

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT



LÊ TRẦN NGỌC ANH

**PHÁP LUẬT KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO
QUA THỰC TIỄN TẠI THÀNH PHỐ ĐÔNG HÀ
TỈNH QUẢNG TRỊ**

Ngành: Luật Kinh tế

Mã số: 838 01 07

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT KINH TẾ

THỪA THIÊN HUẾ, năm 2023

Công trình được hoàn thành tại:
Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Nguyễn Thị Hồng Trinh**

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc
sĩ họp tại: **Trường Đại học Luật**

Vào lúc.....giờ.....ngày.....tháng năm.....

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài	2
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	4
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
5. Phương nghiên cứu	5
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài	5
7. Bố cục của luận văn:	6
Chương 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO VÀ PHÁP LUẬT VỀ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO	7
1.1. Khái quát về quảng cáo và hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo	7
1.1.1. Khái niệm về quảng cáo	7
1.1.2. Khái niệm kinh doanh hoạt động quảng cáo	7
1.1.3. Một số yếu tố tác động đến hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo	7
1.2. Khái quát pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	8
1.2.1. Khái niệm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	8
1.2.2. Vai trò của kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch	8
1.3. Khái quát pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	8
1.3.1. Khái niệm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	8
1.3.2. Nguyên tắc của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	8
1.3.3. Vai trò của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	9
1.4. Nội dung cơ bản của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	9
1.4.1. Pháp luật về chủ thể trong kinh doanh hoạt động quảng cáo	9
1.4.2. Pháp luật về đối tượng của kinh doanh hoạt động quảng cáo	10
1.4.3. Pháp luật về phương tiện kinh doanh hoạt động quảng cáo	10
1.4.4. Pháp luật về sản phẩm quảng cáo	10

TIÊU KẾT CHƯƠNG 1	11
Chương 2. THỰC TRẠNG VỀ PHÁP LUẬT KINH DOANH QUẢNG CÁO VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN TẠI THÀNH PHỐ ĐÔNG HÀ, TỈNH QUẢNG TRỊ	12
2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về kinh doanh hoạt động quảng cáo.....	12
2.1.1. Quy định của pháp luật hiện hành về kinh doanh hoạt động quảng cáo	12
2.1.2. Đánh giá quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo.....	13
2.2. Thực tiễn áp dụng các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị	13
2.2.1. Một số kết quả đạt được trong thực hiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị	13
2.2.2. Một số vướng mắc trong thực hiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo	14
TIÊU KẾT CHƯƠNG 2	16
Chương 3. ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO...17	17
3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo.....	17
3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam.....	18
3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam và tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị.....	19
3.3.1. Giải pháp chung.....	19
3.3.2. Giải pháp đối với thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị	19
TIÊU KẾT CHƯƠNG 3	20
KẾT LUẬN	21
DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO	22

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong các năm gần đây, Việt Nam đang dần chuyển mình, có tốc độ phát triển kinh tế, xã hội vô cùng nhanh, dự đoán đến năm 2036, Việt Nam sẽ trở thành nước có nền kinh tế phát triển đứng thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á và đứng thứ 20 thế giới, trong xu thế đó, hoạt động quảng cáo là một hoạt động quan trọng, có đóng góp tích cực trong quá trình hình thành và phát triển nền kinh tế của Việt Nam nói chung và Quảng Trị nói riêng.

Kinh doanh hoạt động quảng cáo là một phần của nền kinh tế tự do cạnh tranh, dù không tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm, song, vai trò của quảng cáo trong việc quảng bá và tiêu thụ sản phẩm là rất lớn. Kinh doanh hoạt động quảng cáo cũng là một nhân tố giúp gìn giữ, phát huy những nét đẹp trong văn hóa, truyền thống, lịch sử của dân tộc Việt Nam, đó cũng là một kênh thông tin giúp quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam nói chung và tỉnh Quảng Trị nói riêng đến với bạn bè quốc tế.

Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo đã được tỉnh Quảng Trị đặc biệt quan tâm trong những ngày đầu khi nước ta mở cửa đất nước và chuyển từ nền kinh tế quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường. Mặc dù Luật Thương mại, Luật Quảng cáo năm 2012, các luật chuyên ngành khác và những văn bản dưới luật hướng dẫn thi hành được xây dựng tương đối đồng bộ nhưng trong thực tế, khi áp dụng vào kinh doanh hoạt động quảng cáo, vẫn còn nhiều khó khăn, vướng mắc, khó áp dụng thực hiện trong nền kinh tế thị trường hiện nay. Nhiều vấn đề pháp lý trong hoạt động quảng cáo vẫn là một bài toán khó đối với các nhà hoạch định chính sách, pháp luật ở Việt Nam. Vì vậy, việc nghiên cứu pháp luật về quảng cáo ở thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị trong giai đoạn hiện nay là hết sức cấp bách:

Thành phố Đông Hà là trung tâm của tỉnh lỵ nên hoạt động của các doanh nghiệp quảng cáo tại thành phố cũng phát triển, đến nay, trên địa bàn có 15 doanh nghiệp 01 đơn vị sự nghiệp và trên 25 hộ kinh doanh cá thể hoạt động kinh doanh quảng cáo, ngoài ra còn có một số doanh nghiệp tham gia thị trường kinh doanh quảng cáo ngoài trời bằng hình thức quảng cáo qua bảng điện tử, bảng pano tấm lớn. Tuy nhiên công tác quy hoạch quảng cáo của tỉnh ban hành đã lâu, trong khi đó quy hoạch đô thị thành phố đã có nhiều thay đổi vì vậy các nội dung đã không còn phù hợp, một số căn cứ pháp lý hết hiệu lực vì vậy gây khó khăn trong công tác quản lý và thực thi pháp luật của các cơ quan quản lý cũng như các doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo. Luật Quảng cáo năm 2012 chưa quy định hoạt động quảng cáo trên mạng xã hội (facebook, zalo) trong khi đó thực tế hiện nay hoạt động quảng cáo này phát triển khá nhanh, từ đó tạo ra tình trạng cạnh tranh thiếu lành mạnh về lĩnh vực quảng cáo giữa các phương tiện truyền thông phổ biến, với mạng xã hội; từ đó, ảnh hưởng đến doanh số quảng cáo trên các phương tiện thông tin chính thống đối với các đơn vị trên địa bàn thành phố.

Một số quy định trong Luật Quảng cáo năm 2012 còn mơ hồ, thiếu cụ thể, chưa phù hợp với thực tế, một số hoạt động chưa được quy định một cách cụ thể trong luật. Hơn nữa một số tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo thương mại và

tuyên truyền chưa chấp hành đúng quy định của Luật quảng cáo năm 2012 và các quy định có liên quan, tự ý thực hiện không thông báo đến ngành chuyên môn thẩm định nội dung, không thông báo đến địa phương để được hướng dẫn treo, đặt sản phẩm quảng cáo đúng quy định. Vì vậy việc hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo 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 thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị hiện nay.

Với các nội dung đã trình bày trên, tôi nhận thấy rằng, việc hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo là một nhu cầu cần thiết và cấp bách. Vì những lý do trên, tôi đã lựa chọn đề tài: “Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị” làm đề tài luận thạc sĩ Luật kinh tế của mình.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

2.1. Các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Hiện nay, đề tài nghiên cứu về “Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị” " vẫn còn rất ít đề tài liên quan, có thể kể đến các công trình sau:

- Trần Thị Linh (2009), Pháp luật về quảng cáo thương mại, lý luận và thực tiễn hoàn thiện, Luận văn tốt nghiệp, Khoa Luật Trường Đại học Cần Thơ; Luận văn đưa ra những khái niệm và lý luận tổng quát về luật quảng cáo thương mại, làm rõ những quy chế pháp lý về quảng cáo thương mại, đưa ra thực tiễn và hướng hoàn thiện pháp luật;

- Tác giả Nguyễn Thị Dung (2012), Khái niệm “Quảng cáo” trong pháp luật Việt Nam và ảnh hưởng của nó đến việc hoàn thiện pháp luật về quảng cáo, Tạp chí Nhà nước và pháp luật số 25; Tác giả đã phân tích khái niệm quảng cáo và đưa ra những đặc điểm và vai trò của quảng cáo trong nền kinh tế thị trường và hệ thống pháp luật điều chỉnh về quảng cáo;

- TS Nguyễn Thị Dung (2014), Lý luận về thẩm quyền quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo và quảng cáo thương mại, Luật học. Trường Đại học Luật Hà Nội. Bài viết làm rõ khái niệm thẩm quyền quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo, quảng cáo thương mại, nội dung phân loại thẩm quyền quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo và những yếu tố cơ bản chi phối thẩm quyền quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo thương mại.

