BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH	CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hà Nội, ngày 10 tháng 7 năm 2023

BẢN TỔNG HỢP, GIẢI TRÌNH, TIẾP THU Ý KIẾN GÓP Ý CỦA CÁC BỘ, NGÀNH VÀ ĐỊA PHƯƠNG ĐỐI VỚI DỰ THẢO HỒ SƠ ĐỀ NGHỊ XÂY DỰNG LUẬT SỬA ĐỔI, BỔ SUNG MỘT SỐ ĐIỀU CỦA LUẬT QUẢNG CÁO

1. Văn bản lấy ý kiến của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Công văn số 5169/BVHTTDL-VHCS ngày 23/12/2022.

2. Các Bộ, ngành và địa phương tham gia góp ý, cụ thể:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã nhận được ý kiến góp bằng văn bản của 56 cơ quan và 10 ý kiến bạn đọc, trong đó:

+ Có 01 Bộ, 19 UBND các tỉnh, thành phố có ý kiến hoàn toàn nhất trí với nội dung và dự thảo hồ sơ đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo.

+ Có 13 Bộ, 23 UBND các tỉnh, thành phố có ý kiến về nội dung và hồ sơ đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo.

+ 0 có ý kiến góp ý của công dân qua Cổng thông tin điện tử Chính phủ (Công văn số 162/TTĐT-DLĐT ngày 10/3/2023 của Cổng thông tin điện tử Chính phủ).

+ 10 ý kiến góp ý qua Cổng Thông tin điện tử của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Công văn số 193/CV-CNTT ngày 04/4/2023 của Trung tâm Công nghệ Thông tin Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch).

3. Các nội dung góp ý cụ thể như sau:

	Nội dung ý kiến tham gia	**Cơ quan, đơn vị góp ý**	**Tiếp thu/Giải trình**
NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG			
1. Về sự cần thiết	Đề nghị bổ sung những điều, khoản cụ thể tại các văn bản pháp luật, hiệp định có nội dung mới, chưa tương thích làm cơ sở để đề xuất nội dung điều chỉnh, sửa đổi Luật Quảng cáo cho phù hợp, thống nhất.	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Tiếp thu

	Đề nghị nêu cụ thể những vấn đề chưa tương thích với pháp luật quốc tế và các Luật mới ban hành đó là những vấn đề gì.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Tiếp thu và bổ sung tại dự thảo
	- Đề nghị: ngoài việc nêu những kết quả đạt được thì nêu thêm những hạn chế để làm nổi bật hơn sự cần thiết ban hành văn bản: + Việc tuyên truyền, phổ biến pháp luật về hoạt động quảng cáo chưa được thường xuyên rộng rãi đến các đối tượng. Ở các địa phương nặng về kiểm tra, xử lý hơn là việc tuyên truyền, đối thoại công khai minh bạch với doanh nghiệp. + Việc kiểm tra, xử lý còn chồng chéo, nhiều lực lượng tham gia nhưng việc xử lý còn hạn chế, chưa bao quát được hết các đối tượng nên hiệu quả xử lý không cao khiến tình trạng quảng cáo không phép, sai phép, sai sự thật vẫn còn phổ biến,…	Ủy ban dân tộc	Không tiếp thu vì qua công tác theo dõi quản lý nhà nước, công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật được các địa phương quan tâm, triển khai thực hiện có hiệu quả; việc kiểm tra, xử lý sai phạm được thực hiện kịp thời, đúng thẩm quyền.
	- Đề nghị đánh giá tổng thể những tồn tại, hạn chế trong các vấn đề, chính sách lớn, quy định cơ bản mà nguyên nhân trực tiếp là do các quy định của Luật Quảng cáo để làm rõ hơn sự cần thiết sửa đổi Luật Quảng cáo	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và đã làm rõ hơn trong báo cáo đánh giá tác động của chính sách.

2. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng			
2.1. Phạm vi điều chỉnh	- Đề nghị nghiên cứu, chỉnh lý để đảm bảo bao quát các nội dung dự kiến sẽ sửa đổi, bổ sung: + Tại Mục I Phần III dự thảo tờ trình đưa ra nội dung phạm vi điều chỉnh "về cơ bản, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo vẫn giữ nguyên và kế thừa các chính sách của Luật Quảng cáo hiện hành", phạm vi điều chỉnh nêu trên chưa rõ các nội dung dự kiến sẽ sửa đổi, bổ sung tại dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo.	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo Tờ trình
2.2. Đối tượng áp dụng	- Đề nghị nghiên cứu, làm rõ để đảm bảo bao quát các đối tượng dự kiến điều chỉnh tại dự án Luật. - Cơ quan chủ trì lập đề nghị đề xuất chính sách 1 liên quan đến quảng cáo xuyên biên giới có sự tham gia của tổ chức, cá nhân nước ngoài khi thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh nhưng chưa rõ có điều chỉnh với tổ chức, cá nhân nước ngoài không hiện diện tại Việt Nam hay không? - Tại Mục 2 Phần III dự thảo tờ trình đưa ra nội dung đối tượng áp dụng *"các thông tin cổ động, tuyên truyền chính trị không thuộc phạm vi điều chỉnh của Luật này"*. Đây là nội dung liên quan đến phạm vi điều chỉnh, do đó, đề nghị rà soát chuyển nội dung trên lên mục 1 phần III để đảm bảo phù hợp.	Bộ Tư pháp	- Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo; - Tiếp thu và làm rõ hơn tại dự thảo việc điều chỉnh đối với tổ chức, cá nhân nước ngoài không hiện diện tại Việt Nam.
3. Các chính sách đề nghị xây dựng Luật			
3.1. Chính sách 1: Sự tham gia của Doanh nghiệp nước ngoài và hoạt động cung cấp dịch	- Đề nghị nghiên cứu, rà soát, xác định rõ nội dung chính sách để đảm bảo khả thi, minh bạch khi thực hiện. Một trong những mục tiêu của chính sách là *"sửa đổi, bổ sung những quy định về quảng cáo có yếu tố nước ngoài và hoạt động cung cấp dịch*	Bộ Tư pháp	- Nội dung sửa đổi, bổ sung các quy định cụ thể đã được làm rõ trong Báo cáo đánh giá

