

CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 35/2020/NĐ-CP

Hà Nội, ngày 24 tháng 3 năm 2020

CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ	
ĐẾN	Giờ: ...C..... Ngày: 25/3/2020..

NGHỊ ĐỊNH**Quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh***Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015;**Căn cứ Luật Cạnh tranh ngày 12 tháng 6 năm 2018;**Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương;**Chính phủ ban hành Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh.***Chương I****NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG****Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

Nghị định này quy định chi tiết các Điều 9, 10, 13, 26, 31, 32, 33, 36, 56 và 82 của Luật Cạnh tranh.

Điều 2. Giải thích từ ngữ

1. Kiểm soát, chi phối doanh nghiệp hoặc một ngành, nghề của doanh nghiệp khác là khi thuộc một trong các trường hợp sau:

a) Doanh nghiệp mua lại giành được quyền sở hữu trên 50% vốn điều lệ hoặc trên 50% cổ phần có quyền biểu quyết của doanh nghiệp bị mua lại;

b) Doanh nghiệp mua lại giành được quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng trên 50% tài sản của doanh nghiệp bị mua lại trong toàn bộ hoặc một ngành, nghề kinh doanh của doanh nghiệp bị mua lại đó;

c) Doanh nghiệp mua lại có một trong các quyền sau:

- Trực tiếp hoặc gián tiếp quyết định bổ nhiệm, miễn nhiệm hoặc bãi nhiệm đa số hoặc tất cả thành viên hội đồng quản trị, chủ tịch hội đồng thành viên, giám đốc hoặc tổng giám đốc của doanh nghiệp bị mua lại;

- Quyết định sửa đổi, bổ sung điều lệ của doanh nghiệp bị mua lại;

- Quyết định các vấn đề quan trọng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bị mua lại bao gồm việc lựa chọn hình thức tổ chức kinh doanh; lựa chọn ngành, nghề, địa bàn, hình thức kinh doanh; lựa chọn điều chỉnh quy mô và ngành, nghề kinh doanh; lựa chọn hình thức, phương thức huy động, phân bổ và sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp đó.

2. Nhóm doanh nghiệp liên kết về tổ chức và tài chính (sau đây gọi chung là nhóm doanh nghiệp liên kết) là nhóm các doanh nghiệp cùng chịu sự kiểm soát, chi phối của một hoặc nhiều doanh nghiệp trong nhóm hoặc có bộ phận điều hành chung.

3. Mức thị phần là giá trị bằng số của thị phần của một doanh nghiệp trên thị trường liên quan được xác định theo Điều 10 Luật Cạnh tranh, ví dụ doanh nghiệp có thị phần trên thị trường liên quan là 30 phần trăm (30%) thì mức thị phần của doanh nghiệp đó là 30.

4. Tổng bình phương mức thị phần của các doanh nghiệp trên thị trường liên quan được tính theo công thức sau:

$$\text{Tổng bình phương mức thị phần} = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_{(n)}^2$$

Trong đó: $S_1, \dots, S_{(n)}$ là mức thị phần tương ứng của doanh nghiệp thứ 1 đến doanh nghiệp thứ n.

Ví dụ: Trên cùng một thị trường liên quan có 3 doanh nghiệp có thị phần tương ứng là 30%, 30% và 40%. Tổng bình phương mức thị phần của 3 doanh nghiệp trên thị trường liên quan được xác định là $30^2 + 30^2 + 40^2 = 3400$.

5. Rào cản gia nhập, mở rộng thị trường là những yếu tố gây cản trở sự gia nhập, mở rộng thị trường của doanh nghiệp.

Chương II

XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN VÀ THỊ PHẦN

Mục 1

XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN

Điều 3. Thị trường liên quan

1. Thị trường liên quan được xác định trên cơ sở thị trường sản phẩm liên quan và thị trường địa lý liên quan.

2. Trong quá trình xác định thị trường liên quan, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia có quyền tham vấn ý kiến của các cơ quan quản lý ngành, lĩnh vực, các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân có chuyên môn.