- TS. Đinh Thị Mỹ Loan (2014), Quảng cáo dưới góc độ cạnh tranh, Chủ nhiệm đề tài cấp Bộ của Cục quản lý cạnh tranh, Bộ Công thương, Nxb Lao động - Xã hội. Đề tài phân tích kỹ về khái niệm, đặc điểm, vai trò và các loại quảng cáo; Phân tích thực trạng quảng cáo nhằm CTKLM và đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về quảng cáo;

- Võ Thị Hạnh (2015), Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động quảng cáo thương mại theo pháp luật Việt Nam, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật Hà Nội. Luận văn trình bày những vấn đề lý luận về người tiêu dùng, hoạt động quảng cáo thương mại và pháp luật bảo vệ người tiêu dùng

trong hoạt động quảng cáo thương mại. Phân tích thực trạng pháp luật và thực thi pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động quảng cáo thương mại ở Việt Nam. Đưa ra giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật về vấn đề này.

- Nguyễn Thị Tâm (2016), Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại, Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học – Xã hội Việt Nam; Luận án nghiên cứu về các lý luận và tổng quan về luật quảng cáo thương mại; Đánh giá thực trạng về điều chỉnh và thi hành pháp luật, như quy định về các loại hàng hóa bị cấm quảng cáo còn nhiều mâu thuẫn, việc cấp phép xây dựng công trình quảng cáo chưa thống nhất, đồng bộ. Trên cơ sở đó, tác giả đã đưa ra các giải pháp hoàn thiện pháp luật quảng cáo thương mại;

- Lê Thị Hải Ngọc (2017), Trách nhiệm của nhà sản xuất, cung ứng trong việc cung cấp thông tin về chất lượng hàng hóa cho người tiêu dùng", Luận án Tiến sĩ, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học – Xã hội Việt Nam. Luận án nghiên cứu về về cơ sở lý luận về trách nhiệm của nhà sản xuất, cung cấp thông tin về chất lượng hàng hóa; Đánh giá thực tiễn việc thi hành pháp luật, về trách nhiệm của nhà sản xuất cung ứng và thực trạng pháp luật Việt Nam hiện hành. Trên cơ sở đó, tác giả đã đưa ra các định hướng và giải pháp cụ thể nhằm hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm của nhà sản xuất, cung cấp thông tin về chất lượng hàng hóa;

- Phan Thị Lan Hương (2018), Pháp luật về quảng cáo: những bất cập và kiến nghị hoàn thiện, bài viết trên trang Nghiên cứu lập pháp. Tác giả nêu ra những bất cập và mâu thuẫn trong áp dụng luật quảng cáo tại Việt Nam và đưa ra giải pháp để hoàn thiện luật;

- Nguyễn Võ Linh Giang (2019), Một số bất cập liên quan đến trách nhiệm của thương nhân trong quảng cáo thương mại, Nhà nước và Pháp luật. Viện Nhà nước và Pháp luật, 2019. – Số 4, tr. 60-65. Bài viết phân tích bất cập trong qui định về trách nhiệm của thương nhân trong hoạt động quảng cáo thương mại. Qua đó, bài viết kiến nghị những biện pháp hoàn thiện qui định pháp luật về trách nhiệm của thương nhân quảng cáo nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Lê Thị Ngọc Huyền (2019), Quảng cáo so sánh theo pháp luật Việt Nam, Luận văn Thạc sĩ Luật Học, Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Luận văn nghiên cứu về cơ sở lý luận về quảng cáo so sánh, tập hợp hệ thống văn bản, nêu lên thực tiễn và thực trạng về hành vi quảng cáo so sánh và đưa ra một số giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả pháp luật về quảng cáo so sánh tại Việt Nam;

- Tác giả Phan Ngọc Hằng (2020), Một số vấn đề về cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực quảng cáo, Bộ tư pháp; Tác giả đã phân tích và đưa ra những quy định về cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực quảng cáo ở Việt Nam hiện nay, và nêu ra một số giải pháp hoàn thiện các quy định của pháp luật;

2.2. Đánh giá các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Hầu hết các công trình khoa học về lĩnh vực này được nghiên cứu dựa trên thực tiễn tại Việt Nam, được thực hiện dưới hình thức các luận văn, bài viết trên báo, tạp chí; do vậy, vẫn còn mang tính khái quát, phạm vi áp dụng toàn quốc, ít áp dụng được trên địa bàn tỉnh Quảng Trị nói chung và thành phố Đông Hà nói riêng, các vấn đề đặt ra chưa được giải quyết một cách triệt để, chưa hệ thống hóa các vấn đề pháp lý liên quan đến vấn đề kinh doanh hoạt động quảng cáo. Nhìn chung, các công trình nghiên cứu trên chỉ đề cập đến một vấn đề, một khía cạnh nào đó của vấn đề pháp lý liên quan đến pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo và chưa cụ thể hóa tại địa bàn thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị cũng như đề xuất các giải pháp triệt để nhằm hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo. Vì thế, việc tác giả thực hiện việc nghiên cứu lý luận, nêu lên và đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật, nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị là không trùng lặp với các công trình đã thực hiện trước đây.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu, phân tích cơ sở lý luận và thực trạng quy định pháp luật hiện hành về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị. Từ đó đề xuất những giải pháp hoàn thiện pháp luật Việt Nam và nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu với các nhiệm vụ chính sau:

- Làm rõ cơ sở lý luận của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam hiện nay.
- Phân tích đánh giá nội dung, kết quả đạt được cũng như khó khăn, vướng mắc từ thực tiễn áp dụng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại địa bàn thành phố Đông Hà tỉnh Quảng Trị
- Đưa ra định hướng, giải pháp hoàn thiện cũng như thực thi pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là một số vấn đề lý luận pháp luật Việt Nam về kinh doanh hoạt động quảng cáo; thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị. Nghiên cứu các quy định của pháp luật Việt Nam về kinh doanh hoạt động quảng cáo; từ đó đưa ra những định hướng và giải pháp cụ thể nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về nội dung: Luận văn tập trung nghiên cứu các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo theo pháp luật Việt Nam hiện nay. Bên cạnh

đó, luận văn sẽ phân tích, đánh giá khái quát về thực trạng áp dụng pháp luật, xác định định hướng, giải pháp hoàn thiện cũng như thực thi pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo Việt Nam.

- *Về không gian*: Luận văn tập trung nghiên cứu các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo theo pháp luật Việt Nam hiện nay qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị.

- *Về thời gian*: Luận văn nghiên cứu thực tiễn thi hành pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại địa bàn tại thành phố Đông Hà tỉnh Quảng Trị từ năm 2012 đến năm 2022.