vụ quảng cáo xuyên biên giới trong thị trường quảng cáo Việt Nam.	*vụ quảng cáo xuyên biên giới…"* nhưng nội dung của chính sách chưa thể hiện rõ những nội dung sửa đổi, bổ sung các quy định cụ thể trong dự án Luật như các hình thức hợp tác đầu tư, sự tham gia của cá nhân, tổ chức nước ngoài trong hợp tác cũng như cách thức thực hiện.		tác động các chính sách. Ban soạn thảo tiếp thu và làm rõ hơn trong dự thảo Tờ trình.
	- Đề nghị đánh giá thêm về hiệu quả của phương án không hạn chế hoạt động quảng cáo của tổ chức, cá nhân nước ngoài và doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài cung cấp dịch vụ tại Việt Nam (phương án 3) trong việc giải quyết đến vướng mắc, bất cập đã chỉ ra liên quan đến: thiếu cơ chế kiểm soát hiệu quả hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới của các tổ chức, cá nhân nước ngoài; kiểm soát nội dung quảng cáo không phù hợp với pháp luật Việt Nam.	Bộ Ngoại giao	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo.
3.2. Chính sách 2: Tính phù hợp của nội dung quảng cáo.	- Đề xuất đổi tên chính sách số 2 thành "Tăng cường quản lý nội dung quảng cáo" để mang tính bao trùm hơn. - Đề xuất bổ sung quy định như sau: *"Nội dung quảng cáo phải trung thực, chính xác, rõ ràng, không gây hiểu lầm. Nội dung quảng cáo cần được phân biệt rõ ràng với nội dung thông tin khác theo cách mà người tiếp nhận quảng cáo có thể nhận diện dễ dàng. Đối với quảng cáo thương mại, nội dung quảng cáo phải làm rõ tính chất quảng cáo thương mại, không được truyền tải sai hoặc ngụ ý là ý kiến của người tiêu dùng".*	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo
	- Đề nghị cơ quan soạn thảo cân nhắc nội dung chính sách 2 vì Điều 9 Luật quảng cáo quy định Hội đồng thẩm định sản phẩm quảng cáo thực hiện khi có yêu cầu thẩm định sản phẩm quảng cáo của tổ chức cá nhân (không bắt buộc) không đảm bảo mục tiêu kiểm soát nội dung quảng cáo để khắc phục các bất cập trong việc quảng cáo các sản phẩm, đặc biệt là quảng cáo thuốc, thực phẩm chức năng,…	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo

	- Đề nghị cơ quan soạn thảo nghiên cứu, rà soát các nội dung sau: + Tên gọi của chính sách 2 chưa bao quát được các nội dung dự kiến quy định khi lựa chọn giải pháp 3 như (i) điều chỉnh địa vị cũng như cơ chế hoạt động của Hội đồng thẩm định và (ii) quy định chi tiết về nội dung quảng cáo đối với các loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. + Vấn đề địa vị, cơ chế hoạt động của Hội đồng thẩm định có thể xem là một chính sách cần được đánh giá tác động.		
	Đề nghị giải thích cụ thể hơn lý do chỉ bổ sung quy định về nội dung quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt, đồng thời nghiên cứu giải pháp nâng cao trách nhiệm của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo trong việc kiểm soát nội dung quảng cáo và thực hiện quy tắc ứng xử trong hoạt động quảng cáo để tránh tạo gánh nặng cho cơ quan quản lý nhà nước.	Bộ Ngoại giao	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo
3.3. Chính sách 3: Giới hạn về thời lượng quảng cáo trên chương trình truyền hình.	- Đề xuất điều chỉnh tên gọi chính sách số 3 thành chính sách về quảng cáo trên phát thanh, truyền hình để bao quát được các nội dung cần điều chỉnh trong cả lĩnh vực. - Đề xuất điều chỉnh, bổ sung chính sách số 3 theo hướng hoàn thiện các quy định về thời điểm phát quảng cáo, ngắt quảng cáo; thời lượng, tần suất và hình thức quảng cáo trên chương trình phát thanh, truyền hình và trên kênh chương trình phát thanh, truyền hình...	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo
3.4. Chính sách 4: Trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo.	- Đề xuất: cần có đánh giá cụ thể, rõ ràng hơn nhằm đưa ra giải pháp thấu đáo để quản lý hoạt động quảng cáo thông qua người có tầm ảnh hưởng tại chính sách số 4. Việc sử dụng khái niệm người chuyển tải sản phẩm quảng cáo để chỉ những người dùng mạng xã hội có hành động giới thiệu, mời chào, quảng	Bộ Thông tin và Truyền thông	Chính sách này sửa thành 01 nội dung về tăng cường quản lý nội dung, hình thức,

	cáo cho một loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cụ thể là chưa thực sự phù hợp, tạo cảm giác gò ép vào một khái niệm có sẵn. Bởi lẽ không chỉ có khái niệm về người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, khái niệm về người phát hành quảng cáo tại khoản 7 Điều 2 Luật Quảng cáo cũng khá phù hợp để mô tả người dùng mạng xã hội thực hiện hành động quảng cáo. Bộ Thông tin và Truyền thông đã nghiên cứu thực tế và nhận thấy thuật ngữ thường được sử dụng để mô tả những đối tượng này là người có tầm ảnh hưởng (Influencer), hoạt động này gọi là quảng cáo thông qua người có tầm ảnh hưởng (Influencer Advertising hoặc Influencer Marketing).		phương tiện quảng cáo tại Chính sách 3.
	- Đề nghị nghiên cứu, xác định rõ hơn trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo trong quy trình quảng cáo để đảm bảo phù hợp vì chưa có sự phân biệt rõ về trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo với người phát hành quảng cáo. - Đề nghị nghiên cứu, rà soát nội dung chính sách để đảm bảo phù hợp vì chính sách 4 được xác định là quy định về trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo. Thực chất, đây chưa phải là chính sách mà chỉ là những nội dung được quy định trong dự thảo Luật. Việc xác định chính sách cần đảm bảo tính khái quát, bao trùm của nội dung cần quy định tại dự thảo Luật.	Bộ Tư pháp	- Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo. Chính sách này sửa thành 01 nội dung về tăng cường quản lý nội dung, hình thức, phương tiện quảng cáo tại Chính sách 2.
3.5. Đề xuất bổ sung chính sách	- Đề nghị bổ sung chính sách riêng về quản lý quảng cáo trên môi trường mạng Hiện tại, dự thảo Hồ sơ đề nghị không nêu bật được các vấn đề trong hoạt động quảng cáo trực tuyến để đưa vào sửa đổi, bổ sung quy định pháp luật cho phù hợp, dễ dẫn đến tình trạng khi Luật sửa đổi, bổ sung được ban hành sẽ không phù hợp, thậm chí tụt hậu so với thực tế. Do đó, Bộ Thông tin và Truyền thông đề xuất xây dựng bổ sung chính sách về quảng	Bộ Thông tin và Truyền thông	Đã tiếp thu và bổ sung tại dự thảo Báo cáo đánh giá tác động (Chính sách 1)

