|  |  |
| --- | --- |
| QUỐC HỘI KHÓA XV  **ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC**  Số: 3160/BC-UBVHGD15 | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**  *Hà Nội, ngày 05 tháng 01 năm 2025* |

**BÁO CÁO**

**Một số vấn đề lớn về tiếp thu, giải trình, chỉnh lý**

**dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo**

Kính gửi: Ủy ban Thường vụ Quốc hội,

Tại Kỳ họp thứ 8, Quốc hội khóa XV, các vị đại biểu Quốc hội đã thảo luận về dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo *(sau đây gọi tắt là dự thảo Luật)*. Thực hiện ý kiến chỉ đạo của Ủy ban Thường vụ Quốc hội và nhiệm vụ được phân công, Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục (Thường trực Ủy ban) đã phối hợp với Cơ quan chủ trì soạn thảo, Ủy ban Pháp luật và các cơ quan có liên quan nghiên cứu, tiếp thu, giải trình, chỉnh lý dự thảo Luật. Đến nay, về cơ bản các cơ quan liên quan đã thống nhất ý kiến về các nội dung của dự thảo Luật và việc tiếp thu, giải trình ý kiến đại biểu Quốc hội.

Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục xin trân trọng báo cáo Ủy ban Thường vụ Quốc hội một số vấn đề lớn trong tiếp thu, giải trình, chỉnh lý dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo như sau:

**1. Giải thích từ ngữ** (khoản 1 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số khoản của Điều 2)

*Một số ý kiến đề nghị xác định rõ hơn phạm vi hoạt động quảng cáo; chỉnh sửa thuật ngữ “hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại Việt Nam”.* *Một số ý kiến cho rằng thuật ngữ “người chuyển tải sản phẩm quảng cáo” còn chung chung, chưa bao quát các hoạt động quảng cáo trên mạng; đề nghị làm rõ hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ hoặc các hình thức tương tự.*

Thường trực Uỷ ban đã tiếp thu và chỉnh sửa những vấn đề đã rõ như trong dự thảo Luật. Đối với thuật ngữ “quảng cáo”, Thường trực Ủy ban sẽ tiếp tục phối hợp với Cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu, hoàn thiện. Đối với thuật ngữ “người chuyển tải sản phẩm quảng cáo”, dự thảo Luật chỉnh sửa theo hướng điều chỉnh 03 loại đối tượng: (i) người trực tiếp quảng cáo, khuyến nghị, xác nhận sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ trên mạng; (ii) người trực tiếp quảng cáo bằng hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ, sử dụng vì mục đích sinh lợi; (iii) các hình thức khác theo quy định của Chính phủ. Đồng thời, bổ sung việc giải thích thuật ngữ người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người có ảnh hưởng đối với xã hội.

**2. Quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo** (khoản 2 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 4)

*Một số ý kiến cho rằng đang có sự chồng lấn trách nhiệm của một số bộ; một số ý kiến khác cho rằng cách quy định cụ thể này không bao quát được hết nhiệm vụ của các bộ, ngành; một số ý kiến góp ý cụ thể về trách nhiệm quản lý nhà nước liên quan đến hoạt động quảng cáo của các bộ; đề nghị bổ sung trách nhiệm của UBND cấp huyện, cấp xã trong quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật được chỉnh lý theo hướng, ghép Điều 4 và Điều 5 thành 01 điều quy định chung về Quản lý nhà nước về quảng cáo, đồng thời giao Chính phủ quy định trách nhiệm quản lý nhà nước của từng bộ, ngành liên quan; nội dung quy định về trách nhiệm của UBND các cấp đề nghị Chính phủ nghiên cứu, bổ sung trách nhiệm của UBND cấp huyện và xã trong Nghị định hướng dẫn thi hành Luật.

