

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

NGUYỄN THỊ TÂM

**HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ
QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI**

Chuyên ngành : *Luật Kinh tế*

Mã số : *62.38.01.07*

LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC

**Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS. Bùi Nguyên Khánh
2. TS. Nguyễn Thanh Bình**

HÀ NỘI, 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tác giả cam đoan rằng nội dung được trình bày trong luận án “*Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại*” là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của chính tác giả dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS. Bùi Nguyên Khánh và TS. Nguyễn Thanh Bình. Việc sử dụng kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học và luận điểm của các tác giả khác trong luận án này đều được giữ nguyên ý tưởng hoặc trích dẫn phù hợp theo quy định.

TÁC GIẢ LUẬN ÁN

Nguyễn Thị Tâm

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	01
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	07
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu.	07
1.2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu.....	14
1.3. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu.....	15
CHƯƠNG 2: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI VÀ PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI.....	17
2.1. Tổng quan về quảng cáo thương mại	17
2.2. Pháp luật về quảng cáo thương mại.....	36
Kết luận Chương 2.	47
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN THI HÀNH PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI.....	48
3.1. Thực trạng điều chỉnh pháp luật về quảng cáo thương mại ở Việt Nam hiện nay.	48
3.2. Thực tiễn thi hành pháp luật về quảng cáo thương mại ở Việt Nam.	103
3.3. Những vấn đề pháp lý đặt ra trong quá trình thi hành pháp luật về quảng cáo thương mại.....	
Kết luận Chương 3.....	120
CHƯƠNG 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI.....	122
4.1. Phương hướng trong việc hoàn thiện pháp luật về QCTM.	122
4.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại.	127
Kết luận Chương 4.....	137
KẾT LUẬN	140
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	146

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

QCTM	: Quảng cáo thương mại.
WTO	: Tổ chức Thương mại thế giới.
CQBC	: Cơ quan báo chí.
HĐTĐSPQC	: Hội đồng Thẩm định sản phẩm quảng cáo.

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ra đời và phát triển cùng với nền sản xuất hàng hóa, quảng cáo thương mại (QCTM) đã trở thành một hoạt động không thể thiếu trong quá trình hình thành và phát triển nền kinh tế của mỗi quốc gia.

Pháp luật về QCTM là lĩnh vực pháp luật được Đảng và Nhà nước ta có sự quan tâm đặc biệt ngay từ giai đoạn đầu của công cuộc đổi mới khi nền kinh tế nước ta chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường. Mặc dù được xây dựng tương đối đồng bộ bao gồm Luật Thương mại 2005, Luật Quảng cáo, các luật chuyên ngành khác và những văn bản dưới luật hướng dẫn thi hành. Song, pháp luật về QCTM vẫn còn tồn tại nhiều vướng mắc, bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển toàn diện của hoạt động QCTM trong nền kinh tế thị trường. Đến nay, nhiều vấn đề pháp lý trong hoạt động QCTM vẫn tiếp tục là những thách thức đối với các nhà hoạch định chính sách, pháp luật ở nước ta. Việc nghiên cứu hoàn thiện pháp luật về QCTM ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay là hết sức cấp bách vì những lý do sau:

Thứ nhất, quan niệm và cách tiếp cận pháp luật về QCTM cần có sự thay đổi căn bản.

Thực tế phát triển kinh tế, xã hội của mỗi quốc gia cho thấy QCTM trước hết phải thể hiện, đáp ứng và truyền bá các giá trị tốt đẹp cho cộng đồng. Trong quá trình phát triển, QCTM phải là một nhân tố phát huy và giữ gìn bản sắc văn hóa cốt lõi của dân tộc, kế thừa, giao thoa những giá trị văn hóa mới, đào thải các giá trị văn hóa lạc hậu. Vì vậy, quan niệm và cách tiếp cận pháp luật về QCTM cần phải được thay đổi căn bản, nhằm thích ứng với các điều kiện của một nền kinh tế thị trường đang trong quá trình hội nhập sâu rộng như hiện nay.