	cáo trên môi trường mạng và do nội dung đặc thù, giao cho Bộ TT&TT chủ trì xây dựng nội dung sửa đổi, bổ sung các quy định có liên quan thuộc chính.		
	- Đề nghị bổ sung thêm chính sách: Tăng cường vai trò quản lý của các Bộ, ngành có liên quan Hiện nay, khoảng 94% hoạt động quảng cáo tại Việt Nam đang diễn ra trên các phương tiện do Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý, bao gồm: báo in, báo điện tử, báo nói, báo hình, trang thông tin điện tử, mạng xã hội, xuất bản phẩm, quảng cáo tích hợp trên các sản phẩm, dịch vụ bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin...). Đây cũng là những lĩnh vực quảng cáo phát sinh nhiều vấn đề khó giải quyết nhất do khung pháp lý còn chưa hoàn thiện và theo kịp thực tế phát triển (như đã trình bày phía trên). Trong khi đó, công tác xây dựng pháp luật và các chính sách quản lý nhà nước về quảng cáo do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì; công tác cấp phép, xác nhận nội dung quảng cáo một số sản phẩm hàng hóa lại do các cơ quan quản lý chuyên ngành chịu trách nhiệm: Bộ Y tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương quản lý nhà nước về nội dung quảng cáo đối với các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt thuộc phạm vi quản lý; Bộ Thông tin và Truyền thông chủ yếu chỉ có vai trò phối hợp với các bộ, ngành để hậu kiểm, xử lý vi phạm, gây nên các bất cập cho công tác quản lý nhà nước của Bộ Thông tin và Truyền thông.		Tiếp thu nội dung. Tuy nhiên, không bổ sung chính sách, mà sửa nội dung quản lý nhà nước tại Dự thảo Đề cương Chi tiết
	- Đề nghị bổ sung thêm Chính sách Quy định về quảng cáo trên hệ thống thông tin cơ sở. Quy định về việc cho phép quảng cáo trên các loại hình thông tin cơ sở gồm: Truyền thanh cấp xã; bảng tin công cộng; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở, trang thông		Tiếp thu, tuy nhiên không bổ sung thành chính sách riêng

	tin điện tử của Ủy ban nhân dân cấp xã, huyện và truyền thanh cấp huyện. Giải pháp này đảm bảo nguồn thu cho đài truyền thanh cấp xã, cơ sở truyền thanh - truyền hình cấp huyện, vừa hài hòa lợi ích của người dân, đáp ứng nhu cầu tiếp cận với các thông tin về hàng hóa, sản phẩm bảo đảm chất lượng, giúp người dân có cơ hội được lựa chọn những sản phẩm tốt phục vụ đời sống sinh hoạt và sản xuất; tránh mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng.		
4. Về hồ sơ, trình tự, thủ tục lập đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo			
4.1. Về hồ sơ đề nghị xây dựng Luật	Đề nghị bổ sung "Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến của Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ, Bộ Ngoại giao, Bộ Tư pháp và ý kiến của các cơ quan, tổ chức khác" theo quy định tại điểm d khoản 1 Điều 37 Luật ban hành VBQPPL năm 2015	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu
	Trong quá trình thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, lập quy hoạch quảng cáo ngoài trời căn cứ theo Luật Quảng cáo và các văn bản quy định có liên quan, các địa phương gặp nhiều khó khăn, vướng mắc trong xử lý, xử phạt. Một số hoạt động chưa được quy định rõ ràng trong Luật (ví dụ như: trách nhiệm của người đại diện thương hiệu sản phẩm quảng cáo cũng chưa được quy định trong pháp luật quảng cáo hiện nay). Bên cạnh đó, các quy định chồng chéo cũng khiến địa phương chưa tạo được hành lang pháp lý để thúc đẩy hoạt động quảng cáo phát triển bền vững. Vì vậy việc xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung luật quảng cáo là tất yếu.	Bạn đọc Đinh Thành Tuấn (Email: tuanthanh2019 @gmail.com)	Tiếp thu và đã đưa nội dung vào dự thảo

4.2. Dự thảo Tờ trình	Cần bảo đảm tính rõ ràng, cụ thể trong việc sử dụng từ ngữ khi xây dựng các quy định pháp luật về quảng cáo. Trường hợp không thể cụ thể hóa trong luật thì phải có quy định chuẩn rõ ràng để tránh tình trạng một khái niệm được hiểu theo các nghĩa khác nhau. Đồng thời cần rà soát để sửa đổi, bổ sung các quy định thống nhất giữa Luật Quảng cáo và Luật Thương mại (Khoản 3 Điều 7 của Luật Quảng cáo và Khoản 4 Điều 109 Luật Thương mại; Khoản 9 Điều 8 Luật Quảng cáo và Khoản 7 Điều 109 Luật Thương mại).	Bạn đọc Nguyễn Thùy Trang (Email: trangnt98@gmail.com)	Tiếp thu và đã đưa nội dung vào dự thảo
	Tôi đã đọc các tài liệu và thấy Ban Soạn thảo chuẩn bị khá đầy đủ. Tuy nhiên, là một người có theo dõi hoạt động quảng cáo, tôi nhận thấy có một số đánh giá, nhận định trong các văn bản chưa được nhất quán. 4 chính sách đưa ra chưa bao quát được các vấn đề cần giải quyết của ngành quảng cáo hiện nay.. Đặc biệt, dự thảo sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo còn có phần sơ sài, khó cho việc góp ý cụ thể. Đề nghị BST có sự bổ sung đầy đủ hơn trước khi chính thức trình CP.	Bạn đọc Lan Hiệp (email: lanhiep@gmail.com)	Tiếp thu và đã chỉnh sửa tại dự thảo báo cáo đánh giá tác động của chính sách
	Là một người đang làm việc trong một doanh nghiệp quảng cáo chuyên nghiệp và cũng hiểu được một số bất cập của Luật Quảng cáo được xây dựng từ năm 2012, vì vậy tôi rất tán thành và hoan nghênh việc tiến hành sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo.	bạn đọc Nguyễn Lượng Anh (Email: anh1976@gmail.com)	Tiếp thu
	Trong quá trình thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, lập quy hoạch quảng cáo ngoài trời căn cứ theo Luật Quảng cáo và các văn bản quy định có liên quan, địa phương gặp khó khăn, vướng mắc trong xử lý, xử phạt. Các quy định chồng chéo cũng khiến địa phương chưa tạo được hành lang pháp lý để thúc đẩy hoạt động quảng cáo phát triển bền vững. Chình vì vậy, việc xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều Luật	Bạn đọc Lê Thị Hạnh (Email: hanhle68@gmail.com)	Tiếp thu