**3. Quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo**(khoản 6 Điều 1 dự thảo Luật bổ sung Điều 15a)

*Một số ý kiến cho rằng nội dung của Điều 15a chủ yếu quy định về nghĩa vụ, thiếu các quy định về quyền của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo. Một số ý kiến đề nghị rà soát để đảm bảo tính thống nhất giữa dự thảo Luật và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023. Nhiều ý kiến góp ý về nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người có ảnh hưởng.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật đã chỉnh lý Điều 15 gồm 03 khoản như sau: (i) Khoản 1 quy định về quyền của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo; (ii) Khoản 2 quy định về nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo nói chung; (iii) Khoản 3 quy định về nghĩa vụ người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người có ảnh hưởng, ngoài nghĩa vụ chung được quy định tại khoản 2, có một số nghĩa vụ đặc thù; bỏ quy định về nghĩa vụ phải trực tiếp sử dụng sản phẩm khi quảng cáo mỹ phẩm, thực phẩm bảo vệ sức khoẻ, thực phẩm bổ sung trên mạng xã hội do tính khả thi chưa cao, khó kiểm soát và thực hiện.

**4. Yêu cầu về nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt** (khoản 9 Điều 1 dự thảo Luật bổ sung Điều 19)

*Có ý kiến đề nghị rà soát, bổ sung một số loại hàng hoá dịch vụ vào Điều 19. Một số ý kiến góp ý cụ thể về yêu cầu đối với nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ đặc biệt. Một số ý kiến cho rằng cần giao Chính phủ quy định yêu cầu đối với nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật quy định một số nguyên tắc chung và giao Chính phủ quy định danh mục sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt, yêu cầu đối với nội dung quảng cáo, đồng thời, đề nghị Chính phủ nghiên cứu, bổ sung một số loại hàng hóa, dịch vụ đại biểu có ý kiến. Nội dung này cũng sẽ trình Quốc hội trong dự thảo Nghị định hướng dẫn thi hành luật.

**5. Quảng cáo trên báo in** *(khoản 11 sửa đổi bổ sung Điều 21)*

*Một số ý kiến thống nhất với việc tăng diện tích quảng cáo trên ấn phẩm báo, tạp chí. Có ý kiến đề nghị giữ nguyên như quy định Luật hiện hành. Một số ý kiến đề nghị bỏ các quy định giới hạn về tỉ lệ diện tích quảng cáo trên báo, tạp chí.*

Hiện nay, thị phần quảng cáo trên báo in đã giảm mạnh, do vậy, để tạo điều kiện cho cơ quan báo chí thực hiện tốt hơn cơ chế tự chủ tài chính, giúp nâng cao chất lượng nội dung, Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục đồng tình với quy định như dự thảo Luật về việc điều chỉnh diện tích quảng cáo trên ấn phẩm báo, tạp chí (không được vượt quá 30% tổng diện tích một ấn phẩm báo hoặc 40% tổng diện tích một ấn phẩm tạp chí).

**6. Quảng cáo trên báo nói, báo hình** (khoản 12 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 22)

*- Một số ý kiến đề nghị giữ nguyên quy định về thời lượng quảng cáo trên kênh truyền hình trả tiền như Luật hiện hành là 5%.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật giữ quy định về thời lượng quảng cáo trên kênh truyền hình trả tiền là 5% như Luật Quảng cáo năm 2012 vì thực tế người xem đã phải trả phí thuê bao cho việc xem truyền hình trả tiền.

*- Một số ý kiến đề nghị đánh giá tác động kỹ lưỡng về việc thay đổi thời lượng quảng cáo, đặc biệt là trên phim VTV giờ vàng*.

Theo pháp luật về điện ảnh[[1]](#footnote-1), phim Việt Nam được ưu tiên phát sóng vào khung thời gian từ 18 đến 22 giờ. Để sản xuất các bộ phim có chất lượng, thu hút người xem, các đài truyền hình phải đầu tư kinh phí lớn để sản xuất hoặc liên kết với các đối tác, trong khi, nguồn thu chính của đài truyền hình là hoạt động quảng cáo đang sụt giảm. Thực trạng hiện nay, để thực hiện Luật Quảng cáo năm 2012 và tiết kiệm chi phí sản xuất, Đài truyền hình Việt Nam đã phải điều chỉnh giảm thời lượng mỗi tập phim hoặc giảm số lượng tập. Do đó, để hỗ trợ tạo nguồn thu, kinh phí bảo đảm cho việc sản xuất các bộ phim có chất lượng phục vụ người xem của Đài truyền hình Việt Nam và thực hiện các nghĩa vụ pháp lý quy định tại Luật Điện ảnh, dự thảo Luật xin giữ quy định về việc tăng thời lượng quảng cáo trong các chương trình phim truyện.

