень при отриманні пояснень особи.</p> <p>Незабезпечення такої ідентифікації ставить під загрозу достовірність відображених в анкеті даних, неможливість підтвердження самого факту отримання пояснень, їх уточнення, за потреби, що може повністю нівелювати їх доказове значення й звести нанівець значні зусилля й ресурси, витрачені органами Комітету на проведення опитування.</p>		<p>невідомою. Адже важливим фактором, який впливає на небажання особи (споживача) висловити свою думку щодо предмета опитування, є небезпека доступу сторонніх осіб до її персональних даних (зокрема під час судового розгляду).</p> <p>Так, враховуючи вимоги пунктів 1, 2, 6 частини першої статті 11 Закону України «Про захист персональних даних», суб'єкт персональних даних - споживач не зацікавлений у наданні згоди на обробку персональних даних, оскільки його потреба в захисті життєво важливих інтересів, основоположних прав і свобод, у зв'язку з обробкою його даних Комітетом як володільцем персональних даних переважатимуть над інтересами Комітету під час проведення опитування споживачів.</p> <p>Отже, ідентифікація учасників опитування шляхом зазначення їхніх персональних даних в анкетах значною мірою ускладнить процес збору інформації у споживачів, оскільки значна кількість може відмовитися надавати свої персональні дані та надавати згоду на їх обробку.</p>	
3	анкета опитування (далі – анкета) – оформлений у паперовій або електронній формі перелік питань з варіантами відповідей на	анкета опитування (далі – анкета) – документ оформлений у паперовій або електронній формі, який містить перелік запитань з варіантами відповідей на них, обов'язкові для	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність –	анкета опитування (далі – анкета) – документ , оформлений у паперовій або електронній формі, який містить перелік запитань з варіантами відповідей на них, обов'язкових для

	них, на які споживач надає відповіді;	<p>заповнення реквізити інтерв'юера та споживача, зокрема прізвище, ім'я, ім'я по батькові (за наявності) та підписи, дату та місце складення анкети, мету опитування та інші обов'язкові відомості передбачені цим Порядком, та підготовлений за формою, встановленою додатком 8 до Порядку.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> з метою мінімізації ризику фальсифікацій анкет пропонуємо вказати більшу кількість обов'язкових до заповнення реквізитів.</p>		<p>проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p> <p>Разом із тим, з метою запобігання ризикам фальсифікацій анкет, Порядком передбачено:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) відповідальність працівників Комітету та/або територіальних відділень Комітету, які проводять опитування (в т. ч. інтерв'юерів), за невиконання або неналежне виконання своїх посадових обов'язків та вимог Порядку (пункт 11 розділу VI); 2) обов'язок інтерв'юера проставити особистий підпис на кожній анкеті для підтвердження факту отримання у споживача відповідей на питання анкети (додаток 9); 3) проставлення учасником опитування особистого підпису як у випадку заповнення анкети власноруч, так і в разі заповнення анкети інтерв'юером зі слів учасника опитування (пункт 4 розділу V). 	<p><u>заповнення, посаду, прізвище, власне ім'я та по батькові (за наявності) інтерв'юера, ім'я (за згодою) споживача та їх особисті підписи, дату та місце складення анкети, мету опитування та інші обов'язкові відомості передбачені цим Порядком;</u></p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано частково</p> <p>Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним із основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p>	

				<p>Разом із тим, з метою запобігання ризикам фальсифікацій анкет Порядком передбачено:</p> <p>1) відповідальність працівників Комітету та/або територіальних відділень Комітету, які проводять опитування (в т. ч. інтерв'юерів), за невиконання або неналежне виконання своїх посадових обов'язків та вимог Порядку (пункт 11 розділу VI);</p> <p>2) обов'язок інтерв'юера проставити особистий підпис на кожній анкеті для підтвердження факту отримання у споживача відповідей на питання анкети (додаток 9);</p> <p>3) проставлення учасником опитування особистого підпису як у випадку заповнення анкети власноруч, так і в разі заповнення анкети інтерв'юером зі слів учасника опитування (пункт 4 розділу V).</p>	
4	анкетування – метод отримання інформації шляхом відповідей споживачів на запитання попередньо підготовлених анкет;	анкетування – спосіб проведення опитування шляхом відповідей споживачів на запитання попередньо підготовлених анкет.	ТОВ «лайфселл»	Враховано	анкетування – <u>спосіб проведення опитування</u> шляхом <u>запису</u> відповідей споживачів на запитання попередньо підготовлених анкет;
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	

5	інтерв'юер – працівник Комітету або територіального відділення Комітету, який проводить безпосереднє опитування споживачів та відповідає за дотримання порядку його проведення;	інтерв'юер – працівник Комітету або територіального відділення Комітету, який проводить безпосереднє опитування споживачів, відповідає за дотримання порядку його проведення та не був залучений до розгляду справи / дослідження ринку стосовно якого проводиться опитування. <u>Обґрунтування:</u> інтерв'юер, залучений до розгляду справи/дослідження ринку, щодо якого проводиться опитування, не має бути залучений до опитування, адже тільки так можна забезпечити незалежність споживачів при наданні відповідей.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	інтерв'юер – працівник Комітету або <u>його</u> територіального відділення, який проводить безпосереднє опитування споживачів, відповідає за дотримання порядку його проведення <u>та який не здійснював збирання доказів (відповідної інформації) під час розгляду справи/проведенні дослідження ринку, у якій/якому проводиться опитування;</u>
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	

6	опитування – метод збору інформації для дослідження фактичних обставин, що підлягають встановленню під час розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), дослідження ринків;	опитування – метод збору інформації для дослідження думки споживачів щодо питань поставлених в анкеті, які стосуються предмету справи / дослідження ринку. <u>Обґрунтування:</u> опитування не може бути методом збору інформації про фактичні обставини, воно лише є вираженням думки опитаних споживачів.	ТОВ «лайфселл»	<p>Не враховано</p> <p>Відповідно до частини першої статті 41 Закону доказами у справі можуть бути будь-які фактичні дані, які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення. Ці дані встановлюються: поясненнями сторін і третіх осіб, поясненнями службових осіб та громадян, письмовими доказами, речовими доказами і висновками експертів.</p> <p>Згідно із частиною другою статті 41 Закону збір доказів здійснюється Комітетом, його територіальними відділеннями незалежно від місцезнаходження доказів.</p> <p>Органи Комітету самостійно визначають джерела та засоби, необхідні для повного й об'єктивного з'ясування обставин справи (постанови Верховного суду від 13.10.2020 у справі № 908/3340/19, від 18.02.2021 у справі № 910/450/20).</p> <p>Отже, результати опитування в сукупності з іншими доказами можуть підтвердити наявність або відсутність порушень.</p>	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	<p>Не враховано</p> <p>Відповідно до частини першої статті 41 Закону доказами у справі можуть бути будь-які фактичні дані, які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення. Ці дані встановлюються: поясненнями</p>	