	Quảng cáo là cần thiết để hoàn thiện pháp luật và đảm bảo phù hợp với thực tế.		
	Đề nghị sửa đổi Luật Quảng cáo theo hướng áp dụng hình thức đấu giá đối với các vị trí quảng cáo ngoài trời. Đồng thời nghiên cứu sửa đổi, bổ sung Luật Quảng cáo theo hướng quy định cụ thể về thời gian thực hiện quảng cáo đối với phương tiện bảng quảng cáo, đoàn người thực hiện quảng cáo; hướng dẫn công tác quản lý đối với bảng quảng cáo trên màn hình điện tử, tránh trường hợp để xảy ra vi phạm mới khắc phục hậu quả.	bạn đọc Phạm Thế Duy (Email: duy1980@gmail.com)	Tiếp thu và đã bổ sung việc thực hiện đấu giá vị trí quảng cáo vào đề xuất sửa đổi.
	Đề nghị cơ quan chức năng có phương án xây dựng, nghiên cứu, điều chỉnh và có hướng dẫn chi tiết hơn về Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phương tiện quảng cáo ngoài trời để phù hợp hơn với thực tiễn công tác quản lý, hỗ trợ tối đa cho doanh nghiệp.	Bạn đọc Nguyễn Văn Dựng (Email: nguyendung1209@yahoo.com)	Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia quảng cáo ngoài trời do Bộ Xây dựng ban hành, không thuộc nội dung đề nghị sửa đổi Luật.
	Việc xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều Luật Quảng cáo là cần thiết, trong đó cần lưu ý sửa đổi về thủ tục hành chính trong Luật Quảng cáo, chẳng hạn sửa đổi và bổ sung các quy định để bảo đảm phù hợp với thực tế như: quy định cụ thể về thời gian thực hiện quảng cáo trên bảng quảng cáo, đoàn người quảng cáo và màn hình chuyên quảng cáo, quy định cụ thể về thành phần hồ sơ đối với việc thông báo đoàn người thực hiện quảng cáo và bỏ quy định quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo đối với băng-rôn, bản phối cảnh vị trí đặt bảng quảng cáo (đối với biển hiệu, bảng quảng cáo tấm nhỏ tại các cửa hàng, đại lý) quy định tại khoản 6 , khoản 7, Điều 29 của Luật Quảng cáo.	Bạn đọc Lê Kiều Hưng (Email: kieuhungle194@gmail.com)	Tiếp thu

	Việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo sẽ góp phần hoàn chỉnh, đồng bộ, theo kịp những yêu cầu và đòi hỏi cấp bách đang đặt ra hiện nay đối với công tác quảng cáo, góp phần đưa hoạt động quảng cáo thực sự phát huy tốt và hiệu quả nhất đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tôi rất hoan nghênh việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo của Bộ VHTTDL.	Bạn đọc Đặng Minh Nguyệt (Email: nguyetdm@gmail.com)	Tiếp thu
	- Tại nội dung 2.5 khoản 2 Mục V, đề nghị bổ sung đánh giá và làm rõ nguồn nhân lực bảo đảm cho việc thi hành sau khi dự án Luật được thông qua; đồng thời, đề nghị tiếp tục rà soát các chính sách để bảo đảm không hạn chế quyền tự do kinh doanh của các tổ chức, cá nhân theo quy định của pháp luật về kinh doanh.	Bộ Nội vụ	- Tiếp thu và bổ sung tại dự thảo.
	- Tại khoản 1 mục V, đề nghị rà soát, chỉnh lại nội dung cho chính xác: ví dụ: (i) Luật này là Luật sửa đổi, bổ sung một số điều không phải là Luật sửa đổi; (ii) Các văn bản hướng dẫn chi tiết phải được chuẩn bị trong quá trình xây dựng Luật, không chờ đến khi Luật được ban hành. - Tại điểm 2.4, khoản 2 mục V: + Đề nghị rà soát, chỉnh lại tên Luật là Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo. + Đề nghị rà soát lại nội dung về kinh phí để xây dựng và hoàn thiện các văn bản quy định chi tiết để đảm tính chính xác theo quy định hiện hành về kinh phí xây dựng văn bản QPPL.	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn	- Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo.
	- Tại phần V về dự kiến nguồn lực, điều kiện bảo đảm cho việc thi hành văn bản, đề nghị kết cấu lại thành hai mục là: (1) Về bảo đảm nguồn nhân lực, (2) Về bảo đảm nguồn tài chính; đồng thời, rà soát và chỉnh lý lại các nội dung cho phù hợp với tên các mục nêu trên. - Tại phần VII về thời gian dự kiến trình Quốc hội thông quan văn bản, đề nghị dự kiến cụ thể thời gian trình Quốc hội cho ý kiến và xem xét	Bộ Công an	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo

	thông qua dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo; đồng thời lược bỏ nội dung "Dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo sẽ có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2026."		
	- Về cơ sở chính trị: Tờ trình mới chỉ nêu các văn bản pháp luật liên quan đến hoạt động quảng cáo. Đề nghị tiếp tục rà soát, đồng thời nêu rõ các quy định cụ thể tại các văn bản của Đảng mới được ban hành để thấy rõ các quan điểm, định hướng, chỉ đạo của Đảng về vấn đề này. Ngoài ra, tách các nội dung các cơ sở chính trị, pháp lý với các nội dung về các cam kết quốc tế liên quan đến lĩnh vực quảng cáo thành một muc riêng về yêu cầu bảo đảm thực hiện các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên có liên quan đến lĩnh vực quảng cáo. - Nội dung tại mục 1,2,3,4 Phần IV đưa ra nội dung chính sách và cụ thể hóa giải pháp còn sơ sài, mới chỉ đề cập một cách khái quát, chưa thể hiện rõ các đánh giá tác động để thực hiện. Đề nghị nghiên cứu, chuyển hóa nội dung theo Mẫu số 02 Phụ lục V Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14/05/2016 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật. - Phần V đưa ra nội dung dự kiến nguồn lực, điều kiện bảo đảm cho việc thi hành văn bản sau khi được thông qua…, các nội dung trên chưa phải là dự kiến nguồn lực, điều kiện bảo đảm cho việc thi hành luật mà chỉ thể hiện theo hướng tổ chức thực thi luật. Đề nghị nghiên cứu, chỉnh lý lại. - Tại mục 2.5 Phần V đưa ra nhận định "không làm phát sinh nguồn lực mà vẫn đảm bảo cho việc tiếp tục thực hiện Luật Quảng cáo 2012 được thông suốt…". Đánh giá trên chưa thực sự khách quan, bởi nội dung các chính sách đề nghị xây dựng luật liên quan đến nhiều thủ tục hành chính, sẽ phát sinh kinh phí thực hiện. Đề nghị nghiên cứu, đánh giá khách quan, đầy đủ hơn về nội dung này.	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và bổ sung tại dự thảo.