Thứ hai, pháp luật về QCTM ở Việt Nam trong những năm qua tuy được quan tâm và hình thành tương đối đồng bộ, song, còn thiếu tính thống nhất, thiếu tính khả thi, mâu thuẫn và khó áp dụng.

Không phủ nhận sự toàn diện và thông thoáng trong nội dung điều chỉnh của Luật Thương mại 2005 và Luật Quảng cáo đem lại. Song, qua một thời gian triển khai thực hiện trên thực tế, pháp luật về QCTM đã thể hiện rõ những bất cập, các quy định

pháp luật điều chỉnh vẫn còn chưa hợp lý, chồng chéo, khi thiếu, khi thừa, thậm chí là mâu thuẫn nhau; công tác quản lý quảng cáo còn gặp rất nhiều khó khăn, vướng mắc; cơ chế hậu kiểm đặt ra cho cơ quan quản lý nhà nước nhiều gánh nặng trong khi đó chính sách và đội ngũ cán bộ quản lý có trình độ, trách nhiệm chưa cao... Những bất cập này cần phải được nghiên cứu để có những giải pháp pháp lý phù hợp và kịp thời, đáp ứng nhu cầu thực tiễn thực hiện pháp luật về QCTM và góp phần bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp cho các chủ thể trong nền kinh tế.

Thứ ba, pháp luật về QCTM chưa giải quyết tốt mối quan hệ giữa quyền tự do kinh doanh, tự do cạnh tranh và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong hoạt động QCTM.

QCTM trong nền kinh tế thị trường gắn liền với tự do cạnh tranh, mặc dù không trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm, song, vai trò hỗ trợ sản xuất và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm của QCTM là rất lớn. Pháp luật hiện nay đã ghi nhận và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, nội dung điều chỉnh vẫn còn rất mơ hồ, không thống nhất và thiếu tính khả thi. Việc hoàn thiện pháp luật về QCTM được xem là một trong những giải pháp cơ bản góp phần quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, lành mạnh hóa môi trường kinh doanh ở Việt Nam hiện nay.

Thứ tư, vấn đề hội nhập quốc tế trong lĩnh vực QCTM

Hoạt động QCTM là hoạt động tự thân khách quan không thể thiếu trong xu thế hội nhập và phát triển kinh tế thị trường. Với tốc độ phát triển kinh tế, xã hội Việt Nam hiện nay thì những quy định của pháp luật về QCTM trở nên lạc hậu là điều không thể tránh khỏi. Xây dựng các quy định pháp luật về QCTM không chỉ để giải quyết các vướng mắc hiện tại mà xa hơn, các quy định này phải mang tính dự liệu, điều chỉnh kịp thời, hạn chế tối đa việc ban hành văn bản hướng dẫn là điều rất cần thiết. Việc nâng cao kỹ thuật lập pháp, tránh những lối mòn trong tư duy và hành động lập pháp về QCTM là tiêu chí quan trọng góp phần làm cho các quy phạm pháp luật về QCTM phù hợp, minh bạch, kịp thời và khả thi hơn.

Với các nội dung đã trình bày trên, nghiên cứu sinh nhận thấy rằng, việc hoàn thiện pháp luật về QCTM là một nhu cầu cần thiết và cấp bách. Vì những lý do trên, nghiên cứu sinh đã lựa chọn đề tài: “ ***Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương***

mại” làm đề tài luận tiến sĩ Luật học của mình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu luận án

- Mục đích nghiên cứu của luận án là tìm ra và đề xuất những phương hướng, kiến nghị những giải pháp lý cụ thể nhằm góp phần hoàn thiện các quy định của pháp luật về QCTM nói riêng và pháp luật về quảng cáo nói chung.

- Nhiệm vụ nghiên cứu: Để đạt được những mục đích nêu trên, một số nhiệm vụ khi nghiên cứu đề tài luận án đặt ra là:

Thứ nhất, nghiên cứu làm sáng tỏ những vấn đề lý luận của QCTM và pháp luật về QCTM;

Thứ hai, nghiên cứu so sánh các quy định pháp luật về QCTM; kinh nghiệm điều chỉnh pháp luật về QCTM ở một số quốc gia trên thế giới;

Thứ ba, phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về QCTM ở Việt Nam hiện nay;

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

3.1. Đối tượng nghiên cứu.