				<p>сторін і третіх осіб, поясненнями службових осіб та громадян, письмовими доказами, речовими доказами і висновками експертів.</p> <p>Згідно з частиною другою статті 41 Закону збір доказів здійснюється Комітетом, його територіальними відділеннями незалежно від місцезнаходження доказів.</p> <p>Органи Комітету самостійно визначають джерела та засоби, необхідні для повного й об'єктивного з'ясування обставин справи (постанови Верховного суду від 13.10.2020 у справі № 908/3340/19, від 18.02.2021 у справі № 910/450/20).</p> <p>Отже, результати опитування в сукупності з іншими доказами можуть підтвердити наявність або відсутність порушень.</p>	
7	Відсутня	<p>продукція - товар, робота, послуга щодо якого проводиться опитування.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> введено як визначення для правової визначеності поняття, адже надалі зустрічається в декільком місцях.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Враховано</p>	<p><u>продукція – товар, робота, послуга щодо якого/якої проводиться опитування;</u></p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано</p>	

8	специфічний товар – продукт, який придбаває обмежене коло споживачів (промислове обладнання, спеціальні вузькопрофільні послуги тощо) або коли кількість покупців відповідного товару на ринку обмежена з інших причин;	Незрозумілим залишається критерій «обмеженості», що створює ситуацію правової невизначеності.	ТОВ «лайфселл»	Враховано	<u>специфічна продукція – товар, робота, послуга щодо якого/якої проводиться опитування та який/яка задовольняє потреби певного кола</u> споживачів (промислове обладнання, спеціальні вузькопрофільні послуги тощо) або коли кількість покупців <u>відповідної продукції</u> на ринку обмежена з інших причин;
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	
9	споживач – особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію (товар, роботу, послугу) і є учасником опитування;	споживач – особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію і є учасником опитування; <u>Обґрунтування:</u> редакційні правка з огляду на пропозицію ввести окреме визначення «продукції» вище.	ТОВ «лайфселл»	Враховано	споживач – <u>фізична або юридична</u> особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію і є учасником опитування;
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	
	Розділ II. Мета проведення опитування споживачів				
10	1. Під час проведення розслідувань у справах про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) та під час проведення досліджень ринків у Комітеті та/або територіальних відділеннях Комітету може виникати потреба в отриманні	1. Під час проведення розслідувань у справах про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) та під час проведення досліджень ринків у Комітеті та/або територіальних відділеннях Комітету може виникати потреба в отриманні додаткових доказів, зокрема для визначення впливу певних обставин на ринкову поведінку споживачів, зокрема, що:	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	1. Під час проведення розслідувань у справах про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) та під час проведення дослідження ринку в Комітеті та/або територіальних відділеннях Комітету може виникати потреба в отриманні додаткових доказів (<u>інформації</u>) для встановлення фактичних обставин, зокрема впливу <u>таких</u> обставин на

	<p>додаткових доказів для встановлення фактичних обставин, зокрема характеру впливу певних обставин на ринкову поведінку споживачів, зокрема, що:</p>	<p><u>Обґрунтування:</u> опитування не може бути методом збору інформації про фактичні обставини, воно лише є вираженням думки опитаних споживачів.</p>			<p>поведінку споживачів в умовах конкуренції, зокрема:</p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано частково</p>	
11	<p>використання в господарському обігу певних позначень (імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань тощо), на думку споживачів, може призвести до сплутування певних товарів, робіт або послуг;</p>	<p>використання в господарському обігу певних позначень (імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань тощо), на думку споживачів, може призвести до сплутування певної продукції;</p> <p><u>Обґрунтування:</u> редакційна правка, адже вище введено термін «продукція».</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Враховано</p>	<p>що використання позначень (імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань тощо), на думку споживачів, може призвести до змішування продукції одного суб'єкта господарювання з продукцією іншого суб'єкта господарювання;</p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано</p>	

12	інформація, яка поширювалась, містить певний підтекст, що впливає/або може вплинути на намір споживача щодо придбання чи реалізації товарів, робіт, послуг відповідного суб'єкта господарювання;	інформація, яка поширювалась, може вплинути на намір споживача щодо придбання чи реалізації товарів, робіт, послуг відповідного суб'єкта господарювання. <u>Обґрунтування:</u> незрозумілим є поняття «асоціативного рівня», а також зв'язок між неоднозначністю сприйняття інформації та впливу на намір щодо придбання.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	<u>що</u> інформація, яка поширювалась, вплинула або може вплинути на намір споживача щодо придбання чи реалізації товарів, робіт, послуг відповідного суб'єкта господарювання;
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	
	Розділ III. Основні принципи проведення опитування споживачів 1. Основними принципами проведення опитування є:				
13	анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати;	Виключити <u>Обґрунтування:</u> оскільки результати опитування використовуються як докази, забезпечення принципу анонімності створює ризик фальсифікацій опитувань. Крім того, анонімність анкет не дасть змогу забезпечити принцип проходження одного опитування однією особою, що передбачений п. 2 цього розділу.	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати. Можливість взяти участь в опитуванні анонімно є однією з важливих гарантій свободи вираження думки, яка покликана, зокрема сприяти отриманню достовірної та правдивої інформації від споживачів. Анонімність забезпечує право особи на те, щоб її ідентичність під	

				<p>час участі в опитуванні була невідомою. Адже важливим фактором, який впливає на небажання особи (споживача) висловити свою думку щодо предмета, опитування є небезпека доступу сторонніх осіб до її персональних даних (зокрема під час судового розгляду).</p> <p>Так, враховуючи вимоги пунктів 1, 2, 6 частини першої статті 11 Закону України «Про захист персональних даних», суб'єкт персональних даних - споживач не зацікавлений в наданні згоди на обробку персональних даних, оскільки його потреба в захисті життєво важливих інтересів, основоположних прав і свобод, у зв'язку з обробкою його даних Комітетом як володільцем персональних даних переважатимуть над інтересами Комітету під час проведення опитування споживачів.</p> <p>Отже, ідентифікація учасників опитування шляхом зазначення їхніх персональних даних в анкетах значною мірою ускладнить процес збору інформації у споживачів, оскільки значна кількість може відмовитися надавати свої персональні дані та надавати згоду на їх обробку.</p>	
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Не враховано</p> <p>Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування</p>	