	Tại Mục V dự thảo Tờ trình mới đề xuất nguồn lực tài chính từ NSNN để thực hiện xây dựng các văn bản quy định chi tiết thi hành Luật, kinh phí tuyên truyền, phổ biến pháp luật quảng cáo của trung ương ương và địa phương, kinh phí thanh tra, kiểm tra giám sát. Đối với nội dung đánh giá nguồn lực thực hiện dự án Luật, Bộ VHTT&DL dự kiến sau khi Luật được ban hành, các cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo vẫn tiếp tục thực hiện các quy định về quản lý đã được quy định trong Luật Quảng cáo hiện hành mà không làm phát sinh về nhân lực, tài chính để triển khai thực hiện. Theo đó, đề nghị nghiên cứu bổ sung làm rõ các nội dung về dự kiến nguồn lực tài chính, cụ thể: - Đề nghị quy định rõ ngân sách nhà nước (NSNN) (ngân sách trung ương (NSTW), ngân sách địa phương (NSĐP) theo quy định của pháp luật NSNN về phân cấp ngân sách) bảo đảm kinh phí để cơ quan quản lý nhà nước về quảng cáo thực hiện những nhiệm vụ, chính sách nào; trong đó đề nghị xác định rõ (1) những nhóm nội dung nào cần được bố trí kinh phí mới từ NSNN, ví dụ: kinh phí xây dựng luật, văn bản hướng dẫn, thi hành luật; kinh phí bổ sung (tăng thêm) hàng năm để thực hiện các chính sách mới...; (2) những nhóm nội dung nào không phát sinh tăng kinh phí (lồng ghép trong nhiệm vụ chung), ví dụ: kinh phí phổ biến, tuyên truyền luật; kinh phí tổ chức thanh tra, kiểm tra, quản lý, giám sát... - Trên cơ sở đó, đề nghị thuyết minh cụ thể cơ sở, căn cứ tính toán và xác định nguồn lực bằng số tiền cụ thể cho (1) tổng thể nguồn lực NSNN để thực hiện luật (NSTW, NSĐP); (2) thể hiện rõ nhu cầu nguồn lực tăng thêm (nếu có) để thực hiện các nhóm nội dung nào. Việc bố trí kinh phí từ NSNN (NSTW, NSĐP) tại các Bộ, địa phương để thực hiện chức năng quản lý nhà nước về quảng cáo (tuyên truyền, phổ	Bộ Tài chính	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo

	biến, thanh tra, kiểm tra….) theo quy định của pháp luật về phân cấp NSNN. Kinh phí xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, đánh giá tác động của các văn bản quy phạm pháp luật thực hiện được cân đối trong dự toán của các Bộ, mức hỗ trợ theo quy định tại Thông tư số 338/2016/TT-BTC và Thông tư số 42/2022/TT-BTC của Bộ Tài chính.		
4.3. Báo cáo đánh giá tác động chính sách	- Đề nghị xem xét lại việc thuyết minh bất cập (giới hạn thời lượng quảng cáo) của Luật Quảng cáo là nguyên nhân làm doanh thu quảng cáo bị giảm sút của các đài truyền hình.	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Tiếp thu
	- Tại nội dung về Bối cảnh xây dựng chính sách trong dự thảo Báo cáo đánh giá tác động của chính sách, đề nghị bổ sung nội dung về những tồn tại, vướng mắc, gây khó khăn trong quá trình thực hiện cần có sự điều chỉnh pháp luật như sau: + Thông tư liên tịch số 17/2010/TTLT-BTTTT-BNV ngày 27/7/2010 của Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Nội vụ hướng dẫn thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Đài Phát thanh và Truyền hình thuộc UBND cấp tỉnh, Đài Truyền thanh - Truyền hình thuộc UBND cấp huyện không quy định về hoạt động quảng cáo của đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện. Luật Quảng cáo ngày 21/6/2012 và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Quảng cáo cũng không có điều khoản quy định về hoạt động quảng cáo đối với Đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện, nhưng cũng không có điều khoản cấm đối với Đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện thực hiện quảng cáo. Tuy nhiên, trên thực tế, nhiều Đài truyền thanh - truyền hình cấp huyện (trước khi sáp nhập với đơn vị sự nghiệp văn hóa, thông tin cấp huyện trên địa bàn) đã thực hiện hoạt động quảng cáo dưới nhiều hình thức để tăng thêm nguồn thu.	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu, bãi bỏ điểm c khoản 1 Điều 33 của Luật Quảng cáo "Không được quảng cáo trên hệ thống truyền thanh phục vụ nhiệm vụ chính trị của xã, phường, thị trấn".

	+ Tại điểm c khoản 1 Điều 33 của Luật Quảng cáo ngày 21/6/2012, quy định "Không được quảng cáo trên hệ thống truyền thanh phục vụ nhiệm vụ chính trị của xã, phường, thị trấn". Vì vậy, hệ thống đài truyền thanh xã, phường, thị trấn không được phép quảng cáo. Hệ thống truyền thanh cơ sở là kênh thông tin có khả năng truyền tải thông tin trực tiếp, hiệu quả, gần gũi với nhu cầu của từng nhóm nhỏ người dân, phù hợp với điều kiện kinh tế vùng miền, thói quen, tập quán mua sắm; đồng thời cũng là kênh truyền thông tạo được niềm tin cho người dân. Quy định này đã làm hạn chế việc đáp ứng nhu cầu tiếp cận với các thông tin về hàng hóa, sản phẩm bảo đảm chất lượng, giúp người dân có cơ hộiđược lựa chọn những sản phẩm tốt phục vụ đời sống sinh hoạt và sản xuất; tránh mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. + Quyết định số 52/2016/QĐ-TTg ngày 06/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế hoạt động thông tin cơ sở, tại khoản 4 Điều 17 đã cho phép quảng cáo trên bảng tin công cộng nhưng chưa quy định cụ thể "tỷ lệ phù hợp" của thông tin quảng cáo trên bảng tin công cộng là bao nhiêu và cách thức bố trí thông tin quảng cáo trên bảng tin công cộng như thế nào? - Nội dung "doanh nghiệp quảng cáo Việt Nam vẫn chưa phải đối mặt và cạnh tranh với các doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài xứng tầm trên diện rộng, khiến các doanh nghiệp chưa có nhu cầu phải phát triển bản thân để có được những sản phẩm có chất lượng và tính cạnh tranh cao" tại Dự thảo Báo cáo đánh giá tác động là chưa phù hợp với thực tế. Thực tế cho thấy thị trường quảng cáo Việt Nam đang bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp quảng cáo có vốn đầu tư nước ngoài nêu trên, ước tính khoảng 30 doanh nghiệp quảng cáo có vốn đầu tư nước ngoài lớn tại Việt Nam chiếm tới 90% thị phần thị trường quảng cáo. Hiện tại, doanh nghiệp Việt Nam đã		

