

Cần hoàn thiện khung pháp lý về hoạt động quảng cáo

10:54 22/12/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Cải cách hành chính trong lĩnh vực quảng cáo là một quá trình không ngừng diễn ra, nhằm mục tiêu tạo ra một môi trường kinh doanh quảng cáo minh bạch, công bằng, hiệu quả và phù hợp với sự phát triển của xã hội. Sự bùng nổ của công nghệ số đã làm thay đổi sâu sắc cách thức chúng ta tiếp cận thông tin và quảng cáo. Các nền tảng mạng xã hội, thương mại điện tử, và các công cụ kỹ thuật số khác đã tạo ra một môi trường quảng cáo đa dạng và phức tạp hơn bao giờ hết. Để bắt kịp với những thay đổi này, việc cải cách hành chính trong hoạt động quảng cáo là vô cùng cần thiết.

Khái niệm quảng cáo được quy định tại khoản 1 Điều 2 Luật Quảng cáo năm 2018: “Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi; tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được giới thiệu, trừ tin thời sự; chính sách xã hội; thông tin cá nhân”. Và “Quảng cáo thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân để giới thiệu với khách hàng về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ của mình” theo Điều 102 Luật Thương mại năm 2019.

Đối tượng của hoạt động quảng cáo có thể là hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có khả năng mang lại lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân hoặc các dịch vụ, thông tin nhằm thực hiện một mục tiêu chính trị, văn hoá, xã hội nào đó. Khi nói về quảng cáo hoạt động kinh doanh của thương nhân thường gắn với mục đích sinh lợi và do đó, có bản chất là hoạt động quảng cáo thương mại.

Hiện nay trong pháp luật quảng cáo hiện hành, việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi cũng được coi là hoạt động quảng cáo và tuân thủ pháp luật về quảng cáo. Do đó, ở mọi góc độ, quảng cáo thương mại luôn được hiểu là một loại hoạt động quảng cáo, có nội dung quảng bá về thương nhân và hàng hoá, dịch vụ kinh doanh của thương nhân. Như vậy, quảng cáo thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân, là việc thương nhân sử dụng các phương tiện truyền thông để giới thiệu với khách hàng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình.

Hoạt động quảng cáo thương mại có ý nghĩa quan trọng trong việc cung cấp cho khách hàng -

người tiêu dùng những thông tin cần thiết về các sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ trên thị trường, qua đó thúc đẩy công việc kinh doanh của thương nhân có hiệu quả. Mặt khác, hoạt động quảng cáo thương mại cũng có thể tác động xấu đến lợi ích của người tiêu dùng và tạo ra sự cạnh tranh kinh doanh không lành mạnh trong nền kinh tế. Đây là cơ sở cho phép áp dụng các quy định pháp luật về quảng cáo nói chung và các quy định pháp luật về quảng cáo thương mại nói riêng.

Các quy định của pháp luật về hoạt động quảng cáo

Các quy định của Luật Thương mại năm 2019, Luật Quảng cáo năm 2018, Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo, Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hoá và quảng cáo, các bộ, trong đó Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch đã có các thông tư hướng dẫn thi hành. Quảng cáo thương mại được quy định từ Điều 102 đến Điều 116 Luật Thương mại năm 2019, hoạt động quảng cáo được quy định từ Điều 17 đến Điều 41 Luật Quảng cáo năm 2018 và được hướng dẫn chi tiết tại Thông tư số: 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 06/12/2013 như sau:

Chủ thể có quyền quảng cáo thương mại. Thương nhân Việt Nam, chi nhánh của thương nhân Việt Nam, chi nhánh của thương nhân nước ngoài được phép hoạt động thương mại tại Việt Nam có quyền quảng cáo về hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ của mình hoặc thuê thương nhân kinh doanh dịch vụ quảng cáo thực hiện việc quảng cáo thương mại cho mình. Văn phòng đại diện của thương nhân không được trực tiếp thực hiện hoạt động quảng cáo thương mại.