				<p>споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p> <p>Можливість взяти участь в опитуванні анонімно є однією з важливих гарантій свободи вираження думки, яка покликана, зокрема сприяти отриманню достовірної та правдивої інформації від споживачів.</p> <p>Анонімність забезпечує право особи на те, щоб її ідентичність під час участі в опитуванні була невідомою. Адже важливим фактором, який впливає на небажання особи (споживача) висловити свою думку щодо предмета, опитування є небезпека доступу сторонніх осіб до її персональних даних (зокрема під</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>час судового розгляду).</p> <p>Так, враховуючи вимоги пунктів 1, 2, 6 частини першої статті 11 Закону України «Про захист персональних даних», суб'єкт персональних даних - споживач не зацікавлений в наданні згоди на обробку персональних даних, оскільки його потреба в захисті життєво важливих інтересів, основоположних прав і свобод, у зв'язку з обробкою його даних Комітетом як володільцем персональних даних переважатимуть над інтересами Комітету під час проведення опитування споживачів.</p> <p>Отже, ідентифікація учасників опитування шляхом зазначення їхніх персональних даних в анкетах значною мірою ускладнить процес збору інформації у споживачів, оскільки значна кількість може відмовитися надавати свої персональні дані та надавати згоду на їх обробку.</p>	
--	--	--	--	--	--

14	безсторонність – посадові особи Комітету і територіального відділення Комітету повинні вживати заходів щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів у своїй діяльності, пов'язаній з проведенням опитування, у порядку, визначеному Законом України «Про запобігання корупції».	<p>Виключити <u>Обґрунтування:</u> незалежність опитування є однією з гарантій об'єктивності його результатів. Тому ані працівники АМКУ, ані члени їх сімей не можуть брати участь в опитуванні. Принцип безсторонності не надає такої гарантії.</p>	ТОВ «лайфселл»	Враховано	<u>Виключено</u>
15	Відсутня	<p>Пункт 1 розділу III проекту Розпорядження доповнити: достовірність - використання в анкетах якісних, тотожних до наданих сторонами у справі матеріалів, що уможливають належне сприйняття інформації споживачами. <u>Обґрунтування:</u> додано з метою забезпечення об'єктивності опитувань.</p>	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково Додано до пункту 10 розділу VI Порядку.	<u>10. У випадку порівняння декількох матеріальних об'єктів (упаковок, торговельних марок (знаків для товарів і послуг) тощо) питання та графічне зображення мають бути одночасно наявними у споживача під час заповнення анкети. Таке зображення обов'язково має бути кольоровим та належної якості (якщо це впливає на об'єктивне відображення матеріальних об'єктів) та тотожним за своїм кольором, розміром, форматом та якістю матеріальному об'єкту, щодо якого проводиться опитування, що забезпечить належне сприйняття інформації споживачами.</u>
16	Відсутня	Пункт 1 розділу III проекту Розпорядження доповнити: незалежність - заборона працівників Антимонопольного комітету та його територіальних відділень, членів їх сімей приймати	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	<u>незалежність – заборона працівникам Комітету та його територіальних відділень брати участь в опитуванні в ролі споживача та/або проводити опитування в приміщенні Комітету</u>
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торговельна палата в Україні	Враховано	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торговельна палата в Україні	Враховано частково Додано до пункту 10 розділу VI Порядку.	

		<p>участь в опитування в ролі споживача та/або проводити опитування на території Антимонопольного комітету / його територіальних відділень.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> Додано з метою усунення потенційного конфлікту інтересів.</p>			<u>та/або його територіальних відділень;</u>
		«інформація, доступ до якої обмежено»	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	
17	Відсутня	<p>Пункт 1 розділу III проекту Розпорядження доповнити:</p> <p>однозначність - питання анкети та відповіді на них (за наявності) мають бути сформованими таким чином, який би дозволяв споживачу чітко усвідомлювати суть питання та диференціювати варіанти відповіді на нього (за наявності).</p> <p><u>Обґрунтування:</u> додано з метою забезпечення об'єктивності опитувань.</p>	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Вимоги до питань анкети передбачені пунктом 4 розділу VI Порядку, зокрема підпунктами 2-4.	
		«інформація, доступ до якої обмежено»	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Вимоги до питань анкети передбачені пунктом 4 розділу VI Порядку, зокрема підпунктами 2-4.	
18	3. Відповідь, надана споживачем, є остаточною та не може бути змінена чи відкликана.	Відповідь, зафіксована в анкеті, не може бути змінена чи відкликана. Це не позбавляє особу надати додаткові пояснення з власної ініціативи чи за зверненням органу Комітету, особи, яка бере участь у справі, надавати додаткові пояснення щодо наданих відповідей, з питань анкети та проведення опитування. Такі	Асоціація правників України	Не враховано Під час встановлення фактичних обставин у справі/під час проведення дослідження ринку, зокрема з метою визначення впливу певних обставин на ринкову поведінку споживачів, важливим є перше, на асоціативному рівні, сприйняття	

		<p>пояснення споживача враховуються нарівні з іншими доказами у справі.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> таке обмеження може розширено тлумачитись так, що особа також не може надати додатково інформацію, яка може змінювати зафіксовану в анкеті відповідь. У такому випадку це буде суперечити самим принципам об'єктивності й всебічності розслідування. У процесі опитування учасник знаходиться під впливом багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів (наприклад, часові обмеження, психоемоційний та фізичний стан, і т. д.), які можуть стати причиною неможливості згадати або небажання правдиво пояснити певні обставини, що є предметом питань при опитуванні. Не завжди можна при формуванні питань анкети передбачити фактори, які мають значення для коректного формулювання й пояснення питання особі для надання ним точної, повної та достовірної відповіді. Про такі фактори може стати відомо в подальшому й це може потребувати уточнення відповідей. За відсутності такої можливості опитування залишиться поверховим, неточним і неоднозначним, на нього неможливо буде покладатися як на достовірний доказ, у результаті воно втратить свої доказове значення.</p>		<p>споживачем досліджуваного об'єкта.</p> <p>У той же час можливість зміни чи відкликання споживачем відповідей, зафіксованих в анкеті, може створити певні ризики впливу осіб, які беруть участь у справі, на волевиявлення споживача з метою зміни чи відкликання його відповідей.</p>	
--	--	--	--	--	--