5. Phương nghiên cứu

5.1. Cơ sở phương pháp luận

Phương pháp luận: Luận văn được thực hiện trên cơ sở của phương pháp luận là phép biện chứng duy vật; quan điểm đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Phương pháp này được sử dụng xuyên suốt trong luận văn, là nền móng để áp dụng các phương pháp nghiên cứu khác.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Bên cạnh đó, luận văn còn sử dụng một số phương pháp cụ thể sau:

Phương pháp phân tích, bình luận, tổng hợp, phương pháp so sánh đánh giá: Phương pháp này được sử dụng tại Chương 1 làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Phương pháp đánh giá, diễn giải, phân tích, đối chiếu, thống kê: Phương pháp này được sử dụng tại Chương 2 nhằm phân tích quy định pháp luật, đánh giá thực trạng pháp luật và thực tiễn thi hành pháp luật tại Việt Nam về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Phương pháp tổng hợp, quy nạp: Phương pháp này được sử dụng tại Chương 3 khi nghiên cứu định hướng và đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật, giải pháp nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo ở Việt Nam.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Luận văn “Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị” là công trình nghiên cứu với cấp độ là một luận văn thạc sĩ là nghiên cứu chuyên sâu cả vấn đề lý luận và thực tiễn của hoạt động quảng cáo và pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo. Dựa vào nội dung và kết quả nghiên cứu của đề tài, luận văn đưa ra những kết luận, kiến nghị và 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 xây dựng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo, 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. Luận văn có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo, tư liệu để đề xuất với các cơ quan chức năng quản lý Nhà nước bổ sung cho các cơ quan và cá nhân trong những buổi hội thảo, tập huấn nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam, đồng thời cũng là kênh thông tin cho những doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh

tế khác nhau có thể tham khảo để đề xuất dễ dàng tiếp cận, tham gia vào thị trường kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam và tại tỉnh Quảng Trị trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập sâu rộng như hiện nay.

7. Bố cục của luận văn:

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và Danh mục tài liệu viết tắt, phần chính của luận văn gồm có 03 chương với những nội dung cơ bản sau:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận về kinh doanh hoạt động quảng cáo và lý luận pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

Chương 2: Thực trạng về pháp luật kinh doanh quảng cáo và thực tiễn thực hiện tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị.

Chương 3: Định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Ngoài ra còn có Bảng viết tắt, Mục lục, Danh mục tài liệu tham khảo.

Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO VÀ PHÁP LUẬT VỀ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO

1.1. Khái quát về quảng cáo và hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.1.1. Khái niệm về quảng cáo

Ở phương diện ngôn ngữ, quảng cáo có nghĩa là thông báo, thông tin một cách rộng rãi, nhằm thu hút sự chú ý của mọi người đến đối tượng được quảng cáo.

Theo khoản 1, Điều 2, Luật quảng cáo năm 2012 quy định: “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 hoá, dịch vụ được giới thiệu, trừ tin thời sự; chính sách xã hội, thông tin cá nhân”.

1.1.2. Khái niệm kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.1.2.1. Khái niệm kinh doanh

Kinh doanh được Từ điển tiếng Việt định nghĩa là tổ chức sản xuất, buôn bán sao cho sinh lợi. Theo đó, hoạt động kinh doanh là hoạt động bao gồm cả buôn bán và sản xuất. Tuy nhiên, không có nghĩa tất cả hoạt động sản xuất, buôn bán đều được xem là kinh doanh mà chỉ có những hoạt động sản xuất, buôn bán nào có thể sinh ra lợi nhuận mới được xem là kinh doanh.

Theo điều 16, Khoản 4, Luật Doanh nghiệp 2014: “*Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi*”. Như vậy, khác với các hành vi trao đổi, cung ứng dịch vụ dân sự thuần túy khác, mục đích lớn nhất của kinh doanh là tạo ra lợi nhuận. Hoạt động kinh doanh đối với các doanh nghiệp là làm sao để tạo ra lợi nhuận khi số tiền thu được trong kinh doanh (doanh thu) lớn hơn số tiền phải chi phí (chi phí kinh doanh), tiền bán ra trừ tiền chi phí bằng lợi nhuận. Vì thế, dù là bất cứ hoạt động nào, cho dù về mặt hình thức giống kinh doanh nhưng mục tiêu của hoạt động đó không phải là tạo ra lợi nhuận đều không phải là kinh doanh.

1.1.2.2. Khái niệm về kinh doanh hoạt động quảng cáo

Kinh doanh hoạt động quảng cáo là việc các tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình quảng cáo theo hợp đồng cung ứng dịch vụ quảng cáo với người quảng cáo. Các tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo cần đáp ứng được các điều kiện về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

1.1.3. Một số yếu tố tác động đến hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo

- Yếu tố tác động của các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo
- Yếu tố về chất lượng của lãnh đạo và nhân viên người lao động
- Yếu tố về tuân thủ các qui định của pháp luật, chính sách của Đảng và Nhà nước

- Yếu tố về ảnh hưởng của môi trường kinh tế
- Yếu tố về cạnh tranh trên thị trường quảng cáo
- Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh quảng cáo trong việc lựa chọn phương tiện quảng cáo

1.2. Khái quát pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.2.1. Khái niệm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.2.2. Vai trò của kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch

Hiện nay, kinh doanh lưu trú du lịch có vai trò hết sức quan trọng cho sự phát triển chung của ngành du lịch nói riêng và nền kinh tế xã hội nói chung như sau:

- Thứ nhất, góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển.
- Thứ hai, góp phần thúc đẩy sự phát triển xã hội.
- Thứ ba, tạo thêm việc làm.
- Thứ tư, thúc đẩy sự phát triển giao lưu giữa các quốc gia và các dân tộc trên thế giới.

1.3. Khái quát pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.3.1. Khái niệm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

Pháp luật Việt Nam hiện nay chỉ quy định một số điều luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo nên có thể nói pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo chỉ là một bộ phận cấu thành của pháp luật về quảng cáo. Khi nhìn vào thực tiễn việc kinh doanh hoạt động quảng cáo cũng như các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo, chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy không có sự khác biệt nhiều trong việc điều chỉnh giữa hai loại kinh doanh quảng cáo có lợi nhuận và kinh doanh quảng cáo phi lợi nhuận. Những quy định của pháp luật về hình thức, phương tiện, nội dung, sản phẩm quảng cáo của hai loại này hầu như là giống nhau.

Tuy nhiên, xét thấy với tính lợi nhuận trong thực hiện việc kinh doanh hoạt động quảng cáo, chúng ta vẫn nên có sự phân chia này trong pháp luật theo đó vẫn thừa nhận loại hình kinh doanh quảng cáo phi lợi nhuận, đặc biệt là khi các doanh nghiệp xã hội vẫn đang tồn tại và phát triển không ngừng trong nền kinh tế, xã hội của Việt Nam. Bên cạnh đó, việc kinh doanh hoạt động quảng cáo luôn gắn liền với tính lợi nhuận và đây là một trong những ngành nghề kinh doanh cung ứng dịch vụ cần thiết được điều chỉnh trong lĩnh vực pháp luật về thương mại.

Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo hình thành và phát triển dựa trên các nhu cầu điều chỉnh quan hệ xã hội của pháp luật, theo đó, pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo là tổng hợp các quy tắc xử sự do nhà nước ban hành nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo.

1.3.2. Nguyên tắc của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.3.2.1. Nguyên tắc bảo vệ an ninh tổ quốc, trật tự an toàn xã hội.

1.3.2.2. Nguyên tắc pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo phải đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.3.2.3. Nguyên tắc bảo vệ tính mạng sức khỏe, danh dự, nhân phẩm của cá nhân, tổ chức.

2.3.2.4. Nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

1.3.2.5. Nguyên tắc chủ động hội nhập vào nền kinh doanh hoạt động quốc tế

1.3.3. Vai trò của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

Thứ nhất, pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo chính là cơ sở pháp lý để các chủ thể tham gia thực hiện quyền của các chủ thể trong hoạt động quảng cáo.

Thứ hai, là phải đảm bảo sự quản lý của Nhà Nước trong kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Thứ ba, pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo là hành lang pháp lý nhằm đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Thứ tư, pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Thứ năm, pháp luật kinh doanh hoạt động quảng cáo là một công cụ hữu hiệu giúp định hướng cho sự phát triển phát triển của ngành kinh doanh quảng cáo Việt Nam.