- Lịch sử phát triển, hệ thống những lý thuyết, luận điểm, khái niệm liên quan về QCTM và pháp luật về QCTM của Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới; lịch sử phát triển các quy định pháp luật thế giới và ở Việt Nam về QCTM; những bất cập trong pháp luật về QCTM, thực trạng của việc áp dụng những quy định này trên thực tế.

- Những quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành về hoạt động QCTM, tình hình thực hiện, những vướng mắc, bất cập trong các quy định pháp luật, thực tiễn hoạt động QCTM và quản lý nhà nước trong lĩnh vực này;

- Nội dung các cam kết của Việt Nam trong pháp luật về xúc tiến thương mại nói chung và pháp luật QCTM nói riêng; nghiên cứu những quy định liên quan của pháp luật về QCTM của một số nước trên thế giới, từ đó đưa ra những luận điểm khoa học, rút ra những bài học kinh nghiệm trong xây dựng và hoàn thiện pháp luật QCTM Việt Nam.

3.2. Phạm vi nghiên cứu.

QCTM là một lĩnh vực rất rộng và đa dạng cả chiều sâu lẫn chiều rộng, vì thế, pháp luật điều chỉnh hoạt động này cũng đa dạng và phức tạp.

Với tư cách một luận án tiến sĩ chuyên ngành Luật học, trong luận án này, tác giả tập trung nghiên cứu một số vấn đề trọng tâm sau:

- Nghiên cứu, đánh giá những quan điểm mang tính chất lý luận có liên quan đến hoạt động QCTM như: khái niệm, đặc trưng, bản chất, và tính pháp lý của của thông điệp QCTM.

- Nghiên cứu những vấn đề lý luận về pháp luật và nội dung của pháp luật về QCTM.

- Nghiên cứu, đánh giá thực trạng pháp luật về chủ thể của các quan hệ pháp luật về QCTM hiện nay trong đó tập trung đánh giá các quy định về người kinh doanh dịch vụ quảng cáo.

Xem quyền QCTM là một trong các quyền tự do kinh doanh và QCTM với tư cách là một hoạt động thương mại, pháp luật về QCTM ghi nhận và tạo cơ chế pháp lý để các chủ thể kinh doanh thực hiện quyền kinh doanh của mình.

- Nghiên cứu, đánh giá thực trạng các quy định của pháp luật về đối tượng quảng cáo, sản phẩm quảng cáo, phương tiện quảng cáo...

Những nội dung còn lại có liên quan vẫn được tác giả nghiên cứu và đề cập đến trong luận án nhằm làm cho người đọc thấy được tính đa dạng và toàn diện trong lĩnh vực pháp luật này và làm nổi bật lên những luận điểm, kiến nghị mà tác giả đã nghiên cứu được trong đề tài.

Do tính chất đa dạng của hoạt động QCTM và pháp luật điều chỉnh, việc xác định giới hạn phạm vi nghiên cứu của đề tài chỉ mang tính tương đối. Một số vấn đề tuy không đề cập trong phạm vi này nhưng vẫn được tác giả nghiên cứu đánh giá làm cơ sở và tiền đề lý luận cho việc xây dựng và hoàn thiện các quy định của pháp luật QCTM của Việt Nam.

4. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu của luận án

Để tiến hành nghiên cứu đề tài, tác giả sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng, duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lê nin, phương pháp phân tích, so sánh tổng hợp, quy nạp, diễn dịch và có tham khảo ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực gồm các nhà nghiên cứu khoa học, các nhà hoạch định chính sách và nhà quản lý trong lĩnh vực. Để tiến hành nghiên cứu đề tài, tác giả sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng, duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lê nin. Phương pháp này được sử dụng xuyên suốt trong quá trình hoàn thiện luận án.

