

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

HỒ THỊ DUYÊN

**PHÁP LUẬT VỀ HÀNH VI QUẢNG CÁO
NHẪM CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH Ở
VIỆT NAM HIỆN NAY**

Chuyên ngành: Luật Kinh tế

Mã số: 62.38.01.07

LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Dương Đăng Huệ

Hà Nội, 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của tôi. Các số liệu, kết quả nghiên cứu trong luận án là trung thực, khách quan và nghiêm túc, chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Nếu có gì sai sót tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Tác giả luận án

Hồ Thị Duyên

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN.....	7
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu	7
1.2. Cơ sở lý thuyết nghiên cứu của luận án	17
Kết luận Chương 1	20
Chương 2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ HÀNH VI QUẢNG CÁO NHẪM CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH.....	22
2.1. Khái quát về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	22
2.2. Một số vấn đề lý luận pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	39
2.3. Kinh nghiệm điều chỉnh pháp luật đối với hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh của một số quốc gia và khu vực	54
Kết luận Chương 2	65
Chương 3. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ HÀNH VI QUẢNG CÁO NHẪM CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH Ở VIỆT NAM	66
3.1. Thực trạng các quy định pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam.....	66
3.2. Thực trạng áp dụng pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	83
3.3. Đánh giá thực trạng pháp luật và áp dụng pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam	94
Kết luận Chương 3	98
Chương 4. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ HÀNH VI QUẢNG CÁO NHẪM CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH Ở VIỆT NAM	99
4.1. Sự cần thiết phải hoàn thiện pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	99

4.2. Định hướng hoàn thiện pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	106
4.3. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam hiện nay.....	112
Kết luận Chương 4	137
KẾT LUẬN	139
NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ	142
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	143

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

THỨ TỰ	TỪ VIẾT TẮT	TỪ NGUYÊN NGHĨA
1	CTKLM	Cạnh tranh không lành mạnh
2	CHLB	Cộng hòa liên bang
3	QLCT	Quản lý cạnh tranh
4	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Cạnh tranh có vai trò quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Thông qua việc cạnh tranh, người kinh doanh không ngừng cải tiến chất lượng hàng hóa, dịch vụ để giành, giữ và nâng cao vị thế của mình trên thương trường. Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, cạnh tranh cũng có thể tác động tiêu cực đối với cho nền kinh tế, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Do vậy, hoạt động cạnh tranh của các chủ thể kinh doanh trên thị trường bao giờ cũng phải được điều chỉnh bởi các thiết chế nhà nước và các định chế pháp luật. Sự can thiệp của Nhà nước và tư duy cạnh tranh từ đối đầu sang hợp tác cùng có lợi là xu hướng tất yếu bảo đảm cho nền kinh tế phát triển bền vững.

Trong quá trình thực hiện các hoạt động kinh doanh để nâng cao vị thế của mình trên thị trường, doanh nghiệp sử dụng nhiều công cụ khác nhau, trong đó có hoạt động quảng cáo. Có thể nói, quảng cáo là một trong những phương tiện hữu hiệu để doanh nghiệp thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình đến người tiêu dùng. Cùng với sự gia tăng về số lượng thì vấn đề cạnh tranh không lành mạnh (CTKLM) trong lĩnh vực quảng cáo ngày càng có xu hướng phát triển về quy mô và thủ đoạn. Chính vì vậy, đây được coi là một trong những vấn đề rất được xã hội quan tâm hiện nay.

Trong điều kiện nước ta đang xây dựng nền kinh tế thị trường, việc nghiên cứu để làm rõ những vấn đề lý luận cũng như thực trạng các quy định pháp luật về hành vi cạnh tranh, chống CTKLM nói chung và hành vi quảng cáo nhằm CTKLM nói riêng là rất cần thiết. Trong thời gian qua, việc nghiên cứu về cạnh tranh và chống CTKLM đã được nhiều nhà khoa học quan tâm, song các nghiên cứu về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM vẫn còn khiêm tốn. Vẫn còn không ít các vấn đề lý luận và thực tiễn về hành vi quảng cáo nhằm

CTKLM cần được giải quyết sâu hơn, đầy đủ hơn, qua đó, giúp cho các cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp, người tiêu dùng có được công cụ và sự hiểu biết nhất định để chống lại sự CTKLM. Vì vậy, nghiên cứu sinh đã lựa chọn vấn đề “*Pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam hiện nay*” làm đề tài nghiên cứu cho luận án Tiến sĩ luật học của mình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài “*Pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam hiện nay*” là: trên cơ sở nhận diện được bản chất của các hành vi CTKLM và đánh giá một cách khách quan, toàn diện thực trạng các quy định pháp luật của Nhà nước về hoạt động quảng cáo, đề ra một số định hướng cơ bản và giải pháp pháp lý cụ thể nhằm hạn chế và tiến đến chấm dứt các hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở nước ta, góp phần bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp chân chính, người tiêu dùng.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu trên, Luận án có các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Thứ nhất, về phương diện lý luận, nghiên cứu sinh tiến hành hệ thống hóa các vấn đề lý luận về cạnh tranh, CTKLM, chống CTKLM để làm rõ hành vi quảng cáo nhằm CTKLM; phân tích sự cần thiết phải điều chỉnh bằng pháp luật đối với hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.

Thứ hai, về thực tiễn, nghiên cứu sinh sẽ tiến hành phân tích, đánh giá các quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành liên quan đến hành vi quảng cáo nhằm CTKLM. Sưu tầm, tìm kiếm các vụ việc hoặc các biểu hiện cụ thể của hành vi quảng cáo nhằm CTKLM để chứng minh cho các lập luận khoa học trong luận án, để từ đó đưa ra các đánh giá đối với thực trạng pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở Việt Nam.