Thứ sáu, pháp luật kinh doanh hoạt động quảng cáo góp phần trong công cuộc bảo vệ, giữ gìn và phát huy những giá trị truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc, xây dựng nên những chuẩn mực, nguyên tắc trong kinh doanh, lâu dài, các nguyên tắc này sẽ trở thành bộ phận cấu thành nên “đạo đức trong kinh doanh.

1.4. Nội dung cơ bản của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

1.4.1. Pháp luật về chủ thể trong kinh doanh hoạt động quảng cáo

Trong các giai đoạn của kinh doanh hoạt động quảng cáo, có nhiều chủ thể tham gia vào. Vì thế, pháp luật cần có những điều chỉnh tương ứng với từng chủ thể khi tham gia vào hoạt động này. Vai trò của pháp luật trong việc đảm bảo môi trường pháp lý thuận lợi cho các chủ thể được thể hiện ở các khía cạnh tại Điều 7 Luật doanh nghiệp 2020 về Quyền của doanh nghiệp thì doanh nghiệp được quyền Tự do kinh doanh ngành, nghề mà luật không cấm, lựa chọn loại hình và sản phẩm kinh doanh không trái với quy định của pháp luật về kinh doanh, Tự do tìm kiếm thị trường, khách hàng và ký kết hợp đồng, tuyển dụng, thuê và sử dụng lao động theo quy định của pháp luật về lao động, chủ động ứng dụng khoa học và công nghệ để nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh. được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ theo quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ, chiếm hữu, sử dụng, định đoạt tài sản của doanh nghiệp, từ chối yêu cầu của cơ quan, tổ chức, cá nhân về cung cấp nguồn lực không theo quy định của pháp luật, khiếu nại, tham gia tố tụng theo quy định của pháp luật.

Chủ thể tham gia quan hệ pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo bao gồm người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người quảng cáo. Vì vậy, pháp luật quy định những điều kiện, địa vị pháp lý của từng chủ thể khác nhau tùy theo từng loại quan hệ phát sinh trong hoạt động này.

1.4.2. Pháp luật về đối tượng của kinh doanh hoạt động quảng cáo

Pháp luật về đối tượng của kinh doanh hoạt động quảng cáo bao gồm các quy phạm pháp luật xác định đối tượng của kinh doanh hoạt động quảng cáo như: Xác định các hành vi quảng cáo bị cấm, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo, những hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong kinh doanh hoạt động bị cấm, những hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trong kinh doanh hoạt động quảng cáo. Trong đó, những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ bị cấm quảng cáo là những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ bị hạn chế hoặc bị cấm kinh doanh, những sản phẩm có tác động xấu đến trật tự an toàn xã hội, những truyền thống tốt đẹp của dân tộc, gây ảnh hưởng đến an ninh quốc gia, những hành vi cạnh tranh không lành mạnh và những sản phẩm quảng cáo gây tác động tiêu cực đến sự hình thành nhân cách, thể chất của trẻ em...

1.4.3. Pháp luật về phương tiện kinh doanh hoạt động quảng cáo

Nhìn chung những quy định về phương tiện quảng cáo để thể hiện nội dung và sản phẩm quảng cáo là giống nhau. Xét đến tính đặc thù của các phương tiện quảng cáo, pháp luật quy định nội dung, điều kiện, cách thức quảng cáo trên mỗi phương tiện là khác nhau.

Do những đặc thù của mỗi phương tiện quảng cáo, bên cạnh những quy định về nội dung, pháp luật còn phải quy định điều kiện và cách thức QCTM trên mỗi phương tiện là khác nhau. Ví dụ, về phương tiện báo chí, chúng ta có 4 loại báo là báo in, báo hình, báo nói và báo điện tử, về xuất bản sách, chúng ta có sách, tờ gấp, tờ rời và các sản phẩm in, nhân bản, phim ảnh, băng hình, đĩa hình, băng âm thanh, đĩa âm thanh.

1.4.4. Pháp luật về sản phẩm quảng cáo

Pháp luật về sản phẩm quảng cáo là những quy định điều kiện, tiêu chuẩn của sản phẩm quảng cáo, thường là những quy định cấm những sản phẩm quảng cáo có sức tác động và ảnh hưởng đến chính trị, văn hóa, kinh tế của đất nước và đến người tiêu dùng. Việc điều chỉnh về những hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong hoạt động quảng cáo cũng là bộ phận không thể thiếu trong nội dung pháp luật về sản phẩm quảng cáo. Đây thường là những quy định cấm về những hành vi như quảng cáo gian dối, xuyên tạc, so sánh trực tiếp với các đối thủ cạnh tranh... Đây được coi là vấn đề chính, cốt lõi trong pháp luật về sản phẩm quảng cáo nói chung và pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo nói riêng.

1.3.5. Pháp luật về xử lý vi phạm trong kinh doanh hoạt động quảng cáo

Các tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo phải thực hiện đầy đủ và tuân thủ các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo... Trong trường hợp các tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo vi phạm pháp luật thì tùy vào tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật, xử phạt vi phạm hành chính, bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật. Mức độ xử phạt căn cứ vào Luật xử lý vi phạm hành chính và một số văn bản quy phạm pháp luật khác có liên quan.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 1

Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo có vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng nên hành lang pháp lý nhằm đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo từ đó góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nó còn là một công cụ hữu hiệu giúp định hướng cho sự phát triển phát triển của ngành kinh doanh quảng cáo và góp phần trong công cuộc bảo vệ, giữ gìn và phát huy những giá trị truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc, xây dựng nên những chuẩn mực, nguyên tắc trong kinh doanh.

Việc nghiên cứu vấn đề lý luận về kinh doanh hoạt động quảng cáo dưới góc độ pháp lý là nền tảng cho việc nghiên cứu hệ thống pháp luật thực định; trên cơ sở đó, có cái nhìn bao quát nhằm nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật và hướng tới hoàn thiện hệ thống luật pháp.

Chương 2

THỰC TRẠNG VỀ PHÁP LUẬT KINH DOANH QUẢNG CÁO VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN TẠI THÀNH PHỐ ĐÔNG HÀ, TỈNH QUẢNG TRỊ

2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về kinh doanh hoạt động quảng cáo

2.1.1. Quy định của pháp luật hiện hành về kinh doanh hoạt động quảng cáo

2.1.1.1. Điều kiện kinh doanh hoạt động quảng cáo

Theo quy định của pháp luật hiện hành, kinh doanh hoạt động quảng cáo được xem là một ngành nghề kinh doanh có điều kiện. Tổ chức cá nhân chỉ được phép kinh doanh hoạt động quảng cáo khi và chỉ khi đáp ứng đủ các điều kiện theo quy định của pháp luật, nghĩa là quyền tự do kinh doanh hoạt động quảng cáo có giới hạn cụ thể. Vì hoạt động của tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo có ảnh hưởng đến lợi ích của nhiều chủ thể khác trong xã hội như người quảng cáo, người tiêu dùng, cộng đồng địa phương, an ninh, chính trị, tôn giáo, lịch sử... Các nội hàm như “truyền thống văn hóa”, “đạo đức xã hội”, “thuần phong mỹ tục” hay “lợi ích công cộng” luôn nằm trong các nguyên tắc cơ bản của pháp luật, từ đó hình thành nên các giới hạn của quyền tự do nói chung và quyền tự do kinh doanh nói riêng. Chúng ta cần dựa vào các nguyên tắc có giá trị lâu dài và bền vững này để xác định rõ giới hạn của quyền tự do kinh doanh.

Mặt khác, điều kiện kinh doanh được hiểu là điều kiện mà chủ thể kinh doanh cần phải có khi kinh doanh trong một số ngành nghề nhất định, được pháp luật quy định và là tổ hợp các công cụ được chính phủ sử dụng nhằm mục đích quản lý nhà nước được chặt chẽ hơn đối với một số ngành nghề nhất định để đảm bảo an toàn cho xã hội trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Vì thế, có quan điểm cho rằng: “Điều kiện kinh doanh là mọi sự can thiệp của cơ quan hành chính vào quyền tự do kinh doanh của người dân, thường được cụ thể hóa bằng những hành vi của nhân viên hành chính có quyền chấp nhận hoặc khước từ việc đăng ký hoặc tổ chức những hoạt động kinh doanh cụ thể”.