**7. Quảng cáo trên mạng và quảng cáo xuyên biên giới** (*khoản 13 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 23*)

*- Có ý kiến đề nghị quy định về quảng cáo trên mạng và quảng cáo xuyên biên giới cần cụ thể, toàn diện hơn, quy định quyền và nghĩa vụ cụ thể của từng chủ thể tham gia thị trường.* *Có ý kiến đề nghị quy định rõ thẩm quyền xử lý đối với các hành vi vi phạm pháp luật về quảng cáo trên mạng, quảng cáo xuyên biên giới.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật đã bổ sung, hoàn thiện quy định về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo (Điều 15a); về nghĩa vụ của người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, người phát hành quảng cáo tham gia hoạt động quảng cáo trên mạng (khoản 3, khoản 4, khoản 5 Điều 23); về trách nhiệm của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo khi thiết lập, vận hành nền tảng số trung gian để cung cấp dịch vụ (điểm g khoản 5 Điều 23).

Đối với quảng cáo xuyên biên giới, tiếp thu ý kiến đại biểu Quốc hội, dự thảo Luật đã được chỉnh lý theo hướng xác lập đây là loại hình quảng cáo cần quản lý, yêu cầu các chủ thể liên quan thực hiện nghĩa vụ thuế và tuân thủ pháp luật Việt Nam, quy định rõ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo trên mạng, quảng cáo xuyên biên giới phải thực hiện việc ngăn chặn, gỡ bỏ quảng cáo vi phạm, trường hợp không thực hiện thì cơ quan có thẩm quyền triển khai các biện pháp ngăn chặn, gỡ bỏ và các hình thức khác để xử lý vi phạm pháp luật về quảng cáo.

- *Có ý kiến cho rằng cần dựa trên cơ sở khoa học, kinh nghiệm thực tiễn về việc tăng thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo từ 1,5 giây lên 6 giây. Có ý kiến đề nghị có tính năng để người dùng được lựa chọn xem hoặc không xem quảng cáo.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật chỉnh sửa, quy định nguyên tắc đối với yêu cầu có **tính năng, biểu tượng dễ nhận biết** cho phép người tiếp nhận quảng cáo tắt quảng cáo, thông báo nội dung quảng cáo vi phạm **cho nhà cung cấp dịch vụ** và từ chối xem nội dung quảng cáo không phù hợp. Về thời gian chờ tắt quảng cáo, 06 giây được đánh giá là khoảng thời gian đủ để người xem nhận biết về sản phẩm, dịch vụ, hàng hoá được quảng cáo và phù hợp với thông lệ quốc tế. Vì vậy, xin được giữ quy định này và đề nghị Chính phủ quy định cụ thể về việc “tắt quảng cáo” trong văn bản hướng dẫn thi hành luật.

**8. Quảng cáo trong phim**

*Có ý kiến đề nghị quy định cụ thể về vấn đề quảng cáo lồng ghép trong phim để quản lý tốt hơn hoạt động này và phù hợp với quy định của Luật Điện ảnh.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật đã sửa đổi, bổ sung tại Điều 26 quy định về quảng cáo trong bản ghi âm, ghi hình, quảng cáo trong phim, đồng thời, đề nghị Chính phủ quy định chi tiết.