Điều 4. Xác định thị trường sản phẩm liên quan

1. Thị trường sản phẩm liên quan là thị trường của những hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau về đặc tính, mục đích sử dụng và giá cả.

2. Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế cho nhau về đặc tính nếu hàng hóa, dịch vụ đó có sự giống nhau hoặc tương tự nhau về một hoặc một số yếu tố như sau:

- a) Đặc điểm của hàng hóa, dịch vụ;
- b) Thành phần của hàng hóa, dịch vụ;
- c) Tính chất vật lý, hóa học của hàng hóa;
- d) Tính năng kỹ thuật của hàng hóa, dịch vụ;
- đ) Tác dụng phụ của hàng hóa, dịch vụ đối với người sử dụng;
- e) Khả năng hấp thu của người sử dụng;
- g) Tính chất riêng biệt khác của hàng hóa, dịch vụ.

3. Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế cho nhau về mục đích sử dụng nếu hàng hóa, dịch vụ đó có mục đích sử dụng chủ yếu giống nhau.

4. Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế cho nhau về giá cả khi giá của hàng hóa, dịch vụ chênh lệch nhau không quá 5% trong điều kiện giao dịch tương tự. Trường hợp có sự chênh lệch nhau trên 5%, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia xác định hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau về giá cả căn cứ thêm vào một số yếu tố quy định tại khoản 5 hoặc thực hiện theo phương pháp quy định tại khoản 6 Điều này.

5. Trường hợp việc xác định thuộc tính có thể thay thế cho nhau của hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 2, 3, 4 Điều này chưa đủ để kết luận về thị trường sản phẩm liên quan, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia xem xét thêm một hoặc một số yếu tố như sau:

- a) Tỷ lệ thay đổi về cầu của một loại hàng hóa, dịch vụ khi có sự thay đổi về giá của một loại hàng hóa, dịch vụ khác;
- b) Chi phí và thời gian cần thiết để khách hàng chuyển sang mua hoặc sử dụng hàng hóa, dịch vụ khác;
- c) Thời gian sử dụng của hàng hóa, dịch vụ;
- d) Tập quán tiêu dùng;

đ) Các quy định pháp luật tác động đến khả năng thay thế của hàng hóa, dịch vụ;

e) Khả năng phân biệt về mức giá mua, bán đối với các nhóm khách hàng khác nhau;

g) Khả năng thay thế về cung của một loại hàng hóa, dịch vụ theo quy định tại Điều 5 của Nghị định này.

6. Khi cần thiết, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia có thể xác định thuộc tính có thể thay thế cho nhau về giá cả theo phương pháp như sau:

Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế cho nhau về giá cả nếu có ít nhất 35% của một lượng mẫu ngẫu nhiên 1.000 người tiêu dùng sinh sống tại khu vực địa lý liên quan chuyển sang mua hoặc có ý định mua hàng hóa, dịch vụ khác có đặc tính, mục đích sử dụng giống với hàng hóa, dịch vụ mà họ đang sử dụng hoặc có ý định sử dụng trong trường hợp giá của hàng hóa, dịch vụ đó tăng lên quá 10% và được duy trì trong 06 tháng liên tiếp.

Trường hợp số người tiêu dùng sinh sống tại khu vực địa lý liên quan quy định tại điểm này không đủ 1.000 người thì lượng mẫu ngẫu nhiên được xác định tối thiểu bằng 50% tổng số người tiêu dùng trong khu vực địa lý đó.

Điều 5. Xác định khả năng thay thế về cung

Khả năng thay thế về cung là việc các doanh nghiệp đang sản xuất, kinh doanh một loại hàng hóa, dịch vụ có khả năng gia tăng sản lượng, số lượng bán hoặc các doanh nghiệp khác bắt đầu hoặc chuyển sang sản xuất, kinh doanh sản phẩm đó trong thời gian dưới 06 tháng mà không có sự tăng lên đáng kể về chi phí nếu giá cả của hàng hóa, dịch vụ đó tăng lên từ 5% đến 10%.