	vấp phải sự cạnh tranh rất lớn từ các doanh nghiệp nước ngoài và đang ở vị thế bị động hơn họ. Do đó, Đề xuất sửa đổi khoản 2 Điều 39 và khoản 1 Điều 40 sẽ không giúp đạt được mục đích đề ra: "nâng cao sự cạnh tranh trong thị trường, từ doanh nghiệp quảng cáo quốc tế đối với các doanh nghiệp quảng cáo nội địa, khiến cho doanh nghiệp nội địa phải tự phát triển bản thân và cho ra được những sản phẩm quảng cáo có chất lượng, phù hợp với nhu cầu thị trường và thị hiếu người xem".		
	- Để giải pháp lựa chọn tại các chính sách được thuyết phục, bảo đảm tính khả thi, đề nghị rà soát lại các chính sách, phân tích, đánh giá, làm rõ hơn tác động về kinh tế - xã hội và có số liệu chứng minh cụ thể. - Tại chính sách 1 về sự tham gia của doanh nghiệp nước ngoài và hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới trong thị trường quảng cáo Việt Nam: + Tại mục 1.1 về vấn đề bất cập, đề nghị bổ sung về đánh giá tác động của doanh nghiệp nước ngoài và hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo trực tuyến xuyên biên giới tại Việt Nam đối với công tác đảm bảo an ninh quốc gia và trật tự, an toàn xã hội, trong đó nêu rõ các loại hình quảng cáo trực tuyến, môi trường hoạt động phổ biến bị các đối tượng xấu lợi dụng gây ảnh hưởng xấu đến an toàn, an ninh thông tin tại Việt Nam. + Tại mục 1.4 về đánh giá tác động của phương án đề xuất, đề nghị cần đánh giá cụ thể hơn về yếu tố tác động đến công tác quản lý nhà nước, tác động đến kinh tế, xã hội và cơ chế xử lý vi phạm khi cho phép cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới trong thị trường quảng cáo Việt Nam. Ví dụ như: quy định hiện hành của Luật quảng cáo tại khoản 3 Điều 8 là "cấm hoạt động quảng cáo thiếu thẩm mỹ, trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam"; tuy nhiên, khi doanh nghiệp nước ngoài thực hiện quảng cáo xuyên biên giới, thì có thể có	Bộ Công an	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo

	những nội dung quảng cáo thiếu thẩm mỹ, trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục việt Nam nhưng lại phù hợp với văn hóa nước sở tại… - Đối với chính sách 4 về trách nhiệm của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo: Đề nghị bổ sung vào mục 4.1 vê vấn đề bất cập nội dung liên quan đến hoạt động quảng cáo trực tuyến thông qua người có ảnh hưởng trên không gian mạng (KOL), trong đó nêu rõ nghĩa vụ và trách nhiệm pháp lý của KOL trong việc đăng tải các video trên nền tảng mạng xã hội và đề xuất các biện pháp quản lý loại hình quảng cáo này.		
	- Đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo rà soát, đánh giá thêm về tác động chính sách đối với hệ thống pháp luật vì quảng cáo có liên quan đến nhiều lĩnh vực như thương mại, bảo vệ người tiêu dùng (quan hệ với người tiêu dùng), cạnh tranh (liên quan đến các doanh nghiệp cùng ngành, nghề kinh doanh), sở hữu trí tuệ (quyền tác giả đối với các đoạn phim, hình ảnh, âm thanh, nội dung quảng cáo), v.v… để bảo đảm tính đồng bộ của hệ thống pháp luật. - Các nội dung đánh giá tác động chính sách chủ yếu định tính, chưa có định lượng trên số liệu cụ thể. Đối với các vấn đề quyết định phương án chủ yếu dựa trên doanh thu, lợi nhuận như tăng, giảm thời lượng quảng cáo (chính sách 04) cần bổ sung số liệu để so sánh giữa các phương án. Ngoài thời lượng, giá quảng cáo còn phụ thuộc vào các yếu tố như khung giờ; mức độ thu hút của chương trình, sự kiện (tỷ lệ nghịch với thời lượng quảng cáo); v.v…, không thể quyết định chỉ dựa trên nguyên tắc doanh thu tỉ lệ thuận với thời lượng quảng cáo.	Bộ Khoa học và Công nghệ	Tiếp thu và bổ sung tại dự thảo
	- Đề xuất chỉnh sửa mục II.1 về mục đích xây dựng Luật như sau: “ Bảo đảm tính hợp hiến, thống nhất, đồng bộ trong hệ thống văn bản quy phạm	Bộ Ngoại giao	Tiếp thu

	pháp luật, tính tương thích với các điều ước quốc tê mà Việt Nam là thành viên.”		
	Đối với việc đánh giá tác động liên quan đến việc không thu được thuế hay giảm thuế, chính sách phí, lệ phí theo đề xuất chính sách ảnh hưởng đến nguồn thu NSNN. Tại dự thảo báo cáo tác động chưa có đánh giá cụ thể nên Bộ Tài chính chưa có cơ sở để tham gia ý kiến.	Bộ Tài chính	Tiếp thu, chỉnh sửa tại Dự thảo.
	- Tại Báo cáo đánh giá tác động của chính sách trong Đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo: + Các mục 1.4.1.d.; 1.4.2.d.; 1.4.3.d.; 2.4.1.đ.; 2.4.3.đ.; 3.4.1.đ.; 3.4.2.d.; 3.4.3.đ.; 3.4.4.đ. đề nghị sửa lại như sau*: “Tác động về quyền cơ bản của công dân: Phương án này không có ảnh hưởng đến quyền cơ bản của công dân”.*	Tỉnh Sóc Trăng	Tiếp thu
4.4. Báo cáo tổng kết thi hành Luật	- Tại nội dung 2, điểm 2 (trang 18), Mục III (Đề xuất, kiến nghị): Đề nghị thay cụm từ “Tăng cường” bằng cụm từ “Quy định rõ” viết lại là: “ Quy định rõ trách nhiệm các chủ thể tham gia vào hoạt động quảng cáo, đặc biệt đối với người chuyển tải sản phẩm quảng cáo nhằm ngăn ngừa những quảng cáo không trung thực, quảng cáo sai sự thật trong thời đại công nghệ số hiện nay.”	Bộ Quốc phòng	Tiếp thu
	- Tại gạch đầu dòng thứ 5 tiểu mục 4.4 mục 4 Phần I dự thảo Báo cáo Tổng kết thi hành Luật Quảng cáo và các văn bản quy định chi tiết (từ năm 2013 đến năm 2022), đề nghị sửa đổi, bổ sung thành: “Việc quảng cáo xuyên biên giới trên các trang báo sản phẩm báo chí rất khó giải quyết ...”.	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu
	- Báo cáo Tổng kết thi hành Luật Quảng cáo mới chỉ nêu một cách chung chung, ngắn gọn về một vài khó khăn, vướng mắc; chưa có sự phân tích, đánh giá về những khó khăn, hạn chế trong quá trình thực hiện và những vướng mắc, bất cập trong các quy định pháp luật hiện		