Quảng cáo về hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Quảng cáo cho các loại sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ phải có các tài liệu chứng minh về sự hợp chuẩn, hợp quy của sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ theo quy định của pháp luật. Quảng cáo tài sản mà pháp luật quy định tài sản đó phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng thì phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng tài sản.

Sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ của quảng cáo thương mại. Sản phẩm quảng cáo thương mại bao gồm những thông tin bằng hình ảnh, hành động, âm thanh, tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng chứa đựng nội dung quảng cáo thương mại. Sản phẩm quảng cáo thương mại có chứa đựng cả nội dung và hình thức quảng cáo thương mại. Nội dung quảng cáo bao gồm những thông tin về hoạt động kinh doanh hàng hoá, dịch vụ mà chủ thể quảng cáo muốn được thể hiện nhằm thông báo, giới thiệu rộng rãi tới người tiêu dùng. Nội dung sản phẩm quảng cáo phải đảm bảo lành mạnh, đúng sự thật, không gây nhầm lẫn cho khách hàng. Do đó, thương nhân có quyền

đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm quảng cáo thương mại theo quy định của pháp luật. Nghiêm cấm sử dụng các sản phẩm quảng cáo chứa đựng thông tin so sánh trực tiếp giữa hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ được quảng cáo với hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ khác (trừ trường hợp so sánh với hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp); các sản phẩm quảng cáo có hình ảnh, âm thanh, cấu trúc... giống với sản phẩm quảng cáo của thương nhân khác, gây nhầm lẫn cho khách hàng; các sản phẩm quảng cáo có nội dung không đúng sự thật, tự khẳng định vị trí cao nhất của mình mà không có bằng chứng hợp lệ bằng văn bản.

Đối tượng của quảng cáo thương mại là hàng hoá, dịch vụ thuộc lĩnh vực kinh doanh của thương nhân. Để thực hiện chính sách kinh tế - xã hội của Nhà nước, luật pháp có những quy định cấm đoán hoặc hạn chế quảng cáo đối với một số hàng hoá, dịch vụ. Một số loại hàng hoá không bị cấm kinh doanh nhưng cũng có thể bị cấm quảng cáo như: thuốc lá, rượu mạnh, các sản phẩm hàng hoá chưa được phép lưu thông, dịch vụ thương mại chưa được phép thực hiện trên thị trường Việt Nam ở thời điểm quảng cáo. Khi thực hiện quảng cáo, thương nhân phải đảm bảo tính chính xác, trung thực của những thông tin về hàng hoá, dịch vụ thương mại: quy cách, chất lượng, giá cả, công dụng, kiểu dáng, chủng loại, bao bì, phương thức phục vụ, thời hạn bảo hành.



Ảnh minh họa

Phương tiện quảng cáo thương mại bao gồm tất cả những phương tiện có khả năng truyền tải thông tin đến khách hàng: Báo chí; trang thông tin điện tử, thiết bị điện tử, thiết bị đầu cuối và các

thiết bị viễn thông khác; các sản phẩm in, bản ghi âm, ghi hình và các thiết bị công nghệ khác; Bảng quảng cáo, băng-rôn, biển hiệu, hộp đèn, màn hình chuyên quảng cáo; Phương tiện giao thông; Hội chợ, hội thảo, hội nghị, tổ chức sự kiện, triển lãm, chương trình văn hoá, thể thao; Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, vật thể quảng cáo; Các phương tiện quảng cáo khác theo quy định của pháp luật. Vì vậy, để đảm bảo trật tự quản lý nhà nước trong quảng cáo thương mại, đảm bảo hài hoà lợi ích kinh tế, chính trị, văn hoá của tổ chức, cá nhân kinh doanh, của nhà nước, của khách hàng, pháp luật đã quy định một số giới hạn về diện tích quảng cáo, thời lượng chương trình quảng cáo, số lần quảng cáo v.v. đòi hỏi chủ thể quảng cáo thương mại phải thực hiện.