Điều 6. Xác định thị trường sản phẩm liên quan trong trường hợp đặc biệt

1. Thị trường sản phẩm liên quan trong trường hợp đặc biệt có thể được xác định là thị trường của một hoặc một nhóm hàng hóa, dịch vụ đặc thù căn cứ vào đặc tính của hàng hóa, dịch vụ đó, tập quán tiêu dùng hoặc phương thức giao dịch đặc thù, bao gồm các phương thức có sử dụng công nghệ thông tin.

2. Khi xác định thị trường sản phẩm liên quan trong trường hợp quy định tại khoản 1 Điều này có thể xem xét thêm thị trường của các hàng hóa, dịch vụ bổ trợ cho sản phẩm liên quan.

3. Sản phẩm bổ trợ cho sản phẩm liên quan là các hàng hóa, dịch vụ được sử dụng nhằm nâng cao tính năng, hiệu quả hoặc cần thiết cho việc sử dụng sản phẩm liên quan. Theo đó, khi giá của sản phẩm bổ trợ tăng hoặc giảm thì cầu đối với sản phẩm liên quan sẽ giảm hoặc tăng tương ứng.

Điều 7. Xác định thị trường địa lý liên quan

1. Thị trường địa lý liên quan là khu vực địa lý cụ thể trong đó có những hàng hoá, dịch vụ được cung cấp có thể thay thế cho nhau với các điều kiện cạnh tranh tương tự và có sự khác biệt đáng kể với các khu vực địa lý lân cận.

2. Ranh giới của khu vực địa lý quy định tại khoản 1 Điều này được xác định căn cứ theo yếu tố sau đây:

a) Khu vực địa lý có cơ sở kinh doanh của doanh nghiệp tham gia phân phối hàng hoá, dịch vụ liên quan;

b) Cơ sở kinh doanh của doanh nghiệp khác đóng trên khu vực địa lý lân cận đủ gần với khu vực địa lý quy định tại điểm a khoản này để có thể tham gia cạnh tranh với các hàng hoá, dịch vụ liên quan trên khu vực địa lý đó;

c) Chi phí vận chuyển hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

d) Thời gian vận chuyển hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

đ) Rào cản gia nhập, mở rộng thị trường;

e) Tập quán tiêu dùng;

g) Chi phí, thời gian để khách hàng mua hàng hóa, dịch vụ;

3. Khu vực địa lý được coi là có điều kiện cạnh tranh tương tự và khác biệt đáng kể với các khu vực địa lý lân cận nếu thỏa mãn một trong các tiêu chí sau đây:

a) Chi phí vận chuyển và thời gian vận chuyển làm giá của hàng hóa, dịch vụ tăng không quá 10%;

b) Có sự hiện diện của một trong các rào cản gia nhập, mở rộng thị trường quy định tại Điều 8 của Nghị định này.

Điều 8. Rào cản gia nhập, mở rộng thị trường

Các loại rào cản gia nhập, mở rộng thị trường bao gồm:

1. Rào cản pháp lý tạo ra bởi các quy định của pháp luật, chính sách của nhà nước bao gồm các quy định về thuế nhập khẩu và hạn ngạch nhập khẩu; quy chuẩn kỹ thuật; các điều kiện, thủ tục để sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; quy định về sử dụng hàng hóa, dịch vụ; tiêu chuẩn nghề nghiệp và các quyết định hành chính khác của các cơ quan quản lý nhà nước.

2. Rào cản tài chính bao gồm chi phí đầu tư sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ, khả năng tiếp cận nguồn vốn, tín dụng và các nguồn tài chính khác của doanh nghiệp.