|  |  |
| --- | --- |
| QUỐC HỘI KHÓA XV**UỶ BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |
|  |  |

*Hà Nội, ngày 19 tháng 9 năm 2024*

**BÁO CÁO TÓM TẮT**

**Thẩm tra sơ bộ dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều**

**của Luật Quảng cáo**

Kính gửi: Ủy ban Thường vụ Quốc hội,

Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục đã có Báo cáo số 2833/BC-UBVHGD15 ngày 19/9/2024 thẩm tra sơ bộ dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo. Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục kính trình Uỷ ban Thường vụ Quốc hội tóm tắt thẩm tra dự án Luật như sau:

**I. VỀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG**

**1. Về sự cần thiết của dự án Luật**

Thường trực Ủy ban tán thành với sự cần thiết sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo năm 2012 với những lý do được nêu tại Tờ trình của Chính phủ.

**2. Về hồ sơ dự án Luật**

Hồ sơ dự án Luật đảm bảo yêu cầu về thời hạn; các tài liệu trong Hồ sơ dự án Luật cơ bản phù hợp với quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật. Bên cạnh đó, đề nghị Chính phủ tiếp tục nghiên cứu, bổ sung, hoàn thiện một số tài liệu của hồ sơ dự án Luật, bảo đảm đầy đủ, chính xác.

**3. Về phạm vi sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo**

Thường trực Ủy ban cơ bản nhất trí với các nội dung sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo theo Tờ trình của Chính phủ.

**4. Về tính hợp hiến, tính hợp pháp, tính thống nhất của dự thảo văn bản với hệ thống pháp luật**

Qua rà soát, Thường trực Ủy ban nhận thấy, một số nội dung trong dự thảo Luật cần tiếp tục rà soát, bảo đảm sự thống nhất với một số luật có liên quan.

**II. VỀ MỘT SỐ NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA DỰ THẢO LUẬT**

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

## Thường trực Ủy ban cơ bản nhất trí với việc sửa đổi, bổ sung khái niệm người chuyển tải sản phẩm quảng cáo. Tuy nhiên, một số nội dung cần tiếp tục được làm rõ, cụ thể: (i) khoản 8 Điều 2 chỉ điều chỉnh hoạt động “trên mạng xã hội” là chưa đầy đủ, chưa tính toán hết các nền tảng, dạng thức truyền thông đang có ở hiện tại và có thể phát sinh trong tương lai; (ii) đối với phương thức thông qua hoạt động của mình trên mạng xã hội, quy định này chưa cụ thể các hoạt động trên mạng xã hội để làm căn cứ quy định về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo cũng như thuận lợi cho việc áp dụng luật.

Ngoài ra, đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo rà soát, đánh giá về sự phù hợp, tính bao quát của thuật ngữ *“quảng cáo*” trong Luật Quảng cáo năm 2012, đề xuất sửa đổi, bổ sung nếu cần thiết, bảo đảm tính khả thi và tính dự báo của luật.

**2. Về trách nhiệm quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo** (khoản 2 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 5)

Thường trực Ủy ban nhất trí với việc sửa đổi, bổ sung, phân định, làm rõ nhiệm vụ, quyền hạn quản lý nhà nước của các bộ, cơ quan, địa phương đối với hoạt động quảng cáo. Đồng thời, đề nghị nghiên cứu bổ sung trách nhiệm của Bộ Công thương trong thực hiện quản lý nhà nước về nội dung quảng cáo đối với các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt thuộc lĩnh vực quản lý; nghiên cứu, bổ sung trách nhiệm của Bộ Công an trong việc xử lý các vi phạm trong hoạt động quảng cáo liên quan đến an ninh mạng, an ninh trật tự xã hội.

## 3. Về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo (khoản 4 Điều 1 dự thảo Luật bổ sung Điều 15a)

Thường trực Ủy ban tán thành với chủ trương cần có quy định cụ thể, rõ ràng về quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, trong đó có người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người có ảnh hưởng.