19	4. Врахуванню підлягають анкети, які підготовлені відповідно до вимог цього Порядку та містять: відповіді на усі чи окремі поставлені питання, які не можуть становити менше половини загального обсягу питань; підпис споживача та інтерв'юера або інший спосіб посвідчення електронної анкети; назву населеного пункту, де здійснюється опитування; дату її заповнення; інші обов'язкові реквізити анкет.	4. Врахуванню підлягають анкети, які підготовлені у відповідності до вимог цього Порядку та містять: відповіді на усі чи окремі поставлені питання, які не можуть становити менше половини від загального обсягу питань, ім'я, прізвище, ім'я по батькові (за наявності) , підпис споживача та інтерв'юера або інший спосіб посвідчення електронної анкети, назву населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату його проведення, інші обов'язкові реквізити анкет . <u>Обґрунтування:</u> отримання анонімних анкет є недопустимим, адже такі відповіді споживача неможливо перевірити.	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	
20	5. Результати проведеного опитування відображаються у звіті (у відсотковому співвідношенні).	5. Результати проведеного опитування відображаються у звіті (у відсотковому та натуральному співвідношенні).	ТОВ «лайфселл»	Враховано	5. Результати проведеного опитування відображаються у звіті (у відсотковому та натуральному співвідношенні).
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	
	Розділ IV. Організація проведення опитування споживачів				

21	<p>9. Доручення Голови Комітету, першого заступника (заступників Голови Комітету), державного уповноваженого Комітету про проведення опитування готується на підставі службової записки структурного підрозділу Комітету, відповідального за розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проведення дослідження ринку, а у випадку надання доручення головою територіального відділення Комітету – на підставі службової записки структурного підрозділу територіального відділення Комітету.</p>	<p>9. Доручення Голови Комітету, першого заступника (заступників Голови Комітету), державного уповноваженого Комітету про проведення опитування готується на підставі службової записки структурного підрозділу Комітету, відповідального за розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проведення дослідження ринку, а у випадку надання доручення головою територіального відділення Комітету – на підставі службової записки структурного підрозділу територіального відділення Комітету, у якій зазначаються: <u>Обґрунтування:</u> необхідно повернути до попередньої редакції, адже службова записка є тим документом, з якого вбачається доцільність, причина та мета проведення опитування.</p> <p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p> <p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Не враховано Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).</p> <p>Не враховано Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).</p>	
----	--	---	--	---	--

22	Відсутня	<p>1) інформація про справу, яка розглядається, або предмет проведення дослідження ринку;</p> <p>2) цілі та мета проведення опитування;</p> <p>3) П.І.Б. посадової особи Комітету або територіального відділення Комітету, відповідальної за проведення опитування;</p> <p>4) територіальні межі, місце проведення опитування (супермаркети, торговельні центри, аптеки тощо);</p> <p>5) кількість споживачів, яких потрібно опитати, а також обмеження щодо проведення опитування серед певних груп населення, вікові обмеження споживачів, зокрема щодо алкогольної продукції тощо;</p> <p>6) строки проведення опитування;</p> <p>7) обґрунтування, що предметом дослідження є специфічний товар;</p> <p>8) інша можлива інформація, яка потрібна для забезпечення належного проведення опитування.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> необхідно повернути до попередньої редакції, адже службова записка є тим документом, з якого вбачається доцільність, причина та мета проведення опитування.</p>	ТОВ «лайфселл»	<p>Не враховано</p> <p>Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).</p>	
		«інформація, доступ до якої обмежено»	Американська торгівельна палата в Україні	<p>Не враховано</p> <p>Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними</p>	

				підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).	
23	10. Державний уповноважений Комітету під час дослідження ринку, а також у разі якщо ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) виявлено на ринку товарів (робіт, послуг), територіальні (географічні) межі якого охоплюють територію держави або декількох регіонів, звертається зі службовою запискою до Голови Комітету про необхідність проведення опитування працівниками територіальних відділень Комітету.	25) Державний уповноважений Комітету під час дослідження ринку, а також у разі, якщо ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) виявлено на ринку товарів (робіт, послуг), територіальні (географічні) межі якого охоплюють територію держави або декількох регіонів, звертається зі службовою запискою до Голови Комітету про потребу проведення опитування працівниками територіальних відділень, у якій зазначаються: <u>Обґрунтування:</u> необхідно повернути до попередньої редакції, адже службова записка є тим документом, з якого вбачається доцільність, причина та мета проведення опитування.	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).	

24	Відсутня	<p>інформація про справу, яка розглядається, або предмет проведення дослідження ринку; П.І.Б. посадової особи територіального відділення Комітету, відповідальної за проведення опитування; територіальні межі, місце проведення опитування (супермаркети, торговельні центри, аптеки тощо); обґрунтування, що предметом дослідження є специфічний товар; строки проведення опитування.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> необхідно повернути до попередньої редакції, адже службова записка є тим документом, з якого вбачається доцільність, причина та мета проведення опитування.</p>	ТОВ «лайфселл»	<p>Не враховано</p> <p>Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).</p>	
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	Американська торгівельна палата в Україні	<p>Не враховано</p> <p>Службова записка є документом, який використовується для листування між структурними підрозділами Комітету (або керівництвом) для виконання поставлених завдань (управлінських рішень).</p>	

25	<p>11. Якщо предметом дослідження є специфічний товар, опитування може проводитися шляхом надсилання споживачам такого товару запитів про надання інформації. У такому випадку кількість споживачів, яких необхідно залучити до опитування, визначається Комітетом та/або територіальним відділенням Комітету в кожному конкретному випадку окремо.</p>	<p>11. Якщо предметом дослідження є специфічний товар, опитування може проводитися шляхом надсилання споживачам такого товару анкет із пропозицією надати відповіді. У такому випадку кількість споживачів, яких необхідно залучити до опитування, визначається Комітетом та/або територіальним відділенням Комітету в кожному конкретному випадку окремо. <u>Обґрунтування:</u> вказаний пункт протирічить «добровільності участі в опитування», адже відповідь на запит про надання інформації є обов'язковою. Тому пропонуємо виключити пункт, або викласти в запропонованій редакції.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Враховано частково</p>	<p>5. Якщо предметом <u>проведення дослідження ринку чи розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції)</u> є <u>специфічна продукція</u>, опитування може проводитися шляхом надсилання <u>засобами поштового чи електронного зв'язку</u> споживачам такої продукції <u>листа із пропозицією надати відповіді на поставлені питання</u>. У такому випадку кількість споживачів, яких необхідно залучити до опитування, визначається Комітетом та/або територіальним відділенням Комітету в кожному конкретному випадку окремо.</p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано частково</p>	
	<p>Розділ V. Етапи та порядок проведення опитування споживачів</p>				