2.1.1.2. Đối tượng của kinh doanh hoạt động quảng cáo

Theo Điều 7 Luật Quảng cáo năm 2012 quy định về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo.

Theo Điều 8 Luật Quảng cáo năm 2012 quy định về hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo.

2.1.1.3. Phương tiện, tiếng nói, chữ viết trong quảng cáo

Cụ thể như sau: tại Điều 17, Luật Quảng cáo năm 2012 có quy định về các loại phương tiện quảng cáo. Tại Điều 18, Luật Quảng cáo năm 2012 có quy định về tiếng nói, chữ viết trong quảng cáo.

2.1.1.4. Quyền và nghĩa vụ của chủ thể trong kinh doanh hoạt động quảng cáo

Quyền của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo được quy định tại Khoản 1, Điều 13, Luật Quảng cáo năm 2012. Nghĩa vụ của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo được quy định tại Khoản 1, Điều 13, Luật Quảng cáo năm 2012.

Quyền của người quảng cáo được quy định tại Khoản 1, Điều 12, Luật Quảng cáo năm 2012. Nghĩa vụ của người quảng cáo được quy định tại Khoản 2, Điều 12, Luật Quảng cáo năm 2012. Quyền và nghĩa vụ của người phát hành quảng cáo được quy định tại Điều 14, Luật Quảng cáo năm 2012. Quyền và nghĩa vụ của người cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo được quy định tại Điều 15, Luật Quảng cáo năm 2012. Quyền và nghĩa vụ của người tiếp nhận quảng cáo được quy định tại Điều 16, Luật Quảng cáo năm 2012.

2.1.1.5. Xử lý vi phạm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo là hệ thống các quy phạm pháp luật nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội trong lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo, hoạt động quản lý của nhà nước đối với đăng kí kinh doanh hoạt động quảng cáo và các quan hệ xã hội thuộc đối tượng điều chỉnh của pháp luật về điều kiện kinh doanh hoạt động quảng cáo.

2.1.2. Đánh giá quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

- Những ưu điểm của pháp luật:

Thứ nhất, Các quy phạm pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo được quy định trong Luật Quảng cáo năm 2012, Luật thương mại 2020 và được cụ thể hóa trong các văn bản hướng dẫn thi hành và các văn bản pháp luật chuyên ngành khác.

Thứ hai, Các nhà lập pháp của nước ta đã có rất nhiều nỗ lực trong việc nghiên cứu và ban hành các văn bản pháp luật nhằm điều chỉnh các hoạt động, các quan hệ pháp luật trong kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Thứ ba, những quy định của pháp luật hiện hành đã tạo ra một môi trường và hành lang pháp lý đồng bộ, tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể tham gia vào hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo.

- Những hạn chế của pháp luật:

Một là, Quy định về quảng cáo trên truyền hình và mạng internet còn chưa được cụ thể.

Hai là, Vẫn còn nhiều bất cập trong các quy định về trách nhiệm pháp lý trong lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Ba là, Các khái niệm trong Luật Quảng cáo năm 2012 vẫn còn rất rộng, mơ hồ, và đã lỗi thời như “thẩm mỹ”, “truyền thống lịch sử”, “văn hóa”, “đạo đức”, “thuần phong mỹ tục” (Khoản 3, Điều 8).

Bốn là, Quy định về xin cấp phép xây dựng công trình quảng cáo chưa thống nhất, đồng bộ

Năm là, Quy định về trách nhiệm của đại diện thương hiệu quảng cáo còn bị bỏ ngỏ

Sáu là, Quy định của văn bản hướng dẫn thi hành Luật Quảng cáo năm 2012 về xác nhận nội dung quảng cáo trái với Luật

2.2. Thực tiễn áp dụng các quy định của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị

2.2.1. Một số kết quả đạt được trong thực hiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị

Đối với thành phố Đông Hà:

Từ khi Luật Quảng cáo năm 2012 và các văn bản dưới luật liên quan có hiệu lực đã tạo ra một môi trường và điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh hoạt động quảng cáo tại thành phố Đông Hà hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo. Các quy định pháp luật góp phần tăng cường công tác quản lý nhà nước, chấn chỉnh kịp thời những vướng mắc, bất cập, xử lý nghiêm các hành vi vi phạm, tạo chuyển biến tích cực nhằm thúc đẩy phát triển hoạt động quảng cáo trên phạm vi toàn thành phố, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo; tạo sự thống nhất, đồng bộ trong thực thi Luật Quảng cáo năm 2012 và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan, đảm bảo ổn định trật tự an toàn, xây dựng nếp sống văn hóa, văn minh đô thị. Bảo vệ môi trường kinh doanh lành mạnh, trung thực, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiếp nhận quảng cáo; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp quảng cáo, xây dựng môi trường quảng cáo minh bạch, tin cậy, góp phần phát triển sản xuất, kinh doanh trong thành phố, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu hàng hóa Việt Nam.

Đối với tỉnh Quảng Trị

Bên cạnh đó, việc thực hiện những quy định chung, quy định yêu cầu về nội dung, điều kiện quảng cáo trên các phương tiện quảng cáo trong Luật Quảng cáo năm 2012 trên toàn tỉnh Quảng Trị được thực hiện khá chặt chẽ và đầy đủ. Các cấp, các ngành, các tổ chức cá nhân kinh doanh quảng cáo, người tiếp nhận quảng cáo trên địa bàn tỉnh đều thực hiện nghiêm túc, đảm bảo quy định.

2.2.2. Một số vướng mắc trong thực hiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

- Công tác quy hoạch quảng cáo đã có, trong khi đó quy hoạch đô thị thành phố đã có nhiều thay đổi vì vậy các nội dung đã không còn phù hợp, một số căn cứ pháp lý hết hiệu lực vì vậy gây khó khăn trong công tác quản lý.

- Theo khoản 6 Điều 29 của Luật Quảng cáo năm 2012 quy định phải có văn bản chứng minh quyền sử dụng địa điểm quảng cáo.

- Cùng một loại hàng hóa đặc biệt được quảng cáo lại được điều chỉnh bởi hai quy định trong hai văn bản luật khác nhau.

- Việc tiếp nhận và ra Thông báo quảng cáo của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cho các tổ chức, cá nhân treo quảng cáo trên địa bàn thành phố không chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo đối với băng rôn, phướn dọc theo quy định tại khoản 6, Điều 29 của Luật quảng cáo năm 2012 đã ban hành và không thông báo quảng cáo cho thành phố biết nên khó khăn trong công tác quản lý và hậu kiểm.

- UBND thành phố Đông Hà đã chỉ đạo quyết liệt, tổ chức ra quân nhiều lần đẩy mạnh công tác kiểm tra, xử lý quảng cáo rao vặt, nhưng do các đối tượng lén lút dán vào ban đêm, các ngày nghỉ, các đối tượng ở các tỉnh thành miền bắc thường thuê các em sinh viên, học sinh để thực hiện việc dán các số điện thoại, tờ rơi, thông tin (chủ yếu là các loại hình thế chấp vay vốn, khoan cắt bê tông, hút hầm cầu) nên khó khăn trong việc xử lý vi phạm hành chính.

- Thiếu một số quy định về sản phẩm quảng cáo liên quan đến ngành y tế, nông nghiệp, QCVN 17:2018/BXD của Bộ Xây dựng có điểm chưa phù hợp.
- Một số tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo thương mại và tuyên truyền chưa chấp hành đúng quy định của Luật quảng cáo năm 2012 và các quy định có liên quan.
- Một số tổ chức thực hiện công tác tuyên truyền nhân dịp các sự kiện sai quy định.
- Hình thức quảng cáo như: Treo, dán, đặt, vẽ các sản phẩm quảng cáo trên cột điện, trụ điện, cột tín hiệu giao thông và cây xanh, tường rào nơi công cộng hiện nay rất khó xử lý.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2

Qua nghiên cứu tại Chương 2 của đề tài, tác giả đã làm rõ được các nội dung như sau:

1. Phân tích và đánh giá được thực trạng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua việc hệ thống các văn bản pháp luật, chỉ ra những ưu điểm và hạn chế của pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo.

