

CHÍNH PHỦ
Số: 116/2005/NĐ-CP

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 15 tháng 9 năm 2005

NGHỊ ĐỊNH

Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Cạnh tranh

CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Luật Cạnh tranh ngày 03 tháng 12 năm 2004;

Căn cứ Pháp lệnh Phí và lệ phí ngày 28 tháng 8 năm 2001;

Căn cứ Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính ngày 02 tháng 7 năm 2002;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Thương mại sau khi thống nhất ý kiến với Chánh án
Tòa án nhân dân tối cao,

NGHỊ ĐỊNH:

Chương I

NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Cạnh tranh về kiểm soát hành vi hạn chế cạnh tranh và tổ tụng cạnh tranh.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Nghị định này được áp dụng đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh (sau đây gọi chung là doanh nghiệp) và hiệp hội ngành nghề hoạt động ở Việt Nam theo quy định tại Điều 2 của Luật Cạnh tranh.

Điều 3. Trách nhiệm cung cấp thông tin

Các cơ quan nhà nước, các tổ chức tài chính, tín dụng, kế toán, kiểm toán và các tổ chức, cá nhân khác có liên quan đến vụ việc cạnh tranh, thủ tục thực hiện các trường hợp đề nghị hưởng miễn trừ có trách nhiệm cung cấp đầy đủ, trung thực, chính xác, kịp thời các thông tin cần thiết theo yêu cầu của cơ quan quản lý cạnh tranh, Hội đồng cạnh tranh.

Chương II

KIỂM SOÁT HÀNH VI HẠN CHẾ CẠNH TRANH

Mục 1

XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN

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 cả về đặc tính, mục đích sử dụng và giá cả.
2. Đặc tính của hàng hóa, dịch vụ được xác định theo một hoặc một số căn cứ sau đây:
 - a) Tính chất vật lý;
 - b) Tính chất hóa học;
 - c) Tính năng kỹ thuật;
 - d) Tác dụng phụ đối với người sử dụng;
 - đ) Khả năng hấp thụ.
3. Mục đích sử dụng của hàng hóa, dịch vụ được xác định căn cứ vào mục đích sử dụng chủ yếu nhất của hàng hóa, dịch vụ đó.
4. Giá cả của hàng hóa, dịch vụ là giá ghi trong hóa đơn bán lẻ theo quy định của pháp luật.
5. Thuộc tính "có thể thay thế cho nhau" của hàng hóa, dịch vụ được xác định như sau:
 - a) Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế cho nhau về đặc tính nếu hàng hóa, dịch vụ đó có nhiều tính chất về vật lý, hóa học, tính năng kỹ thuật, tác dụng phụ đối với người sử dụng và khả năng hấp thụ giống nhau;

b) Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế được cho nhau về mục đích sử dụng nếu hàng hóa, dịch vụ đó có mục đích sử dụng giống nhau;

c) Hàng hóa, dịch vụ được coi là có thể thay thế được cho nhau về giá cả nếu trên 50% 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 1000 người thì lượng mẫu ngẫu nhiên được xác định tối thiểu bằng 50% tổng số người tiêu dùng đó.

6. Trường hợp phương pháp xác định thuộc tính "có thể thay thế cho nhau" của hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 5 Điều này cho kết quả chưa đủ để kết luận thuộc tính "có thể thay thế cho nhau" của hàng hóa, dịch vụ, cơ quan quản lý cạnh tranh, Hội đồng xử lý vụ việc cạnh tranh có quyền xem xét thêm một hoặc một số yếu tố sau đây để xác định thuộc tính "có thể thay thế cho nhau" của hàng hóa, dịch vụ:

a) Tỷ lệ thay đổi của cầu đối với một hàng hóa, dịch vụ khi có sự thay đổi về giá của một hàng hóa, dịch vụ khác;

b) Thời gian cung ứng hàng hóa, dịch vụ ra thị trường khi có sự gia tăng đột biến về cầu;

c) Thời gian sử dụng của hàng hóa, dịch vụ;

d) Khả năng thay thế về cung theo quy định tại Điều 6 của Nghị định này.

7. Trong trường hợp cần thiết, cơ quan quản lý cạnh tranh, Hội đồng xử lý vụ việc cạnh tranh có thể xác định thêm nhóm người tiêu dùng sinh sống tại khu vực địa lý liên quan không thể chuyển sang 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.

Điều 5. Xác định thị trường sản phẩm liên quan trong trường hợp đặc biệt

1. Thị trường sản phẩm liên quan có thể được xác định là thị trường của một loại sản phẩm đặc thù hoặc một nhóm các sản phẩm đặc thù căn cứ vào cấu trúc thị trường và tập quán của người tiêu dùng.

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 sản phẩm bổ trợ cho sản phẩm liên quan.

Sản phẩm được coi là sản phẩm bổ trợ cho sản phẩm liên quan nếu giá của sản phẩm này tăng hoặc giảm thì cầu đối với sản phẩm liên quan sẽ giảm hoặc tăng tương ứng.

Điều 6. Xác định khả năng thay thế về cung

Khả năng thay thế về cung là khả năng của doanh nghiệp đang sản xuất, phân phối một hàng hóa, dịch vụ chuyển sang sản xuất, phân phối hàng hóa, dịch vụ khác trong một khoảng thời gian ngắn và không có sự tăng lên đáng kể về chi phí trong bối cảnh có sự tăng lên về giá của hàng hóa, dịch vụ khác đó.

Điều 7. Xác định thị trường địa lý liên quan

1. Thị trường địa lý liên quan là một khu vực địa lý cụ thể trong đó có các hàng hoá, dịch vụ 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 theo các căn cứ sau đây:

a) Khu vực địa lý có cơ sở kinh doanh của doanh nghiệp tham gia phân phối sản phẩm 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 phân phối sản phẩm liên quan trên khu vực địa lý đó;

c) Chi phí vận chuyển trong khu vực địa lý quy định tại khoản 1 Điều này;

d) Thời gian vận chuyển hàng hóa, cung ứng dịch vụ trong khu vực địa lý quy định tại khoản 1 Điều này;

đ) Rào cản gia nhập thị trường.

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 bán lẻ hàng hóa tăng không quá 10%;

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

Điều 8. Rào cản gia nhập thị trường

Rào cản gia nhập thị trường bao gồm:

1. Sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý theo quy định của pháp luật về sở hữu công nghiệp.

2. Các rào cản về tài chính bao gồm chi phí đầu tư vào sản xuất, phân phối, xúc tiến thương mại hoặc khả năng tiếp cận với các nguồn cung cấp tài chính.

3. Quyết định hành chính của cơ quan quản lý nhà nước.

4. Các quy định về điều kiện kinh doanh, sử dụng hàng hóa, dịch vụ; các chuẩn mực nghề nghiệp.

5. Thuế nhập khẩu và hạn ngạch nhập khẩu.

6. Tập quán của người tiêu dùng.

7. Các rào cản gia nhập thị trường khác.

Mục 2

XÁC ĐỊNH DOANH THU, DOANH SỐ, THỊ PHẦN ĐỂ KIỂM SOÁT HÀNH VI HẠN CHẾ CẠNH TRANH

Điều 9. Doanh thu, doanh số mua vào để xác định thị phần của doanh nghiệp

Doanh thu, doanh số mua vào đối với một loại hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp được xác định theo quy định của pháp luật về thuế, chuẩn mực kế toán Việt Nam và các quy định tại Điều 10, 11 và 12 của Nghị định này.

Điều 10. Doanh thu, doanh số mua vào để xác định thị phần của nhóm doanh nghiệp liên kết trực tiếp về tổ chức và tài chính