- Phương pháp phân tích, tổng hợp, quy nạp, diễn dịch... được tác giả sử dụng xuyên suốt trong tất cả các chương của luận án và tập trung vào chương 2,3 khi phân

tích về những vấn đề lý luận của hoạt động QCTM, pháp luật về QCTM, thực trạng và thực tiễn thi hành pháp luật về hoạt động QCTM.

- Phương pháp so sánh được tác giả sử dụng khi đánh giá về các quy định của pháp luật một số các quốc gia về QCTM tập trung ở chương 1 của luận án.

- Phương pháp thống kê được tác giả đưa ra khi thể hiện các số liệu tại chương 3 về thực tiễn thi hành pháp luật về QCTM.

5. Đóng góp mới về khoa học của luận án

- Thứ nhất, luận án đã nghiên cứu một cách có hệ thống những vấn đề lý luận về QCTM và pháp luật về QCTM từ đó xây dựng những luận điểm mới trên cơ sở nhận định tình hình chung và những đặc thù của sự phát triển kinh tế, xã hội, văn hóa của Việt Nam.

- Thứ hai, dựa trên những nguyên tắc và tinh thần chung của pháp luật Việt Nam đặc biệt là pháp luật về dân sự, về thương mại, tác giả đã kế thừa và xây dựng thêm những nguyên tắc chung và nguyên tắc đặc thù của pháp luật về QCTM, một trong những vấn đề quan trọng trong pháp luật về QCTM phải được ghi nhận và cụ thể hóa xuyên suốt trong tinh thần pháp luật điều chỉnh hoạt động này.

- Thứ ba, việc nghiên cứu, đánh giá các quy định pháp luật về QCTM của một số quốc gia có nền QCTM phát triển trên thế giới, góp phần làm giàu cho những cơ sở thực tiễn trong việc đưa ra các chính sách định hướng, phát triển pháp luật QCTM cũng như làm phong phú tư duy lập pháp Việt Nam trong việc ban hành những quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động này.

- Thứ tư, luận án đã phân tích và đánh giá một cách hệ thống thực trạng pháp luật về QCTM, chỉ ra được những ưu điểm, nhược điểm trong các quy định và cơ chế thực hiện các quy định đó, từ đó làm cơ sở hoàn thiện các quy định pháp luật về QCTM và định hướng phát triển hoạt động này trong tương lai.

- Thứ năm, luận án đã đề ra được những phương hướng và giải pháp, cụ thể đề khắc phục những hạn chế, bất cập của pháp luật về QCTM, tác giả mong rằng những giải pháp được đề xuất sẽ góp phần làm hoàn thiện hơn pháp luật về QCTM trên cơ sở những nguyên tắc và những quyền hiến định của các chủ thể trong nền kinh tế.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

Cho đến thời điểm hiện tại, luận án *“Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại”* là công trình nghiên cứu đầu tiên với cấp độ là một luận án tiến sĩ đã nghiên cứu chuyên sâu cả vấn đề lý luận và thực tiễn của QCTM và pháp luật về QCTM. Dựa vào nội dung và kết quả nghiên cứu của đề tài, tác giả sẽ có những kết luận và kiến nghị những giải pháp mang tính khoa học và có giá trị thực tiễn. Kết quả này có nghĩa hết sức quan trọng trong việc hoạch định các chính sách phát triển xây dựng pháp luật về QCTM, góp phần hoàn thiện hệ thống pháp luật nói chung, bảo vệ các quyền và lợi ích của các chủ thể, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, thúc đẩy phát triển kinh tế và làm tiền đề cho hội nhập quốc tế.

Luận án là nguồn tài liệu tham khảo cho sinh viên các trường đại học, những nhà nghiên cứu khoa học pháp lý, nhà quản lý trong học tập và công tác hoạch định chính sách và ban hành pháp luật của Việt Nam.

7. Cơ cấu của Luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, luận án gồm có 4 chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu.

Chương 2: Một số vấn đề lý luận về quảng cáo thương mại và pháp luật về quảng cáo thương mại.

Chương 3: Thực trạng pháp luật và thực tiễn thi hành pháp luật về quảng cáo thương mại.

Chương 4: Phương hướng và giải pháp hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại.