

VIỆN HÀN LÂM  
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM  
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

NGUYỄN THỊ ĐAN PHƯƠNG

**PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ QUẢNG CÁO  
THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN TRÊN MẠNG  
INTERNET Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC**

**HÀ NỘI, NĂM 2020**

VIỆN HÀN LÂM  
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM  
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

NGUYỄN THỊ ĐAN PHƯƠNG

**PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ QUẢNG CÁO  
THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN TRÊN MẠNG  
INTERNET Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

Ngành: Luật Kinh tế  
Mã số: 9.38.01.07

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC**

*Người hướng dẫn khoa học:* 1. TS. ĐẶNG VŨ HUÂN  
2. TS. HỒ NGỌC HIỂN

HÀ NỘI, NĂM 2020

## LỜI CAM ĐOAN

*Tôi xin cam đoan đây là công trình khoa học của riêng tôi. Các kết quả nghiên cứu được trình bày trong luận án là trung thực, khách quan và chưa từng được ai công bố. Những luận điểm mà luận án kế thừa của những tác giả đi trước đều được trích dẫn nguồn chính xác, cụ thể.*

Hà Nội, ngày tháng năm 2020

**NGHIÊN CỨU SINH**

**Nguyễn Thị Đan Phương**

## MỤC LỤC

|   |     |
|---|-----|
| <b>MỞ ĐẦU</b> .....   | 1   |
| <b>Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU</b> .....   | 8   |
| 1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu .....   | 8   |
| 1.2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu .....  | 35  |
| <b>Chương 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN TRÊN MẠNG INTERNET</b> .....  | 42  |
| 2.1. Khái quát lý luận về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet .....  | 42  |
| 2.2. Lý luận pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet .....  | 63  |
| <b>Chương 3: THỰC TRẠNG CÁC QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VÀ THỰC THI PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN TRÊN MẠNG INTERNET TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY</b> .....                                  | 91  |
| 3.1. Thực trạng các quy định pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet ở Việt Nam hiện nay .....  | 91  |
| 3.2. Thực trạng thực thi pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet ở Việt Nam hiện nay .....  | 110 |
| <b>Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÁC QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC THI PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRỰC TUYẾN TRÊN MẠNG INTERNET Ở VIỆT NAM</b> ..... | 127 |
| 4.1. Phương hướng hoàn thiện các quy định pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet .....                                     | 127 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2. Giải pháp hoàn thiện các quy định pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet..... | 132 |
| <b>KẾT LUẬN</b> .....   | 149 |
| <b>DANH MỤC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ</b> .....  | 151 |
| <b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....  | 152 |
| <b>PHỤ LỤC</b> .....  | 167 |

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

|          |   |
|----------|---|
| ASA      | Advertising Standards Authority - UK (Ủy ban về tiêu chuẩn quảng cáo)                             |
| ASAS     | Advertising Standards Authority of Singapore (Cơ quan quản lý chất lượng quảng cáo tại Singapore) |
| CAP      | Committees of Advertising Practice - UK (Ủy ban về quảng cáo)                                     |
| DVQCTMTT | Dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến   |
| EU       | European Union (Liên minh châu Âu)  |
| FTC      | Federal Trade Commission - US (Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ)                                |
| QCTM:    | Quảng cáo thương mại  |
| QCTMTT:  | Quảng cáo thương mại trực tuyến   |
| TA:      | Tiếng Anh   |
| VHTTDL:  | Văn hóa, Thể thao và Du lịch  |