	hành. Những vấn đề khó khăn, vướng mắc được nêu trong Báo cáo chưa tương ứng với các nội dung tổng kết thi hành nêu tại Phần II của Báo cáo. Nhiều nội dung nêu tại Báo cáo Tổng kết thi hành Luật Quảng cáo chưa có sự gắn kết với nội dung của Báo cáo đánh giá tác động chính sách, dự thảo Đề cương chi tiết Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo (ví dụ như kết quả thực hiện đối với phương tiện quảng cáo là người truyền tải sản phẩm quảng cáo, …). Vì vậy, đề nghị bổ sung nội dung phân tích, đánh giá cụ thể về những hạn chế, khó khăn, vướng mắc là do quy định pháp luật hay tổ chức thực hiện quy định của pháp luật để làm cơ sở đề xuất chính sách, phương án giải quyết vấn đề được khả thi, hiệu quả. - Một số vấn đề đề xuất sửa đổi, bổ sung chưa được nghiên cứu, tổng kết đánh giá như nội dung quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, điều kiện quảng cáo, thời lượng quảng cáo,…Đề nghị nghiên cứu, đánh giá tổng kết một cách toàn diện luật quảng cáo.	Bộ Xây dựng	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo báo cáo.
	Cơ quan chủ trì lập đề nghị đã thực hiện tổng kết thi hành Luật Quảng cáo, theo đó xác định các khó khăn, vướng mắc trong triển khai thi hành Luật như “thiếu cơ chế để kiểm soát hiệu quả hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới của các tổ chức, cá nhân nước ngoài…”, “việc xác định tính trung thực, chính xác của một số nội dung quảng cáo vào các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ còn gặp nhiều khó khăn…”. Tuy nhiên, một số vấn đề đề xuất sửa đổi, bổ sung chưa được cơ quan lập đề nghị nghiên cứu, tổng kết, đánh giá như nội dung quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo, quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, điều kiện quảng cáo, thời lượng quảng cáo… Do đó, đề nghị cơ quan lập đề nghị nghiên cứu, đánh giá	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và đã chỉnh sửa tại dự thảo Báo cáo Tổng kết

	tổng kết một cách toàn diện pháp luật quảng cáo để trên cơ sở đó cần đề xuất sửa đổi, bổ sung một cách tổng thể, đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước trong bối cảnh mới hiện nay.		
	- Đề nghị cân nhắc một số điểm như sau: + Đề nghị đánh giá, làm rõ hơn về kết quả thực hiện các quy định về quản lý hoạt động cung câp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới vào Việt Nam, được quy định tại các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Quảng cáo 2012 như Nghị định 181/2013/NĐ-CP, Nghị định 70/2021/NĐ-CP. + Đề nghị có đánh giá cụ thể hơn về vai trò và hiệu quả của cơ chế Hội đồng thẩm định này và trách nhiệm của tổ chức, cá nhân trong kiểm soát nội dung quảng cáo + Đề nghị báo cáo thêm về tình hình triển khai nhiệm vụ xây dựng và tổ chức thực hiện Bộ quy tắc ứng xử nghề nghiệp quảng cáo, cũng như vai trò của tổ chức nghề nghiệp về quảng cáo trong hoạt động quảng cáo.		
	- Tại Mục 3, Phụ lục 1 Báo cáo Tổng kết thi hành Luật Quảng cáo và các văn bản quy định chi tiết (từ năm 2013 đến năm 2022): Đề nghị bổ sung Luật Thủy sản số 18/2017/QH14 ngày 21/11/2017 của Quốc hội.	Tỉnh Nam Định	Tiếp thu
	- Đề nghị bổ sung, điều chỉnh: + Luật phòng chống tác hại của rượu bia năm 2019.	Tỉnh Đồng Tháp	Tiếp thu và chỉnh sửa dự thảo

	+ Nghị định số 51/2018/NĐ-CP ngày 23/4/2018 của Chính phủ về thực hiện cơ chế một cửa, một cửa liên thông trong giải quyết thủ tục hành chính. + Cần thống nhất cách ghi tại một số văn bản nếu là văn bản được thay thế, bãi bỏ nên chú thích trực tiếp liền sau văn bản bãi bỏ để được rõ nghĩa hơn. + Điều chỉnh nội dung: "…Danh mục lập thủ tục, hồ sơ được niêm yết rõ ràng, minh bạch, công khai, về quy trình nộp tại bộ phận tiếp nhận và hoàn trả hồ sơ…" thành "…Danh mục lập thủ tục, hồ sơ được niêm yết rõ ràng, minh bạch, công khai, về quy trình nộp tại ***Bộ phận tiếp nhận và Trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính***…"		
4.5. Dự thảo Đề cương			
Điều 1, Khoản 1	- Khoản 1 Điều 1: Đề nghị xây dựng Luật quy định sửa đổi, bổ sung khoản 2 Điều 4 Luật Quảng cáo năm 2012, tuy nhiên, nội dung này đã được sửa đổi, bổ sung bởi điều 27 Luật sửa đổi, bổ sung một số Điều của 37 Luật có liên quan đến Luật Quy hoạch năm 2018 *(nội dung này đã hết hiệu lực thi hành)*, mặt khác, một số nội dung trong đề nghị xây dựng Luật chưa xác định rõ điều, khoản, điểm của văn bản bị sửa lỗi, bổ sung *(khoản 1, khoản 2, khoản 6, khoản 7, khoản 8 Điều 1 Đề nghị xây dựng Luật)*. Theo quy định tại khoản 1 Điều 12 Luật Ban hành văn bản QPPL năm 2015 thì văn bản sửa đổi, bổ sung, thay thế, bãi bỏ, hoặc đình chỉ thi hành văn bản khác phải xác định rõ tên, điều, khoản, điểm của văn bản bị sửa đổi, bổ sung. Do đó, đề nghị nghiên cứu quy định tên gọi, điều, khoản, điểm của văn bản bị sửa đổi, bổ sung cho chính xác. - Tiêu đề và nội dung các khoản trong Điều 1: Đề nghị xây dựng Luật quy định chưa thống nhất, chưa xác định rõ nội dung sửa đổi, nội dung bổ	Tỉnh Sơn La	Không tiếp thu vì theo quy định về hồ sơ đề nghị xây dựng Luật chỉ yêu cầu xây dựng dự kiến đề cương chi tiết nội dung sửa đổi.