Về những quy định cụ thể, Thường trực Ủy ban có một số ý kiến như sau: (i) Điều 15a dự thảo Luật chưa có sự tách biệt rõ ràng về trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người có ảnh hưởng và người chuyển tải sản phẩm quảng cáo nói chung, dẫn đến chưa phù hợp với một số nhóm đối tượng chuyển tải sản phẩm quảng cáo; (ii) Cần tiếp tục rà soát, có hướng dẫn cụ thể về cách thức và hình thức thông báo trước cho người tiêu dùng về việc người có ảnh hưởng đang thực hiện hoạt động quảng cáo; (iii) dự thảo Luật chưa quy định cụ thểcơ chế xác nhận đối với người chuyển tải là người có ảnh hưởng “đã trực tiếp sử dụng sản phẩm”khi đăng tải ý kiến, cảm nhận về kết quả sử dụng mỹ phẩm, thực phẩm bảo vệ sức khoẻ, thực phẩm bổ sung trên mạng xã hội cũng như chế tài xử lý.

Vì vậy, đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu, thiết kế nội dung này theo hướng phân định cụ thể vị trí, vai trò, trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân trong hoạt động quảng cáo trên mạng, trên cơ sở đó, có quy định phù hợp với người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, nhất là người có ảnh hưởng trên mạng. Đồng thời, tiếp tục rà soát để đảm bảo tính thống nhất giữa dự thảo Luật và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

## 4. Về yêu cầu về nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt (khoản 7 Điều 1 dự thảo Luật bổ sung Điều 19a)

## Nội dung này có 02 ý kiến như sau:

## - Loại ý kiến thứ nhất: tán thành với Ban soạn thảo bổ sung quy định về nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt. Đồng thời, đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo tiếp tục rà soát, bảo đảm tính thống nhất của hệ thống pháp luật.

- *Loại ý kiến thứ hai:* đề nghị giữ nguyên như quy định hiện hành là giao Chính phủ quy định vì đây là những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt, mang tính kỹ thuật, chuyên ngành có tác động trực tiếp đến sức khoẻ của con người và có thể biến động theo từng thời kỳ.

Thường trực Ủy ban cho rằng đối với yêu cầu về nội dung quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt đã có tính ổn định, rõ ràng, đã được kiểm nghiệm trong thực tế, cần đưa trực tiếp vào dự thảo Luật sau khi đã rà soát để bảo đảm tính đồng bộ, tương thích với các luật có liên quan.

## 5. Về quảng cáo trên báo in (khoản 9 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung khoản 1 Điều 21)

## Về vấn đề này, có 03 loại ý kiến như sau:

## - Loại ý kiến thứ nhất: Tán thành với Ban soạn thảo điều chỉnh diện tích quảng cáo trên ấn phẩm báo, tạp chí.

*- Loại ý kiến thứ hai:* Đề nghị giữ nguyên như quy định hiện hành vì việc tăng diện tích lên tới gần ½ tổng diện tích là quá lớn đối với một ấn phẩm báo chí, chưa thật sự hợp lý và phù hợp với chức năng của báo chí nước ta cũng như bảo đảm quyền lợi của của độc giả.

- *Loại ý kiến thứ ba:* Nghiên cứu phương án lược bỏ quy định giới hạn về tỉ lệ diện tích quảng cáo trên báo, tạp chí truyền thống và để cho cơ quan báo chí tự quyết định diện tích quảng cáo theo nhu cầu của bạn đọc và sự điều tiết của thị trường.

Thường trực Ủy ban tán thành với quan điểm tăng diện tích quảng cáo trên ấn phẩm báo, tạp chí để giúp cơ quan báo chí tăng nguồn thu, thực hiện tốt hơn cơ chế tự chủ tài chính. Tuy nhiên, để bảo vệ quyền lợi của độc giả, đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu điều chỉnh theo hướng quy định cụ thể về tỷ lệ diện tích, vị trí quảng cáo đối với từng thể loại ấn phẩm báo, tạp chí khác nhau.