2. Phân tích và đánh giá cụ thể về thực tiễn áp dụng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo qua thực tiễn tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị, trong đó đã đưa ra các số liệu, vụ việc cụ thể về vi phạm pháp luật trong lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo.

3. Đề tài đã chỉ ra được những hạn chế và nguyên nhân dẫn đến thực trạng vi phạm pháp luật kinh doanh hoạt động quảng cáo. Những điểm hạn chế này phần lớn là việc thiếu các quy định cụ thể đối với kinh doanh hoạt động quảng cáo. Bên cạnh đó, còn xuất phát từ trách nhiệm của các cơ quan lập pháp trong việc xây dựng các quy định, văn bản cụ thể, sát với thực tế và công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật của các cơ quan nhà nước tại địa phương.

Chương 3

ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO

3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo

3.1.1. Đảm bảo thống nhất các quy định về kinh doanh hoạt động quảng cáo

Thứ nhất, Về định hướng chung: Tập trung thực hiện tốt nhiệm vụ hoàn thiện các thể chế, chính sách, quy định của pháp luật về phát triển lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo mà các cấp các ngành đã giao.

Thứ hai, về định hướng cụ thể:

Đảm bảo tính đồng bộ, ổn định và nhất quán trong ban hành các quy định và văn bản pháp luật. Các cơ quan lập pháp cần ban hành các quy định nhằm bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng, đảm bảo sự cân bằng trong quan hệ của người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh qua đó góp phần ổn định trật tự xã hội, bảo vệ lợi ích chung của xã hội. Bên cạnh việc xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa và hoàn thiện hệ thống pháp luật thì tất cả các hoạt động bao gồm cả hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo cần tuân thủ tuyệt đối các quy định của pháp luật.

Thứ nhất là, Về định hướng chung: Tập trung thực hiện tốt nhiệm vụ các cấp các ngành trong thực hiện nhiệm vụ hoàn thiện thể chế, các quy định pháp luật, các chính sách phát triển du lịch nói chung và kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch

- Hoàn thiện các quy định để quản lý và phát triển các mô hình kinh doanh mới trong lĩnh vực du lịch phù hợp với điều kiện và tình hình thực tế.

Thứ hai là, về định hướng cụ thể:

Tập trung nghiên cứu để ban hành các quy định cụ thể để quản lý, vận hành căn hộ du lịch (condotel), biệt thự du lịch (resort villa), văn phòng kết hợp lưu trú ngắn hạn (officotel), nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê... Phải đảm bảo tính ổn định nhất quán đồng bộ trong ban hành các văn bản pháp luật.

Tăng cường đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ quản lý, cán bộ thanh tra về du lịch; Tăng cường đào tạo nâng cao về trình độ lẫn đạo đức nghề nghiệp kiến thức tuân thủ pháp luật cho đội ngũ quản lý nhân viên tại các cơ sở lưu trú du lịch.

3.1.2. Hoàn thiện pháp luật trên cơ sở vai trò của các chủ thể quản lý nhà nước trong kinh doanh hoạt động quảng cáo

Liên tục có sự thay đổi trong nhận thức, tư duy về phát triển kinh doanh hoạt động quảng cáo, xác định kinh doanh quảng cáo là ngành kinh tế mang nội dung văn hóa và nhân văn sâu sắc, đóng góp vào công cuộc hội nhập kinh tế của thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị, tạo động lực cho các ngành khác phát triển, đem lại hiệu quả kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường, chính trị, đối ngoại và an ninh, quốc phòng.

Đổi mới mạnh mẽ tư duy phát triển hoạt động quảng cáo theo quy luật kinh

tế thị trường, đáp ứng yêu cầu phát triển hoạt động quảng cáo thành một trong những ngành kinh tế sôi nổi, phát triển.

Tiếp tục nâng cao vai trò quản lý của chính quyền địa phương trong việc quản lý các hoạt động kinh doanh quảng cáo trên địa bàn đã được phân cấp quản lý. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch phải thường xuyên hướng dẫn, chỉ đạo các doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động quảng cáo luôn quan tâm và tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực ở cơ quan, đơn vị mình.

3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam

Một là, Giảm bớt những rắc rối về thủ tục hành chính bằng cách khẩn trương, liên tục rà soát, kiểm tra một cách đồng bộ và kịp thời để phát hiện, thay thế, sửa đổi, bổ sung những quy định pháp luật mới, từ đó phát huy tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các chủ thể trong kinh doanh hoạt động quảng cáo hiện nay;

Hai là, cần phải giải thích rõ ràng, cụ thể các khái niệm, từ ngữ được sử dụng khi xây dựng các quy định pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo. Nếu trong trường hợp không có quy định cụ thể hóa trong luật thì phải có định nghĩa rõ ràng nhằm tránh tình trạng một khái niệm được hiểu theo các nghĩa khác nhau.

Ba là, cần xây dựng, ban hành và bổ sung những quy định cụ thể nhằm nâng cao trách nhiệm của các cơ quan chức năng, cơ quan truyền thông đại chúng, cơ quan báo chí và truyền hình, cơ quan thanh tra trong việc cho phép quảng cáo được phát hành trên những phương tiện truyền thông đại chúng, internet, các nền tảng MXH đúng quy định pháp luật, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, đảm bảo tính trung thực, chính xác của các thông tin quảng cáo.

Bốn là, cần ban hành những quy định chặt chẽ hơn trong việc cho phép quảng cáo cái loại hàng hóa như rượu bia, thuốc lá.

Năm là, cần đảm bảo các quy định về việc xây dựng các công trình quảng cáo ngoài trời trong Luật Quảng cáo năm 2012 được thống nhất.

Sáu là, cần bổ sung các quy định về trách nhiệm pháp lý về nội dung của sản phẩm quảng cáo mà người ký hợp đồng làm đại diện thương hiệu cho sản phẩm, dịch vụ, hàng hóa đại diện

Bảy là, tên gọi của Hiệp hội quảng cáo Việt Nam cần được quy định cụ thể trong Luật quảng cáo năm 2012.

Tám là, Luật Quảng cáo năm 2012 nên thống nhất với Luật Thương mại 2020 quy định thương nhân kinh doanh định vụ quảng cáo cũng bao gồm những người phát hành quảng cáo và cho thuê phương tiện quảng cáo.

Chín là, Xác định lại đối tượng của quảng cáo.

Mười là, Luật thương mại cần về quy định điều khoản ràng buộc trách nhiệm pháp lý của người quảng cáo, quy định người quảng cáo chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại vì thông tin quảng cáo là một sự cam kết giữa người

quảng cáo và người tiêu dùng, nội dung quảng cáo được mặc nhiên thừa nhận trong điều khoản hợp đồng của các bên, không bị phụ thuộc vào sự thỏa thuận giữa hai bên trong các hợp đồng mua bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ.

3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo tại Việt Nam và tại thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị

3.3.1. Giải pháp chung

Thứ nhất, cần tăng cường tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn việc thực hiện các quy định pháp luật trong kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Thứ hai, triển khai thực hiện nhiều biện pháp nghiệp vụ để tiến hành kiểm soát chất lượng quảng cáo và sản phẩm quảng cáo, nâng cao ý thức chấp hành pháp luật, đơn giản hóa các thủ tục hành chính, áp dụng mô hình một cửa liên thông trong quy trình đăng ký đầu tư và kinh doanh hoạt động quảng cáo để đảm bảo thực hiện các hoạt động này một cách hiệu quả, thuận tiện, tiết kiệm và nhanh chóng nhất.

Thứ ba, tăng cường thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật trong kinh doanh hoạt động quảng cáo, xem đây là nhiệm vụ thường xuyên nhằm hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo.