26	<p>3. Підготовка питань для включення їх до анкети здійснюється в такому порядку:</p> <p>1) Голова Комітету, перший заступник (заступник Голови Комітету), державний уповноважений Комітету, голова територіального відділення Комітету, який здійснює розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), повідомляють осіб, які беруть участь у справі, про проведення опитування;</p>	<p>1) Голова Комітету, перший заступник (заступник Голови Комітету), державний уповноважений Комітету, голова територіального відділення Комітету, який здійснює розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), повідомляють осіб, які беруть участь у справі, про ініціювання проведення опитування; Обґрунтування: необхідно отримати сповіщення на стадії ініціювання для можливості надати запитання до анкет.</p>	ТОВ «лайфселл»	<p>Враховано частково</p> <p>Шляхом викладення в новій редакції відповідних положень розділу.</p>	<p>3. У разі проведення опитування під час розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), підготовка питань для включення їх до анкети здійснюється в такому порядку:</p> <p>1) органи Комітету, які здійснюють розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції), повідомляють осіб, які беруть участь у справі, про намір провести опитування;</p>
		<p>Виключити Голову АМКУ та першого заступника, заступника Голови АМКУ з переліку суб'єктів, що здійснюють дії, передбачені пп. 1) та 4) п. 3 Розділу V Порядку.</p> <p>Обґрунтування: пропонуємо врахувати відмінності між функціями й повноваженнями Голови АМКУ, першого заступника й заступників Голови АМКУ та функціями й повноваженнями державних уповноважених АМКУ.</p> <p>Відповідно до статей 16 та 17 Закону «Про Антимонопольний комітет України» розгляд справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, організація і проведення розслідувань є повноваженнями державного уповноваженого, у т. ч. який може бути також Головою АМКУ чи заступником Голови АМКУ.</p>	Асоціація правників України	<p>Враховано частково</p> <p>Шляхом викладення в новій редакції відповідних положень розділу.</p>	

		<p>Ці відмінності можуть виглядати, на перший погляд, не суттєвими, проте вони є надзвичайно важливими, оскільки відображають процесуальну самостійність державного уповноваженого за проведення розслідування й невтручання в таку його процесуальну діяльність керівництва АМКУ. Фіксування зворотного у Проекті Порядку не відповідатиме положенням Закону та ст. 19 Конституції України і самій ідеї принаймні часткового розмежування розслідування і прийняття рішень як важливого елемента в забезпеченні неупередженості й об'єктивності розслідувань, а відтак ефективності й незалежності АМКУ.</p>			
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано частково Шляхом викладення в новій редакції відповідних положень розділу.</p>	

27	4) Голова Комітету, перший заступник (заступник Голови Комітету), державний уповноважений Комітету або голова територіального відділення Комітету може врахувати або відхилити пропозиції до питань, що запропоновані особами, які беруть участь у справі;	4) Голова Комітету, перший заступник (заступник Голови Комітету), державний уповноважений Комітету або голова територіального відділення Комітету може врахувати або відхилити, з обов'язковим зазначенням причин відхилення , пропозиції до питань, що запропоновані особами, які беруть участь у справі, про що письмово повідомити осіб, які беруть участь у справі.	ТОВ «лайфселл»	<p>Не враховано</p> <p>Комітет самостійно формує перелік питань до анкети опитування, які в подальшому дозволять всебічно, повно та об'єктивно дослідити фактичні обставини справи.</p> <p>Обов'язковість обґрунтування причин відхилення запропонованих сторонами питань може створити умови для:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) нав'язування певної думки заінтересованих осіб, які беруть участь у справі; 2) своєрідного «тиску» на працівників Комітету, які повинні бути неупередженими під час розслідування справ; 3) штучного «затягування» законодавчо встановлених строків розгляду справи. 	
		<p>Виключити Голову АМКУ та першого заступника, заступника Голови АМКУ з переліку суб'єктів, що здійснюють дії, передбачені пп. 1) та 4) п. 3 Розділу V Порядку.</p> <p><u>Обґрунтування:</u> пропонуємо врахувати відмінності між функціями й повноваженнями Голови АМКУ, першого заступника й заступників Голови АМКУ та функціями й повноваженнями державних уповноважених АМКУ.</p> <p>Відповідно до статей 16 та 17 Закону «Про Антимонопольний комітет України» розгляд справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, організація і проведення розслідувань є</p>	Асоціація правників України	<p>Не враховано</p> <p>Цей пункт виключено з розділу V Порядку.</p>	

		<p>повноваженнями державного уповноваженого, у т. ч. який може бути також Головою АМКУ чи заступником Голови АМКУ.</p> <p>Ці відмінності можуть виглядати, на перший погляд, не суттєвими, проте вони є надзвичайно важливими, оскільки відображають процесуальну самостійність державного уповноваженого за проведення розслідування й невторчання в таку його процесуальну діяльність керівництва АМКУ. Фіксування зворотного у Проекті Порядку не відповідатиме положенням Закону та ст. 19 Конституції України і самій ідеї принаймні часткового розмежування розслідування і прийняття рішень як важливого елемента в забезпеченні неупередженості й об'єктивності розслідувань, а відтак ефективності й незалежності АМКУ.</p>			
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Не враховано</p> <p>Комітет самостійно формує перелік питань до анкети опитування, які в подальшому дозволять всебічно, повно та об'єктивно дослідити фактичні обставини справи. Обов'язковість обґрунтування причин відхилення запропонованих сторонами питань може створити умови для:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) нав'язування певної думки заінтересованих осіб, які беруть участь у справі; 2) своєрідного «тиску» на працівників Комітету, які повинні 	

				бути неупередженими під час розслідування справ; 3) штучного «затягування» законодавчо встановлених строків розгляду справи.	
28	5) працівники Комітету та/або територіальних відділень Комітету відповідальні за проведення опитування, формують перелік питань для включення їх до анкети з урахуванням пропозицій осіб, які беруть участь у справі (у разі їх надання)	5) працівники Комітету та/або територіальних відділень Комітету відповідальні за проведення опитування, формують перелік питань для включення їх до анкети з урахуванням схвалених пропозицій осіб, які беруть участь у справі (у разі їх надання).	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Комітет самостійно формує перелік питань до анкети опитування, які в подальшому дозволять всебічно, повно та об'єктивно дослідити фактичні обставини справи. Обов'язковість обґрунтування причин відхилення запропонованих сторонами питань може створити умови для: 1) нав'язування певної думки заінтересованих осіб, які беруть участь у справі; 2) своєрідного «тиску» на працівників Комітету, які повинні бути неупередженими під час розслідування справ; 3) штучного «затягування» законодавчо встановлених строків розгляду справи.	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Комітет самостійно формує перелік питань до анкети опитування, які в подальшому дозволять всебічно, повно та об'єктивно дослідити фактичні обставини справи. Обов'язковість обґрунтування причин відхилення запропонованих сторонами питань може створити умови для: 1) нав'язування певної думки заінтересованих осіб, які беруть участь у справі;	