**9. Cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo** *(khoản 17 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 31)*

*Một số ý kiến cho rằng cần nghiên cứu, xem xét, đánh giá tác động kỹ việc chỉnh lý quy định về cấp phép quảng cáo đối với công trình quảng cáo có diện tích từ 20m2 lên 40m2, đặc biệt trong nội đô, vì các biển quảng cáo có diện tích 20 mét vuông cũng là tương đối lớn.*

Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật giữ nguyên quy định như Luật Quảng cáo năm 2012.

**10. Quảng cáo rao vặt**

*Có ý kiến đề nghị bổ sung, hoàn thiện quy định về quảng cáo rao vặt, trong đó xác định rõ trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bố trí địa điểm quảng cáo, rao vặt.* Tiếp thu ý kiến đại biểu, dự thảo Luật đã bổ sung quảng cáo rao vặt trong nội dung của quy hoạch quảng cáo ngoài trời (khoản 1 Điều 37), đồng thời, đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo bổ sung trách nhiệm của UBND các cấp về quản lý, bố trí địa điểm cho hoạt động quảng cáo rao vặt trên địa bàn trong văn bản quy định chi tiết hướng dẫn thi hành luật.

**11. Việc bảo đảm tính thống nhất của Luật Quảng cáo với các luật liên quan**

*Một số ý kiến đề nghị rà soát để bảo đảm tính thống nhất của dự thảo luật với các luật hiện hành như Luật Hóa chất, Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật, Luật Bảo vệ môi trường, Luật Khám bệnh, chữa bệnh, Luật Thương mại và các luật khác có liên quan.*

Thường trực Ủy ban đã rà soát và chỉnh lý một số quy định cụ thể để bảo đảm tính thống nhất. Bên cạnh đó, Thường trực Uỷ ban nhận thấy, mục 2 Chương IV Luật Thương mại năm 2005 quy định về Quảng cáo thương mại có nhiều quy định trùng lặp với Luật Quảng cáo năm 2012; về cơ bản, các quy định về quảng cáo thương mại trong Luật Thương mại đã được quy định chung trong Luật Quảng cáo năm 2012; một số điều, khoản của Luật Quảng cáo quy định phạm vi rộng hơn, bao trùm toàn bộ nội dung về quảng cáo thương mại trong Luật Thương mại; một số cụm từ quy định về cùng một nội dung nhưng không được sử dụng thống nhất giữa hai luật.

Về vấn đề này, có 02 loại ý kiến như sau:

*- Loại ý kiến thứ nhất:* Thống nhất bãi bỏ quy định về quảng cáo thương mại trong Luật Thương mại để bảo đảm tính thống nhất, tránh chồng chéo trong hệ thống pháp luật (Đây là ý kiến của Thường trực Ủy ban và Cơ quan chủ trì soạn thảo).

*- Loại ý kiến thứ nhất:* Giữ nguyên Mục 2 Chương IV Luật Thương mại và cân nhắc vấn đề này trong quá trình nghiên cứu sửa đổi, bổ sung Luật Thương mại.

Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục trân trọng báo cáo, xin ý kiến Uỷ ban Thường vụ Quốc hội về vấn đề trên.

Trên đây là báo cáo về một số vấn đề lớn trong quá trình tiếp thu, chỉnh lý dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo, Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục trân trọng báo cáo Ủy ban Thường vụ Quốc hội xem xét, cho ý kiến chỉ đạo.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:***  - Như trên;  - Đ/c PTTCP Lê Thành Long;  - Đ/c Bộ trưởng Bộ VHTTDL (để ph/h);  - HĐDT, các Ủy ban; TTK-CNVPQH; các cơ quan thuộc UBTVQH;  - Các bộ: TP, TTTT, Y tế, CT, NNPTNT, XD, VPCP;  - TTUBVHGD;  - Lưu: HC, VHGD. | **TM. THƯỜNG TRỰC ỦY BAN**  **CHỦ NHIỆM**  *(Đã ký)*  **Nguyễn Đắc Vinh** |

1. Điều 20 Luật Điện ảnh và Điều 11 Nghị định 131/2022/NĐ-CP ngày 31/12/2022 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Điện ảnh. [↑](#footnote-ref-1)