**6. Về quảng cáo trên báo hình** (khoản 10 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 22)

## a) Về thời lượng quảng cáo trên kênh truyền hình trả tiền, có 02 loại ý kiến như sau:

## - Loại ý kiến thứ nhất: Đề nghị đánh giá tác động chính sách làm rõ căn cứ để tăng tính thuyết phục cho việc sửa đổi tăng diện tích quảng cáo trên kênh truyền hình trả tiền từ 5% lên 10%.

## - Loại ý kiến thứ hai: Đề nghị giữ nguyên quy định hiện hành đối với thời lượng quảng cáo trên kênh truyền hình trả tiền là 5% vì thực tế người xem đã phải trả phí cho việc xem truyền hình trả tiền.

## b) Về quảng cáo trên phim truyện, cơ bản tán thành với quan điểm sửa đổi, bổ sung theo hướng tăng thời lượng quảng cáo. Tuy nhiên, đề nghị tiếp tục rà soát, đảm bảo số lần ngắt quảng cáo trong chương trình phim truyện hợp lý để bảo vệ quyền lợi của khán giả. Đồng thời, làm rõ các căn cứ để tăng tính thuyết phục việc sửa đổi quy định này.

## c) Đề nghị nghiên cứu quy định về quản lý quảng cáo có sẵn trong các chương trình thể thao mua bản quyền tiếp sóng trực tiếp từ nước ngoài.

## 7. Về quảng cáo trên mạng (khoản 11 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 23)

## Thường trực Ủy ban tán thành với việc bổ sung quy định cụ thể về quảng cáo trên mạng. Đồng thời, đề nghị làm rõ một số vấn đề sau đây:

- Thứ nhất, việc bổ sung quy định quảng cáo trên mạng cần đối chiếu, rà soát với các luật chuyên ngành, bảo đảm tính thống nhất của hệ thống pháp luật, bảo đảm bao quát hết các đối tượng hoạt động quảng cáo trên mạng.

- Thứ hai, thống nhất với việc sửa đổi thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo trên mạng để phù hợp với thực tiễn cũng như xu hướng phát triển của quảng cáo trên thế giới. Tuy nhiên, việc điều chỉnh gấp 4 lần, từ 1,5 giây lên 06 giây cần được đánh giá tác động, lý giải kỹ lưỡng để đảm bảo khách quan, thuyết phục hơn.

## - Thứ ba, dự thảo Luật chưa quy định đối với quảng cáo có chứa đường link dẫn đến trang thông tin cá nhân, đến những ứng dụng trên thiết bị di động, thiết bị điện tử khác. Do đó, đề nghị nghiên cứu có quy định phù hợp.

## 8. Về cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo (khoản 15 Điều 1 dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung Điều 31)

Thường trực Uỷ ban đề nghị Cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu quy định về giấy phép xây dựng công trình quảng cáo hợp lý trên cơ sở đánh giá thực tiễn và tác động của việc thay đổi quy định cấp giấy phép từ trên 20m2 thành 40m2.

## Ngoài ra, hiện nay, việc xây dựng công trình quảng cáo trong phạm vi hành lang an toàn đường bộ đang chịu sự điều chỉnh của Luật Quảng cáo, Luật Xây dựng, Luật Đường bộ. Vì vậy, quy định này cần được tiếp tục nghiên cứu, rà soát và đánh giá kỹ lưỡng trên cơ sở tham chiếu Luật Xây dựng và Luật Đường bộ.

**III. KẾT LUẬN, KIẾN NGHỊ**

Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục nhận thấy Hồ sơ dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo đủ điều kiện để trình Quốc hội xem xét, cho ý kiến.

Trên đây là Báo cáo tóm tắt thẩm tra sơ bộ dự án 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.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **THƯỜNG TRỰC ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC** |