				2) своєрідного «тиску» на працівників Комітету, які повинні бути неупередженими під час розслідування справ; 3) штучного «затягування» законодавчо встановлених строків розгляду справи.	
	4. Анкетування із застосуванням паперових анкет здійснюється в такому порядку:				
29	4) інтерв'юер пропонує учаснику опитування заповнити примірник анкети власноруч або надати відповіді на питання анкети усно;	4) інтерв'юер пропонує учаснику опитування заповнити примірник анкети власноруч або надати відповіді на питання анкети усно. У разі надання усних відповідей на питання анкети споживач у будь-якому випадку має власноруч вказати в анкеті прізвище, ім'я, ім'я по батькові (за наявності) та проставити власний підпис. <u>Обґрунтування:</u> вказане доповнення забезпечить можливість переконатися, що відповіді надавали різні споживачі.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	4) інтерв'юер пропонує учаснику опитування заповнити примірник анкети власноруч або надати відповіді на запитання анкети усно. <u>У разі надання усних відповідей на питання анкети, споживач має особисто підписати таку анкету;</u>
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	
30	5) у разі заповнення анкети учасником опитування власноруч інтерв'юер перевіряє, чи надав учасник опитування відповіді на поставлені питання, чи підписана анкета учасником опитування, чи зазначено назву населеного	5) у разі заповнення анкети учасником опитування власноруч інтерв'юер перевіряє, чи надав учасник опитування відповіді на поставлені питання, чи проставлено підпис, чи зазначено прізвище, ім'я, ім'я по батькові (за наявності), контактні дані чи підписана анкета учасником опитування, чи зазначено назву	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	

	<p>пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, чи заповнено споживачем інші реквізити анкети. У разі потреби інтерв'юер пропонує учаснику опитування усунути недоліки під час заповнення анкети;</p>	<p>населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, чи заповнено споживачем інші реквізити анкети. У разі потреби інтерв'юер пропонує учаснику опитування усунути недоліки під час заповнення анкети; <u>Обґрунтування:</u> отримання анонімних анкет є недопустимим, адже такі відповіді споживача неможливо перевірити.</p>		<p>Разом із тим Порядок містить положення, які передбачають:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проставлення учасником опитування особистого підпису як у випадку заповнення анкети власноруч, так і в разі заповнення анкети інтерв'юером зі слів учасника опитування (пункт 4 розділу V); 2) обов'язок інтерв'юера проставити особистий підпис на кожній анкеті для підтвердження факту отримання у споживача відповідей на питання анкети (додаток 9). 	
	<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>		<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Не враховано</p> <p>Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p> <p>Разом із тим Порядок містить положення, які передбачають:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проставлення учасником опитування особистого підпису як у випадку заповнення анкети власноруч, так і в разі заповнення анкети інтерв'юером зі слів учасника опитування (пункт 4 розділу V); 2) обов'язок інтерв'юера проставити особистий підпис на кожній анкеті для підтвердження факту отримання у споживача 	

				відповідей на питання анкети (додаток 9).	
31	б) у разі надання учасником опитування відповідей на питання анкети усно інтерв'юер фіксує ці відповіді в анкеті, зазначає назву населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, інші реквізити анкети, про що учасник опитування робить відповідну позначку в анкеті («Заповнено інтерв'юером зі слів учасника опитування») та проставляє власний підпис;	б) у разі надання учасником опитування відповідей на питання анкети усно інтерв'юер фіксує ці відповіді в анкеті, зазначає назву населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, контактні дані споживача , інші реквізити анкети, про що учасник опитування робить відповідну позначку в анкеті («Заповнено інтерв'юером зі слів учасника опитування»).	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	
32	Відсутня	Інтерв'юер відповідає за дотримання порядку проведення опитування;	ТОВ «лайфселл»	Не враховано У пункті 11 розділу VI Порядку визначено, що працівники (в т. ч. інтерв'юер) Комітету та/або територіальних відділень Комітету, які проводять опитування, несуть передбачену законом відповідальність за невиконання або неналежне виконання своїх посадових обов'язків та вимог цього Порядку.	

		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано У пункті 11 розділу VI Порядку визначено, що працівники (в т. ч. інтерв'юер) Комітету та/або територіальних відділень Комітету, які проводять опитування, несуть передбачену законом відповідальність за невиконання або неналежне виконання своїх посадових обов'язків та вимог цього Порядку.	
	із застосуванням електронних анкет здійснюється в такому порядку:				
33	1) у разі використання електронних анкет на офіційному вебсайті Комітету та/або територіальних відділень Комітету опитування здійснюється з дотриманням вимог до змісту паперових анкет, визначених цим Порядком;	1) У разі використання електронних анкет на офіційному вебсайті Комітету та/або територіальних відділень Комітету опитування здійснюється з дотриманням вимог до змісту паперових анкет, визначених цим Порядком. У разі використання електронних анкет доступ до опитування має бути необмеженим та відкритим для будь-яких споживачів.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	1) у разі використання електронних анкет на офіційному вебсайті Комітету та/або територіальних відділень Комітету, опитування здійснюється з дотриманням вимог до змісту паперових анкет, визначених цим Порядком. <u>У разі використання електронних анкет, доступ до опитування має бути необмеженим щодо кількості учасників опитування та відкритим для будь-яких споживачів (крім випадків, коли існує необхідність обмеження щодо проведення опитування серед певних груп населення, вікові обмеження споживачів, зокрема щодо алкогольної продукції тощо);</u>
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	