Thứ ba, nghiên cứu phương pháp xây dựng và thực thi pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở một số quốc gia để rút ra những kinh nghiệm, bài học cho Việt Nam trong việc xây dựng cũng như thực thi pháp luật về các hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.

Thứ tư, nghiên cứu đề xuất các phương hướng, giải pháp góp phần hoàn thiện pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các vấn đề lý luận về quảng cáo và hành vi CTKLM; các quy định của pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm mục đích CTKLM, pháp luật của một số quốc gia trên thế giới về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM; các vụ việc cụ thể đã hoặc chưa được giải quyết để từ đó xác định nguyên nhân thực trạng và đề xuất các giải pháp hoàn thiện các quy định của pháp luật cạnh tranh nói chung và pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM nói riêng.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung: CTKLM được thực hiện thông qua nhiều hành vi và trong nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau của doanh nghiệp, tuy nhiên, để phù hợp với nội dung của đề tài, Luận án chỉ giới hạn sự nghiên cứu của mình trong các quy định của pháp luật Việt Nam về các hành vi quảng cáo nhằm CTKLM và cơ chế xử lý các hành vi này.

Về thời gian và không gian: Luận án nghiên cứu các quy định của pháp luật và thực tiễn thực hiện các quy định về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở Việt Nam từ năm 2004 đến nay (thời điểm Luật Cạnh tranh được ban hành và điều chỉnh các hành vi quảng cáo nhằm CTKLM). Trong quá trình nghiên cứu, có liên hệ, so sánh với quy định của một số quốc gia, khu vực về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.

4. Phương pháp nghiên cứu của luận án

Để làm rõ các vấn đề nghiên cứu, luận án đã sử dụng phương pháp luận nghiên cứu là chủ nghĩa Mác – Lê Nin về duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Các quan điểm của Đảng và nhà nước ta về phát triển kinh tế trong thời kỳ đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó có phát triển thương mại và các hoạt động cạnh tranh, xúc tiến thương mại.

Ngoài ra, để hoàn thiện luận án, các phương pháp nghiên cứu tổng hợp dưới đây cũng được sử dụng như:

Phương pháp so sánh luật học được sử dụng xuyên suốt luận án nhằm đối chiếu quy định pháp luật với các nước để tìm ra những điểm hợp lý trong các quy định pháp luật về chống CTKLM nói chung và hành vi quảng cáo nhằm CTKLM nói riêng.

Phương pháp nghiên cứu tổng hợp, phân tích các tư liệu được sử dụng để khái quát hóa rút ra những nhận xét, kết luận về từng nội dung của luận án. Cụ thể là phương pháp này được sử dụng để đi sâu vào tìm tòi, trình bày các hiện tượng, quan điểm của pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM; khái quát lại để từ đó đưa ra các đánh giá, kết luận, kiến nghị và giải pháp phù hợp nhằm hoàn thiện pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.

Phương pháp hệ thống hóa: được sử dụng xuyên suốt toàn bộ luận án nhằm trình bày các vấn đề, nội dung trong luận án theo một trình tự, một bố cục hợp lý, chặt chẽ, có sự gắn kết, kế thừa, phát triển các vấn đề, nội dung để đạt được mục đích, yêu cầu đã được xác định cho luận án.

Phương pháp tiếp cận hệ thống, đa ngành và liên ngành khoa học xã hội nhân văn như lịch sử, kinh tế, luật học nhằm làm rõ bản chất kinh tế, xã hội, pháp lý của CTKLM và pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở Việt Nam; đánh giá mức độ phù hợp hay không phù hợp và nhất là tính khả thi của các quy định này.

5. Những đóng góp mới về khoa học của luận án

Luận án có những đóng góp mới về khoa học, cụ thể như sau:

Thứ nhất, Luận án là công trình đầu tiên nghiên cứu một cách đầu đủ, có hệ thống các vấn đề lý luận về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM, đặc biệt là khái niệm, đặc điểm và cấu thành của hành vi này, qua đó, Luận án xác định pháp luật để nhận diện và xử lý đối với hành vi quảng cáo nhằm CTKLM là pháp luật cạnh tranh.

Thứ hai, Luận án đã đánh giá thực trạng pháp luật và thực tiễn áp dụng các quy định về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM hiện nay, chỉ ra những hạn chế mà pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM cần phải khắc phục và hoàn thiện trong thời gian tới.

Thứ ba, Luận án xác định về các định hướng và đưa ra nhiều giải pháp vừa tổng thể, vừa có tính chất cụ thể, nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM và nâng cao hiệu quả áp dụng các quy định này trong thực tiễn.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án

Về mặt khoa học: Luận án là công trình nghiên cứu cơ bản có tính hệ thống về pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM ở Việt Nam hiện nay. Các kết quả nghiên cứu của luận án sẽ góp phần làm sáng tỏ thêm nhiều vấn đề lý luận về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM và pháp luật về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.

Về mặt thực tiễn: Kết quả nghiên cứu của luận án có thể được sử dụng để giải quyết nhiều vấn đề mà hoạt động thực tiễn đang đặt ra, đây là tài liệu tham khảo cho các cơ quan lập pháp, nhà hoạch định chính sách, cơ quan quản lý nhà nước liên quan trong việc xây dựng và thực hiện các quy định về hành vi quảng cáo nhằm CTKLM.