Thứ tư, pháp luật cần xây dựng cơ chế nhằm đảm bảo thực hiện điều kiện đăng kí kinh doanh hoạt động quảng cáo.

3.3.2. Giải pháp đối với thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị

Một là tập trung góp ý, phản ánh và thực hiện nghiêm túc các chính sách, quy định pháp luật để hỗ trợ tạo thuận lợi kinh doanh hoạt động quảng cáo tại địa phương phát triển.

Hai là đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin số hóa để phát triển kinh doanh hoạt động quảng cáo.

Thứ ba là tăng cường năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh hoạt động quảng cáo

Thứ tư là: Đổi mới và nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về quảng cáo

Thứ năm là: Đề xuất với UBND tỉnh Quảng trị để phân cấp, uỷ quyền quản lý hoạt động quảng cáo cho thành phố Đông Hà

TIÊU KẾT CHƯƠNG 3

Trong giai đoạn nền kinh tế thị trường của Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ hiện nay, nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng các quy định của pháp luật và thực tiễn áp dụng pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo, từ đó có được những định hướng trong công cuộc hoàn thiện pháp luật và đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao thực thi pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo. Đây cũng là yêu cầu cấp thiết hiện nay. Pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo đã góp phần quan trọng trong việc xây dựng môi trường pháp lý ổn định, lành mạnh, giúp cho hoạt động quảng cáo phát triển. Tuy nhiên bên cạnh đó, pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo vẫn tồn tại nhiều hạn chế, bất cập, vì vậy việc hoàn thiện pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo là một việc vô cùng cần thiết và cần dựa trên cơ sở phân tích khoa học và thực tiễn.

KẾT LUẬN

Trong các năm qua, ngành quảng cáo Việt Nam nói chung và thành phố Đông Hà, tỉnh Quảng Trị nói riêng đã đạt được nhiều kết quả tích cực, đáng khích lệ, các chỉ số tăng trưởng hàng năm trong ngành quảng cáo tăng đều đặn, có nhiều đóng góp vào công cuộc phát triển kinh tế của đất nước, tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người lao động. Ngành kinh doanh hoạt động quảng cáo đã phát triển nhanh chóng trong thời gian qua, theo kịp với tốc độ phát triển của nền kinh tế trong nước và từng bước hội nhập kinh tế quốc tế. Kinh doanh hoạt động quảng cáo đang đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc phát triển kinh tế, xã hội, kinh doanh hoạt động quảng cáo không những đáp ứng nhu cầu về thông tin cho người tiêu dùng về sản phẩm quảng cáo của doanh nghiệp sản xuất mà còn là một bộ phận quan trọng không thể thiếu được trong việc thúc đẩy doanh thu, định hình ý thức mua sắm, góp phần quảng bá hình ảnh, văn hóa địa phương. Tại Việt Nam nói chung và thành phố Đông Hà tỉnh Quảng Trị nói riêng, lĩnh vực kinh doanh hoạt động quảng cáo đang phát triển với tốc độ nhanh chóng, mở rộng ra nhiều mặt, dần đáp ứng được nhu cầu đa dạng của doanh nghiệp cũng như của người tiêu dùng. Việc này cũng tạo nên sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường. Từ khi có Luật Quảng cáo 2012, môi trường kinh doanh hoạt động quảng cáo đã có nhiều bước tiến vượt bậc, tạo dựng nên môi trường pháp lý ổn định, lành mạnh, minh bạch, từ đó giúp ngành quảng cáo Việt Nam có những bước phát triển to lớn. Cùng với sự phát triển của ngành quảng cáo, kinh doanh hoạt động quảng cáo cũng phát triển theo, các loại hình kinh doanh quảng cáo mới xuất hiện, từ đó Luật Quảng cáo năm 2012 bắt đầu xuất hiện nhiều hạn chế, bất cập trong quá trình điều chỉnh pháp luật về kinh doanh hoạt động quảng cáo. Từ đó việc ban hành, sửa đổi, bổ sung những quy định cụ thể rõ ràng hơn đối với các quan hệ mới phát sinh là một điều cần thiết. Các quy định của pháp luật càng cụ thể, càng rõ ràng thì hành lang pháp lý cho các chủ thể kinh doanh càng an toàn và ổn định, khuyến khích các chủ thể tham gia vào thị trường kinh doanh hoạt động quảng cáo một cách tích cực và sôi nổi. Từ việc nghiên cứu các vấn đề lý luận về pháp luật kinh doanh hoạt động quảng cáo và thực trạng của pháp luật kinh doanh hoạt động quảng cáo, Luận văn đã đưa ra những kiến nghị, sửa đổi, bổ sung một số quy định của pháp luật trong hoạt động kinh doanh hoạt động quảng cáo.

DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT, CHỦ TRƯỞNG CHÍNH SÁCH

1. Quốc hội (2013), *Hiến pháp*;
2. Quốc hội (2015), *Bộ luật Dân sự*;
3. Quốc hội (2015, sửa đổi, bổ sung 2017), *Bộ luật Hình sự*;
4. Quốc hội (2018), *Luật Cảnh tranh*;
5. Quốc hội (2010), *Luật Bảo vệ người tiêu dùng*;
6. Quốc hội (2012, SĐ,BS 2018), *Luật Quảng cáo*;
7. Quốc hội (2018), *Luật Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, hàng hóa*;
8. Bộ VHTTDL (2013), Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 06/12/2013 về quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của Luật quảng cáo và Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/01/2013 của Chính phủ;
9. Bộ Xây dựng (2013), Thông tư số 19/2013/TT-BXD ngày 31/10/2013 về ban hành quy chuẩn quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời;
10. Bộ Xây dựng (2018), Thông tư số 04/2018/TT-BXD ngày 20 tháng 5 năm 2018 ban hành quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về xây dựng và lắp đặt phương tiện quảng cáo ngoài trời;
11. Bộ Văn Hóa, Thể thao và Du lịch (2013), Thông tư số 10/2013/TT-BVHTTDL ngày 06/12/2013 của quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của luật quảng cáo và nghị định số 181/2013/nđ-cp ngày 14 tháng 11 năm 2013 của chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của luật quảng cáo;
12. Chính phủ (2013), Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 quy định chi tiết thi hành một số điều của luật quảng cáo;
13. Chính phủ (2017), Chỉ thị số 17/CT-TTG ngày 09/5/2017 về tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo;
14. Chính phủ (2013), Nghị định 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo;
15. Chính phủ (2017), Nghị định số 28/2017/NĐ-CP ngày 20/3/2017 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo;
16. Chính phủ (2021), Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo
17. Báo cáo Tình hình triển khai kiểm tra, chấn chỉnh hoạt động tuyên truyền, cổ động trực quan, hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố; Phòng Văn hóa thông tin UBND thành phố Đông Hà (2022).
18. Báo cáo Tình hình triển khai thi hành luật Quảng cáo -Phòng Văn hóa thông tin UBND thành phố Đông Hà (2021).
19. Báo cáo tình hình triển khai thi hành Luật Quảng cáo của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Quảng Trị (2021).