34	4) верифікація учасника та реєстрація його відповідей під час опитування із застосуванням електронної анкети може здійснюватися з використанням адреси його особистої електронної поштової скриньки (імейлу).	4) Верифікація учасника та реєстрація його відповідей під час опитування із застосуванням електронної анкети здійснюється з використанням адреси його особистої електронної поштової скриньки (імейлу) або номеру мобільного телефону та інших особистих (персональних) даних, що вимагаються Порядком. <u>Обґрунтування:</u> пропонуємо додати верифікацію за допомогою номера мобільного телефону, вказане, на нашу думку, зменшить кількість відповідей, наданих однією особою. Крім того, виходячи з формулювання такий спосіб буде правом, а не обов'язком Комітету, тобто його впровадження можливе після технічної реалізації. Також доцільно розглянути опитування за допомогою інших способів ідентифікації, наприклад Дія.Підпис.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	4) верифікація учасника та реєстрація його відповідей під час опитування із застосуванням електронної анкети <u>здійснюється, зокрема,</u> з використанням адреси його особистої електронної поштової скриньки (імейла) <u>або номера засобів його мобільного зв'язку.</u>
35	11. Відповідальна за проведення опитування посадова особа Комітету аналізує звіти, надані територіальними відділеннями Комітету, та готує звіт за результатами проведеного опитування за формою, визначеною в додатку 5 до цього Порядку. Звіт долучається	11. Відповідальна за проведення опитування посадова особа Комітету аналізує звіти, надані територіальними відділеннями Комітету, та готує звіт за результатами проведеного опитування за формою, визначеною в додатку 5 до цього Порядку; зазначений звіт затверджує державний уповноважений, який розглядає справу про порушення законодавства про захист економічної	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	11. Відповідальна за проведення опитування посадова особа Комітету <u>узагальнює результати опитування,</u> надані територіальними відділеннями Комітету <u>у звітах,</u> та готує <u>підсумковий</u> звіт за формою, визначеною в додатку 5 до цього Порядку. <u>Такий звіт погоджує державний уповноважений Комітету, який розглядає справу про порушення законодавства про</u>

	до матеріалів відповідної справи та/або відповідного дослідження ринку.	конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проводить дослідження ринку; звіт долучається до матеріалів відповідної справи та/або відповідного дослідження ринку. <u>Обґрунтування:</u> Пропонуємо залишити попередню редакцію, адже так забезпечується контроль за правильністю складання документів.			<u>захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проводить дослідження ринку;</u> звіт долучається до матеріалів справи або дослідження ринку.
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	
36	12. Відповідальна за проведення опитування посадова особою Відділення, якій доручено збирання та аналіз доказів у справі та/або проведення дослідження ринку, у рамках яких проводилось опитування, готує звіт за результатами проведеного опитування за формою, визначеною в додатку 5 до цього Порядку. Звіт долучається до матеріалів відповідної справи та/або відповідного дослідження ринку.	12. Відповідальна за проведення опитування посадова особою Відділення, якій доручено збирання та аналіз доказів у справі та/або проведення дослідження ринку, у рамках яких проводилось опитування, готує звіт за результатами проведеного опитування за формою, визначеною в додатку 5 до цього Порядку; зазначений звіт затверджує голова цього територіального відділення; звіт долучається до матеріалів відповідної справи та/або відповідного дослідження ринку. <u>Обґрунтування:</u> пропонуємо залишити попередню редакцію, адже так забезпечується контроль за правильністю складання документів.	ТОВ «лайфселл»	Враховано	12. Відповідальна за проведення опитування посадова особа територіального відділення Комітету, якій доручено збирання та аналіз доказів у справі або проведення дослідження ринку, у <u>межах</u> яких проводилось опитування, готує <u>підсумковий</u> звіт за результатами проведеного опитування за формою, визначеною в додатку <u>6</u> до цього Порядку. <u>Такий звіт затверджує голова цього територіального відділення;</u> звіт долучається до матеріалів справи або дослідження ринку.
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	

37	13. Результати опитування з використанням електронної анкети оформлюються протоколом за формою, визначеною в додатку 6 до цього Порядку. Протокол долучається до матеріалів відповідної справи та/або відповідного дослідження ринку.	13. Результати опитування з використанням електронної анкети оформлюються протоколом за формою, визначеною в додатку 6 до цього Порядку, який складають та підписують три працівники відповідного структурного підрозділу Комітету, затверджує державний уповноважений, що розглядає справу про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проводить дослідження ринку; протокол долучається до матеріалів справи та/або відповідного дослідження ринку. <u>Обґрунтування:</u> пропонуємо залишити попередню редакцію, адже так забезпечується контроль за правильністю складання документів.	ТОВ «лайфселл»	Враховано частково	13. Результати опитування, <u>що проводилося на офіційному вебсайті Комітету</u> з використанням електронної анкети оформлюються протоколом за формою, визначеною в додатку 7 до цього Порядку, <u>протокол складають та підписують три працівники відповідного структурного підрозділу Комітету, та погоджує державний уповноважений Комітету, що розглядає справу про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (про захист від недобросовісної конкуренції) або проводить дослідження ринку;</u> протокол долучається до матеріалів справи або дослідження ринку.
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано частково	
38	14. Результати опитування з використанням електронної анкети оформлюються протоколом, складеним за формою, визначеною в додатку 7 до цього Порядку. Протокол долучається до матеріалів відповідної справи та/або	14. Результати опитування з використанням електронної анкети оформлюються протоколом за формою, визначеною в додатку 7 до цього Порядку, який складають та підписують три працівники відповідного територіального відділення, затверджує голова цього територіального відділення; протокол долучається до матеріалів відповідної	ТОВ «лайфселл»	Враховано	14. Результати опитування, <u>що проводилося на офіційному вебсайті територіального відділення Комітету</u> з використанням електронної анкети оформлюються протоколом за формою, визначеною в додатку 8 до цього Порядку, <u>який складають та підписують три працівники відповідного територіального відділення</u>

	<p>відповідного дослідження ринку.</p>	<p>справи та/або відповідного дослідження ринку. <u>Обґрунтування:</u> пропонуємо залишити попередню редакцію, адже так забезпечується контроль за правильністю складання документів.</p>			<p><u>Комітету, затверджує голова цього територіального відділення;</u> протокол долучається до матеріалів справи або дослідження ринку.</p>
	<p>Розділ VI. Вимоги до анкети опитування 1. Анкета оформлюється згідно з додатком 8 до цього Порядку та складається з трьох частин:</p>	<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано</p>	
<p>39</p>	<p>1) вступної частини, у якій зазначається Комітет та/або назва територіального відділення Комітету, що проводить опитування, мета опитування, власне ім'я споживача (за згодою). Зміст вступної частини має бути стислим та лаконічним, розмір шрифту – не меншим ніж розмір шрифту питань анкети;</p>	<p>1) Вступна частина, у якій зазначається Комітет та/або територіальне відділення Комітету, що проводить опитування, принципи опитування та мета опитування, прізвище, ім'я, по-батькові (за наявності) споживача, контактні дані, згода споживача на обробку його персональних даних та надання доступу до них особам, які беруть (брали) участь у справі в межах якої використовуватимуться результати опитування. Зміст вступної частини має бути стислим та лаконічним, розмір шрифту – не меншим, ніж розмір шрифту питань анкети. <u>Обґрунтування:</u> отримання анонімних анкет є недопустимим, адже такі відповіді споживача неможливо перевірити.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.</p>	