Giải pháp nhằm hoàn thiện khung pháp lý

Nhằm góp phần hoàn thiện khung pháp lý về quảng cáo thương mại, Nhà nước ta cần rà soát các quy định pháp luật về quảng cáo, quảng cáo thương mại, xem xét tính đồng bộ của các văn bản pháp luật về quảng cáo và nhanh chóng bổ sung các kỹ năng xây dựng văn bản pháp quy, khả năng dự báo sự thay đổi của pháp luật, có tinh thần cầu thị các tham luận của những chuyên gia, nhà khoa học pháp lý và trung dụng các ý kiến của các thương nhân trong lĩnh vực quảng cáo để nhanh chóng sửa đổi, bổ sung và điều chỉnh phù hợp, đồng bộ, dẫn chiếu giữa những quy định chung, sự liên thông, đồng bộ giữa các văn bản pháp luật chuyên ngành, văn bản pháp luật chung và văn bản pháp luật có liên quan đến quảng cáo thương mại.

Sửa đổi, bổ sung một số cụm từ pháp lý để đảm bảo tính rõ ràng, cụ thể khi xây dựng các quy định pháp luật về quảng cáo thương mại, cụ thể: Cần sớm sửa đổi để tạo sự thống nhất, đồng bộ và bổ sung quy định loại đất phi nông nghiệp nào để xây dựng màn hình, bảng quảng cáo ngoài trời trong các quy định tại khoản 2 Điều 31 Luật Quảng cáo 2012 với Điều 10 Luật Đất đai 2013 về phân loại đất và sửa đổi, điều chỉnh điểm b, c khoản 1 Điều 23 Luật Quảng cáo 2012.

Bổ sung quy định dẫn chiếu trong Luật Xây dựng năm 2020 về công trình xây dựng quảng cáo thuộc loại công trình văn hóa hiện nay vào trong Luật Đất đai và Luật Đất đai phải bổ sung thêm quy định tính ổn định, lâu dài của diện tích đất cần dùng trong các công trình quảng cáo.

Sửa đổi Luật Báo chí 2016 về trách nhiệm của cơ quan báo chí trước, trong và sau khi phát, đăng thông tin quảng cáo thương mại; bổ sung quy định cụ thể về sản phẩm quảng cáo thương mại sai sự thật, không đúng hoặc gây nhầm lẫn và bổ sung quy định về trách nhiệm, chế tài của người đại diện thương hiệu, của thương nhân khi sản phẩm quảng cáo thương mại sai sự thật, không đúng hoặc gây nhầm lẫn gây ảnh hưởng đến người tiêu dùng và bổ sung tăng thêm trách nhiệm cụ thể của cơ quan truyền thông đại chúng trong việc đưa những sản phẩm quảng cáo thương mại qua

phương tiện truyền thông đại chúng và Internet đúng quy định pháp luật.

Xây dựng mới một số văn bản hướng dẫn thi hành, trong đó nhanh chóng giải thích thật rõ các cụm từ: Quảng cáo có sử dụng sản phẩm quảng cáo, phương tiện quảng cáo trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam; bổ sung quy định về sự phản hồi, thẩm định của xã hội về thực chất của sản phẩm quảng cáo thương mại và bổ sung quy định cụ thể về để phân tách quảng cáo với quảng cáo thương mại; triển khai việc xây dựng nghị định, thông tư hướng dẫn thi hành về quảng cáo thương mại của thương nhân, trách nhiệm cụ thể của các chủ thể thực hiện quảng cáo thương mại và quy định các chế tài đủ mạnh để đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh.

Tăng cường phổ biến và quán triệt sâu sắc các nguyên tắc lựa chọn áp dụng văn bản pháp luật quảng cáo để đảm bảo giá trị hiệu lực của luật, nghị định, thông tư và văn bản hợp nhất, đồng thời nhanh chóng rà soát Nghị định số 183/2013/NĐ-CP để sửa đổi, bổ sung các quy định, trong đó chú ý làm rõ nội dung quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt phù hợp với quy định của văn bản luật.

Trà Vũ

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/can-hoan-thien-khung-phap-ly-ve-hoat-dong-quang-cao>