20. Quyết định số 4447/QĐ-UBND ngày 28/12/2021 phê duyệt quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Quảng Trị đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035

21. Quyết định 196/QĐ-UBND của UBND tỉnh ngày 08/2/2023 của về việc Phê duyệt thiết kế mẫu các loại hình quảng cáo

II. SÁCH, GIÁO TRÌNH, LUẬN VĂN, TẠP CHÍ, BÁO CÁO, WEBSITE

22. Ban Biên tập (2020), Khái niệm về kinh doanh, Tr. 15.

23. Bùi Nguyên Khánh (2007), Nghiên cứu so sánh về khía cạnh bảo vệ người tiêu dùng trong pháp luật về chống CTKLM ở Châu Âu, Đề tài cấp Viện độc lập của Viện Nhà nước và pháp luật;

24. Đào Hữu Dũng (2003), QCTM truyền hình trong nền kinh tế thị trường, Nxb Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh;

25. Đinh Thị Minh Lý (2021), Pháp luật về Nghĩa vụ cung cấp thông tin chất lượng hàng hóa qua phương thức quảng cáo, Luận văn thạc sĩ;

26. Đoàn Phan Tân (2011), Về khái niệm của thông tin và các giá trị làm nên thuộc tính của thông tin, Bài đăng trên Tạp chí Văn hóa-Nghệ thuật;

27. Giáo trình Marketing Căn bản của Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Nxb Tp. Hồ Chí Minh 2004;

28. Giáo trình Luật Thương mại tập 2 của Trường Đại học Luật Hà Nội, NXB Công an Nhân dân 2008.

29. Hà Huy Hiệu và Bùi Nguyên Khánh (2000), Một số khía cạnh quốc tế của pháp luật về chống CTKLM, Tạp chí Nhà Nước và Pháp luật, 12/2000, tr.10-20;

30. Lan Anh (2021), Tỉnh Thái Bình - 10 năm thi hành Luật Quảng cáo trong lĩnh vực thông tin và truyền thông, Sở Thông tin và Truyền thông Tỉnh Thái Bình, Tr.78;

31. Lê Quốc Tuấn (1995) . Tổ chức và quản lý hoạt động QCTM của các doanh nghiệp Việt Nam. Luận án PTS Kinh tế. ĐH Kinh tế quốc dân;

32. Michael Newman (2006), quy luật cơ bản của QCTM, Nxb Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh;

33. Một số vụ việc CTKLM do Cục quản lý cạnh tranh xử lý. Công thông tin điện tử Cục quản lý cạnh tranh - Bộ Công thương;

34. Nguyễn Như Phát và Bùi Nguyên Khánh (2001), Tiến tới xây dựng pháp luật về cạnh tranh trong điều kiện chuyển sang nền kinh tế thị trường ở Việt Nam. NXB Công an nhân dân. Hà Nội;

35. Nguyễn Thị Dung (2005) , “Khái niệm QCTM trong pháp luật Việt Nam và ảnh hưởng của nó đến việc hoàn thiện pháp luật về QCTM , Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, 12 ;

36. Nguyễn Thị Thư (2013), Hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam, Luận án Tiến sĩ luật học, Học viện Khoa học Xã hội, Hà Nội;

37. Nguyễn Thị Yến (2014), Tạp chí Luật học số 9/2014: "Hoạt động quảng cáo bị cấm theo pháp luật hiện hành - Bất cập và kiến nghị hoàn thiện”.

38. Nguyễn Thị Tâm (2014), “QCTM bắt chước trong sự điều chỉnh của pháp luật về cạnh tranh và pháp luật về sở hữu trí tuệ”, Tạp chí Thanh Tra số 8 năm 2014, tr.21-24;
39. Nguyễn Thị Tâm (2014), “Mô hình quản lý QCTM của Hoa Kỳ, kinh nghiệm cho Việt Nam”, Tạp chí Khoa học Chính trị số 6 năm 2014, tr.92-96;
40. Nguyễn Thị Tâm (2014), “Hội đồng Thẩm định quảng cáo theo quy định của Luật Quảng cáo”, Tạp chí Thanh tra số 9 năm 2014, tr.21-24;
41. Nguyễn Thị Tâm (2016), Hoàn Thiện pháp luật về quảng cáo thương mại, Luật án Tiên sĩ. Tr.20;
42. Phan Huy Hồng (2007), Quảng cáo so sánh trong pháp luật cạnh tranh – một nghiên cứu so sánh luật, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, Viện Khoa học xã hội VN, số 01/2007;
43. Phan Thị Lan Phương (2018), Pháp luật về quảng cáo ở Việt Nam – những bất cập và kiến nghị hoàn thiện, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp, số 16. Tr. 53;
44. Tạ Ngọc Tấn (2014), Truyền thông đại chúng, Nxb Chính trị - Sự thật, Hà Nội;
45. Trần Thị Linh (2009), Pháp luật về quảng cáo thương mại lý luận và thực tiễn hoàn thiện, luận văn tốt nghiệp cử nhân luật, Tr.10;
46. Trương Hồng Quang (2010), Một số vấn đề về hành vi Quảng cáo so sánh theo pháp luật Việt Nam hiện nay, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật số tháng 08/2010;
47. [Http://www.Vcci.Com.Vn](http://www.Vcci.Com.Vn);
48. [Http://www.phapluattp.vn](http://www.phapluattp.vn);
49. [Http://www.marketingvietnam.net](http://www.marketingvietnam.net);
50. [Http://vietbao.vn](http://vietbao.vn);
51. [Http://www.mait.vn](http://www.mait.vn);
52. [Http://vneconomy.vn](http://vneconomy.vn);
53. [Http://www.Moc.Gov.Vn](http://www.Moc.Gov.Vn);
54. [Http://tintuc.xalo.vn](http://tintuc.xalo.vn);
55. Cổng Thông tin điện tử thành phố Đông Hà.
56. [Http://csdl.thutuchanhchinh.vn](http://csdl.thutuchanhchinh.vn);
57. [Http://www.Vnexpress.Net](http://www.Vnexpress.Net).
58. [Http://www.Baomoi.Com](http://www.Baomoi.Com);
59. [Http://www.mait.vn](http://www.mait.vn);
60. [Http://Www.Baomoi.Com/Home/Dautu/Quyhoach/Www.Phapluattp.Vn/Chat-Luong-Quy-Hoach-Quang-Cao-Chua-Cao/6040557.Epi](http://Www.Baomoi.Com/Home/Dautu/Quyhoach/Www.Phapluattp.Vn/Chat-Luong-Quy-Hoach-Quang-Cao-Chua-Cao/6040557.Epi);
61. [Http://baodientu.chinhphu.vn/Home/Hieu-qua-cua-cai-cach-hanh-chinh-trong-linh-vuc-quang-cao/20114/78883.vgp](http://baodientu.chinhphu.vn/Home/Hieu-qua-cua-cai-cach-hanh-chinh-trong-linh-vuc-quang-cao/20114/78883.vgp);
62. [Http://Dantri.Com.Vn/C25/S25-441200/Bai-Toan-Nguon-Nhan-Luc-Cho-Nghanh-Pr-Quang-Cao.Htm](http://Dantri.Com.Vn/C25/S25-441200/Bai-Toan-Nguon-Nhan-Luc-Cho-Nghanh-Pr-Quang-Cao.Htm);
63. [Http://Dantri.Com.Vn/C25/S25-441200/Bai-Toan-Nguon-Nhan-Luc-Cho-Nghanh-Pr-Quang-Cao.Htm](http://Dantri.Com.Vn/C25/S25-441200/Bai-Toan-Nguon-Nhan-Luc-Cho-Nghanh-Pr-Quang-Cao.Htm);
64. [Http://www.Haa.Vn/News/Detail/171/Bao-Cao-Tong-Ket-Nam-2010-](http://www.Haa.Vn/News/Detail/171/Bao-Cao-Tong-Ket-Nam-2010-)

Cua-Hiep-Hoi-Quang-Cao-Viet-Nam.Html;

65. [Http://www.Phattrienthuonghieu.Com/Thi-Truong-Quang-Cao-Dn-Vn-Dang-Ngoi-Ngoai/](http://www.Phattrienthuonghieu.Com/Thi-Truong-Quang-Cao-Dn-Vn-Dang-Ngoi-Ngoai/);

66. [Http://Arti.Edu.Vn/Home/?Frame=Newsview&Id=263](http://Arti.Edu.Vn/Home/?Frame=Newsview&Id=263);

67. [Http://Www.Haa.Vn/News/Detail/171/Bao-Cao-Tong-Ket-Nam-2010-Cua-Hiep-Hoi-Quang-Cao-Viet-Nam.Htm](http://Www.Haa.Vn/News/Detail/171/Bao-Cao-Tong-Ket-Nam-2010-Cua-Hiep-Hoi-Quang-Cao-Viet-Nam.Htm);