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, trong thời đại mà công nghệ phát triển ngày càng mạnh mẽ, việc tiếp cận internet đối với con người cũng trở nên ngày càng dễ dàng hơn, tính kết nối giữa con người với nhau, kết nối toàn cầu cũng ngày càng sâu sắc hơn. Ở bất kỳ độ tuổi nào, ở bất kỳ dân tộc nào, ở bất cứ nơi đâu, người ta cũng có thể thấy được sự hiện diện của Internet và các công nghệ số. Mỗi người không chỉ sở hữu một mà cùng lúc còn sử dụng nhiều thiết bị thông minh để phục vụ công việc, đời sống của mình, thời gian tương tác, khai thác, đăng tải, lưu truyền thông tin trên mạng của con người ngày càng gia tăng. Các doanh nghiệp cũng buộc phải nắm bắt được xu thế này và tùy vào khả năng của mình mà các doanh nghiệp có thể áp dụng ít hay nhiều công nghệ số vào sử dụng phát triển hoạt động kinh doanh. Thực tế cho thấy, ngày càng xuất hiện nhiều hơn các hình thái kinh tế mới hoạt động dựa trên nền tảng internet như nền kinh tế chia sẻ, các dịch vụ thương mại trực tuyến, các hình thức lao động trực tuyến... Và trong điều kiện các hoạt động kinh tế diễn ra trực tuyến như vậy, công nghệ quảng cáo cũng đã được đẩy lên một bước phát triển mới, đó là DVQCTMTT. Tuy quảng cáo trực tuyến đã xuất hiện từ khá lâu, nhưng chính sự bùng nổ của công nghệ trong vài năm gần đây với sự kết nối toàn cầu rộng mở, đặc biệt là sự kết nối thông qua các mạng xã hội đã giúp quảng cáo trực tuyến phát triển rực rỡ. QCTMTT cũng trở thành nền tảng khai thác lợi nhuận cho nhiều loại hình sản phẩm trực tuyến khác.

Sự hấp dẫn từ những lợi ích to lớn của QCTMTT khiến cho các doanh nghiệp đổ tiền vào QCTMTT ngày càng nhiều hơn, đồng thời cũng có thêm rất nhiều chủ thể cá nhân, pháp nhân khởi nghiệp và đi vào hoạt động trong lĩnh vực này. Tuy nhiên, QCTMTT cũng như nhiều hoạt động khác của thương mại điện tử, có đặc trưng hoạt động diễn ra trên mạng internet, do đó, khó có thể có một cơ chế giám sát cơ học như các hoạt động thông thường,

không có biên giới lãnh thổ để xác định rõ các vấn đề có yếu tố nước ngoài và khó kiểm soát các hoạt động tài chính diễn ra bí mật. Bởi vậy, hoạt động QCTMTT cũng làm phát sinh nhiều rủi ro cho cả các cá nhân tham gia và cả hoạt động quản lý nhà nước như việc không thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ tài chính từ các bên liên quan đối với Nhà nước, nền kinh tế có thể mất cân bằng, các sản phẩm quảng cáo có chứa nội dung độc hại có thể gây ảnh hưởng đến đạo đức xã hội... Hiện nay, DVQCTMTT vẫn đang được điều chỉnh thông qua Luật Quảng cáo 2012, Luật Thương mại 2005, Luật Giao dịch điện tử 2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành khác. Tuy nhiên, các quy định pháp luật trong Luật Quảng cáo 2012, Luật Thương mại 2005 về cơ bản áp dụng đối với hoạt động quảng cáo, hoạt động xúc tiến thương mại được thực hiện với các phương thức truyền thống, còn khi áp dụng đối với hoạt động quảng cáo trực tuyến với những đặc trưng khác biệt so với các phương thức truyền thống thì còn nhiều khó khăn, không thể quản lý được những rủi ro mà quảng cáo trực tuyến có thể gặp phải. Còn các quy định trong văn bản điều chỉnh về mặt công nghệ đối với QCTMTT như Luật Giao dịch điện tử 2005 thì về cơ bản chỉ điều chỉnh giao dịch diễn ra trong môi trường điện tử mà chưa đề cập nhiều đến vấn đề xúc tiến đến các giao dịch điện tử này, chính là vai trò của DVQCTMTT. Xuất phát từ những lý do trên, nên nghiên cứu sinh đã lựa chọn vấn đề ***“Pháp luật về dịch vụ quảng cáo thương mại trực tuyến trên mạng internet ở Việt Nam hiện nay”*** để làm đề tài nghiên cứu Luận án Tiến sĩ luật học.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### ***2.1. Mục đích nghiên cứu***

Mục đích nghiên cứu của luận án là nhằm làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet; phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet ở Việt Nam hiện nay; từ đó, luận án đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet ở Việt Nam trong thời gian tới.



## ***2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu***

Để thực hiện được mục đích nghiên cứu đã nêu ở trên, các nhiệm vụ nghiên cứu được xác định là:

- Tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến đề tài luận án nhằm xác định những vấn đề mà luận án sẽ kế thừa, các vấn đề còn bỏ ngỏ, các vấn đề mà luận án sẽ triển khai trong nội dung nghiên cứu của mình. Xác định cơ sở lý thuyết nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu đặt ra.

- Nghiên cứu nhằm làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet, như làm rõ khái niệm và bản chất, các đặc điểm của DVQCTMTT trên mạng internet để phân biệt rõ về bản chất của loại hình QCTMTT trên mạng internet với quảng cáo truyền thống, làm rõ vai trò của các chủ thể tham gia DVQCTMTT trên mạng internet; nghiên cứu kinh nghiệm pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet tại một số quốc gia trên thế giới;

- Phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet ở Việt Nam hiện nay và quá trình thực hiện để tìm hiểu những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân;

- Đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet ở Việt Nam trong thời gian tới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### ***3.1. Đối tượng nghiên cứu***

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các vấn đề lý luận và thực tiễn về pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet; thực tiễn hệ thống pháp luật điều chỉnh và thực tiễn thi hành pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet tại Việt Nam hiện nay.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- *Về nội dung*, phạm vi nghiên cứu của Luận án là DVQCTMTT trên mạng internet và hệ thống các quy định pháp luật của Việt Nam điều chỉnh hoạt động này nhằm đưa ra cơ sở vững chắc cho việc đánh giá và đề ra các giải pháp, kiến nghị hoàn thiện pháp luật cũng như nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet ở Việt Nam trong thời gian tới.

Luận án nghiên cứu DVQCTMTT trên mạng internet dưới góc độ là một hoạt động quảng cáo, một hoạt động xúc tiến thương mại được thực hiện bởi các chủ thể tham gia vào các khâu, các công đoạn của quá trình và những vấn đề pháp lý phát sinh trong quá trình thực hiện các hoạt động này. Cụ thể hơn, Luận án tập trung nghiên cứu vào các nội dung về: Điều kiện kinh doanh DVQCTMTT, các chủ thể tham gia vào DVQCTMTT, hợp đồng DVQCTMTT, quản lý nhà nước trong DVQCTMTT và bảo vệ quyền lợi của người dùng internet trong QCTMTT.

- *Về không gian*, Luận án tập trung nghiên cứu sâu các quy định pháp luật cùng các số liệu thực tiễn trong hoạt động DVQCTMTT trên mạng Internet ở Việt Nam, đồng thời, nghiên cứu kinh nghiệm trong công tác xây dựng pháp luật, quản lý và phát triển DVQCTMTT trên mạng internet tại một số quốc gia khác trên thế giới.

- *Về thời gian*, nghiên cứu bao quát sự phát triển của QCTMTT, chú trọng vào giai đoạn từ khi ra đời Luật Thương mại 2005, Luật Giao dịch điện tử 2005 cho đến nay.

### **4. Những đóng góp mới về khoa học của Luận án**

Luận án sẽ là công trình khoa học nghiên cứu về cơ sở lý luận và thực tiễn pháp luật về DVQCTMTT trên mạng internet tại Việt Nam dưới góc độ chuyên ngành Luật kinh tế. Kết quả nghiên cứu của Luận án có nhiều đóng góp mới cho khoa học pháp lý chuyên ngành, thể hiện ở những điểm sau đây:

- Những nghiên cứu của Luận án góp phần hệ thống hóa và làm rõ hơn cơ sở lý luận đối với DVQCTMTT và pháp luật về DVQCTMTT ở Việt Nam hiện nay.