		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Згідно з пунктом 1 розділу III Порядку одним з основних принципів проведення опитування споживачів є анонімність – проведення анкетування без зазначення відомостей про споживача, за якими його можна ідентифікувати.	
40	3) заключної частини, у якій споживач проставляє власний підпис (за винятком електронної анкети), дату заповнення анкети та назву населеного пункту, де проводиться опитування, інтерв'юєр проставляє власний підпис та зазначає власне ім'я, прізвище.	3) Заключна частина, у якій споживач проставляє власний підпис (за винятком електронної анкети), дату заповнення анкети та назву населеного пункту, де проводиться опитування. У разі використання електронних анкет їх підписання здійснюється за допомогою електронного підпису у вигляді одноразового пароля. Пропонуємо також розглянути можливість використовувати Дія.Підпис.	ТОВ «лайфселл»	Не враховано Порядок проведення анкетування із застосуванням електронних анкет передбачає, що верифікація учасника та реєстрація його відповідей під час опитування із застосуванням електронної анкети здійснюється, зокрема, з використанням адреси його особистої електронної поштової скриньки (імейла) або номера засобів його мобільного зв'язку (підпункт 4 пункту 6 розділу V Порядку).	
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано Порядок проведення анкетування із застосуванням електронних анкет передбачає, що верифікація учасника та реєстрація його відповідей під час опитування із застосуванням електронної анкети здійснюється, зокрема, з використанням адреси його особистої електронної поштової скриньки (імейлу) або номеру засобів його мобільного зв'язку (підпункт 4 пункту 6 розділу V Порядку).	

41	<p>8. Питання з доданим до них переліком відповідей повинно міститися на одній сторінці. Не дозволяється переносити на іншу сторінку частину варіантів відповідей або зображення об'єкта, щодо якого ставиться питання.</p>	<p>8. Питання з доданим до них переліком відповідей повинно міститися на одній сторінці. Не можна переносити на іншу сторінку частину варіантів відповідей, або зображення об'єкта, щодо якого ставиться питання. У разі розміщення зображення об'єкта, щодо якого ставиться питання разом із питанням та відповідями на питання на одній сторінці призведе до спотворювати враження про оригінальне зображення об'єкта, зображення об'єкта має бути надруковане на окремій сторінці таким чином, щоб споживач відповідаючи на питання мав змогу бачити зображення об'єкта. <u>Обґрунтування:</u> вважаємо дане уточнення суттєвим, адже воно спрямоване на поліпшення сприйняття зображення споживачем.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Враховано частково</p>	<p>8. Питання з доданим до них переліком відповідей повинно міститися на одній сторінці. Не можна переносити на іншу сторінку частину варіантів відповідей, або зображення об'єкта, щодо якого ставиться питання. <u>У разі, якщо розміщення зображення об'єкта, щодо якого ставиться питання, разом із питанням та доданим до нього переліком відповідей на одній сторінці призведе до спотворення враження про оригінальне зображення об'єкта, зображення об'єкта має бути надруковане на окремій сторінці таким чином, щоб споживач відповідаючи на питання мав змогу бачити зображення об'єкта.</u></p>
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торгівельна палата в Україні</p>	<p>Враховано частково</p>	

42	<p>10. У випадку порівняння декількох матеріальних об'єктів (упаковок, торговельних марок (знаків для товарів і послуг) тощо) питання та графічне зображення мають бути одночасно наявними у споживача під час заповнення анкети. Таке зображення обов'язково має бути кольоровим та належної якості (якщо це впливає на об'єктивне відображення матеріальних об'єктів) та тотожним за своїм кольором, розміром, форматом та якістю матеріальному об'єкту, щодо якого проводиться опитування.</p>	<p>10. У випадку порівняння декількох матеріальних об'єктів (упаковки, знака для товарів та послуг тощо) питання та графічне зображення мають бути одночасно наявними у споживача під час заповнення анкети. Таке зображення обов'язково має бути тотожним за кольором, розміром, форматом та якістю, матеріалам, які розповсюджуються учасниками справи або надавалися учасниками справи Комітету.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Не враховано Поточна редакція Порядку достатньо широко розкриває вимоги щодо матеріальних об'єктів, які можуть бути включені до анкети.</p>	
		<p><i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i></p>	<p>Американська торговельна палата в Україні</p>	<p>Не враховано Поточна редакція Порядку достатньо широко розкриває вимоги щодо матеріальних об'єктів, які можуть бути включені до анкети.</p>	
43	<p>Відсутня</p>	<p>12. Інтерв'юерам забороняється заповнювати замість споживачів чи з їх слів інформацію про прізвище, ім'я, по-батькові (за наявності) споживача та проставляти за нього підпис. <u>Обґрунтування:</u> вказане дозволить перевірити, що кожна з анкет заповнювали різні споживачі.</p>	<p>ТОВ «лайфселл»</p>	<p>Не враховано У підпункті 6 пункту 4 розділу V Порядку передбачено, що в разі надання учасником опитування відповідей на питання анкети усно, інтерв'юер фіксує ці відповіді в анкеті, зазначає назву населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, інші реквізити анкети, про що учасник опитування робить відповідну позначку в анкеті («Заповнено інтерв'юером зі слів учасника опитування») та проставляє особистий підпис.</p>	

		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Не враховано У підпункті 6 пункту 4 розділу V Порядку передбачено, що в разі надання учасником опитування відповідей на питання анкети усно, інтерв'юер фіксує ці відповіді в анкеті, зазначає назву населеного пункту, де здійснюється опитування, та дату заповнення анкети, інші реквізити анкети, про що учасник опитування робить відповідну позначку в анкеті («Заповнено інтерв'юером зі слів учасника опитування») та проставляє особистий підпис.	
44	Відсутня	Необхідно передбачити залучення спеціалізованих організацій до опитування споживачів, які мають необхідні спеціальні знання і досвід проведення соціологічних опитувань. <u>Обґрунтування:</u> зазначене сприятиме якості таких опитувань та більшій об'єктивності результатів.	Асоціація правників України	Не враховано Порядок визначає загальні вимоги та процедуру проведення виключно до опитувань споживачів, які проводить Комітет і територіальні відділення Комітету.	
45	Відсутня	Пропонуємо доповнити звіт полем «інша інформація (за наявності)».	ТОВ «лайфселл»	Враховано	Враховано у додатках 3, 4, 5 та 6 Порядку
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	
46	Відсутня	У формі додатка вказати трьох підписантів, щоб уникнути непорозумінь.	ТОВ «лайфселл»	Враховано	Враховано у додатках 7 та 8 Порядку
		<i>«інформація, доступ до якої обмежено»</i>	Американська торгівельна палата в Україні	Враховано	