	sung *(khoản 4, khoản 5, Điều 1 chỉ có nội dung bổ sung không có nội dung sửa đổi; khoản 6, khoản 7 Điều 1 chỉ có nội dung sửa đổi, không có nội dung bổ sung nhưng tên gọi vẫn quy định là sửa đổi bổ sung)*. Vì vậy, đề nghị nghiên cứu quy định lại tiêu đề của các khoản trong Điều 1 đề nghị xây dựng Luật cho phù hợp.		
Điều 1, Khoản 4	- Đề nghị điều chỉnh *"4. Sửa đổi bổ sung Khoản 1 Điều 19" thành "Sửa đổi bổ sung khoản 2 điều 18 Luật Quảng cáo"* với các lý do: Nội dung này liên quan đến chữ viết, hiện nay có nhiều tổ chức, đơn vị quảng cáo để thực hiện quảng cáo nhằm mang lại lợi nhuận kinh doanh đã sử dụng các từ ngữ gây sốc, gây chú ý pha lẫn các từ không thuộc hệ thống Tiếng Việt, đồng thời, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nên có quy định cụ thể khi sử dụng từ ngữ tiếng nước ngoài (từ hoặc cụm từ) hầu như các đơn vị quảng cáo ít tuân thủ theo quy định tại Điều khoản này.	Tỉnh Đồng Tháp	Không sửa đổi khoản 2 Điều 18 quy định về tiếng nói, chữ viết. Ý kiến trên được tiếp thu chỉnh sửa về yêu cầu về nội dung quảng cáo tại Điều 19
	- Khoản 4 Điều 1: Đề nghị xây dựng Luật quy định bổ sung nội dung: *"Nội dung quảng cáo phải đảm bảo giữ gìn sự trong sáng của Tiếng Việt"*, đối với nội dung này, đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu xem xét, quy định thêm nội dung giải thích từ ngữ đối với cụm từ *"giữ gìn sự trong sáng của Tiếng Việt" (trong đó quy định rõ những nội dung cần đảm bảo thực hiện để giữ gìn sự trong sáng của Tiếng Việt)* để đảm bảo quy định của Luật được rõ ràng, thống nhất trong quá trình thực hiện.	Tỉnh Sơn La	Bộ sẽ nghiên cứu để chỉnh sửa cho phù hợp
	- Đề nghị bổ sung nội dung: *"Nội dung quảng cáo phải không làm phương hại đến chủ quyền quốc gia; không vi phạm thuần phong, mỹ tục; không có nội dung gây ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, an toàn hoặc sự phát triển bình thương của trẻ em."*	Bộ Công an	Nội dung này đã thể hiện tại Điều 8 về hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo

Điều 1, Khoản 5	- Đề nghị nghiên cứu bổ sung yêu cầu về điều kiện quảng cáo đối với dịch vụ, sản phẩm đặc biệt như: Thẩm mỹ, spa, chăm sóc sắc đẹp, thực phẩm chức năng (không phải là thuốc).	Tỉnh Lâm Đồng	Nội dung dự kiến sửa đổi đã bao gồm các dịch vụ, sản phẩm được kiến nghị bổ sung
Điều 1, Khoản 7	- Đề xuất sửa đổi quy định về diện tích quảng cáo trên báo in theo hướng tăng lên đảm bảo phù hợp với thực tiễn tại khoản 7 Điều 1 như sau: *"Sửa đổi, bổ sung một số điểm khoản của Điều 21 như sau: a) Diện tích quảng cáo không được vượt quá 30% tổng diện tích một ấn phẩm báo hoặc 40% tổng diện tích một ấn phẩm tạp chí, trừ báo, tạp chí chuyên quảng cáo; phải có dấu hiệu phân biệt quảng cáo với các nội dung khác".*	Bộ Thông tin và Truyền thông	- Tiếp thu
Điều 1, Khoản 8	- Đề nghị nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung cụ thể một số nội dung tại khoản 8, khoản 9 Điều 1 sau: + Quy định về thời lượng quảng cáo trong từng loại hình chương trình phim truyện cụ thể. + Quy định về điều kiện đối với hình thức quảng cáo lồng ghép trong phim truyện. + Quy định về thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo trên báo điện tử để phù hợp với thực tiễn.	Bộ Quốc phòng	- Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo.
	- Đề nghị nghiên cứu, bổ sung các nội dung sau: + Quy định cụ thể thời lượng quảng cáo, số lần quảng cáo cụ thể trong chương trình phim truyện theo hướng giảm thời lượng và số lượng so với Quy định tại Luật Quảng cáo ngày 21/6/2012. + Bổ sung nội dung sửa đổi, bổ sung khoản 6, khoản 7 Điều 22 của Luật Quảng cáo vào khoản 8 Điều 1 của Dự thảo: Hồ sơ đề nghị cấp giấy phép ra kênh, chương trình chuyên quảng cáo hoặc hồ sơ đề nghị sửa đổi, bổ	Tỉnh Lào Cai	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo.

	sung giấy phép của các cơ quan báo nói, báo hình gửi về cơ quan, đơn vị nào (Cục báo chí, Cục Phát thanh - Truyền hình và TTĐT), không quy định chung chung là gửi về cơ quan quản lý nhà nước để thuận tiện cho các cơ quan, đơn vị thực hiện.		
Điều 1, Khoản 9	- Đề xuất sửa đổi quy định về thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo trên báo điện tử để phù hợp với thực tiễn tại khoản 9 Điều 1 dự thảo Luật như sau: *"Đối với những quảng cáo không ở vùng cố định,phải thiết kế để độc giả có thể chủ động tắt hoặc mở quảng cáo, thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo tối đa là 03 giây".*	Bộ Thông tin và Truyền thông	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo.
Điều 1, Khoản 10	- Đề nghị điều chỉnh nội dung " Giao chính quyền địa phương quy định cụ thể thời hạn treo băng rôn, bảng quảng cáo trên địa bàn" tại Khoản 10, Điều 1 thành "Thời hạn treo băng không quá 15 ngày, bảng quảng cáo không quá 12 tháng."	Tỉnh Bình Dương	- Không tiếp thu vì nội dung sửa đổi góp phần tăng sự chủ động của chính quyền địa phương trong việc quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời
	- Đề nghị sửa đổi, bổ sung khoản 4 điều 27 thành: *" Thời hạn treo băng rôn không quá 15 ngày, bảng quảng cáo không quá 12 tháng".*	Tỉnh Đồng Tháp	
	- Đề nghị quy định cụ thể thời hạn treo băng rôn, bảng quảng cáo (*giảm xuống dưới 15 ngày)* để có sự thống nhất đối với tất cả các địa phương trên toàn quốc.	Tỉnh Hà Giang	
	- Đề nghị giữ nguyên quy định "*Thời hạn treo băng rôn không quá 15 ngày*" và đề nghị bổ sung thêm quy định thời hạn đối với bảng quảng cáo là 01 năm.	Tỉnh Ninh Bình	
	- Đề nghị điều chỉnh nội dung: "Giao chính quyền địa phương quy định cụ thể thời hạn treo băng-rôn, bảng quảng cáo trên địa bàn" thành "*thời gian treo băng-rôn, bảng quảng cáo: đối với loại hình băng rôn không quá 15 ngày, đối với loại hình bảng quảng cáo là 01 năm".* Lý do: Cần	Tỉnh Quảng Nam	

	quy định thời gian treo băng-rôn, bảng quảng cáo trong Luật Quảng cáo để địa phương thuận lợi trong công tác quản lý, thực hiện.		
	- Đề xuất chỉnh sửa thành: *"10. Sửa đổi, bổ sung khoản 4 của Điều 27 như sau: Giao cơ quan có thẩm quyền quản lý nhà nước về lĩnh vực quảng cáo ở địa phương quy định cụ thể thời hạn treo băng rôn, bảng quảng cáo trên địa bàn".* Lý do sửa đổi: Bảo đảm việc quy định chi tiết để thuận lợi trong quá trình thực hiện.	Tỉnh Yên Bái	
Điều 1, Khoản 11	Tại mục 11, Điều 1, Dự thảo quy định: *"Bỏ thành phần hồ sơ: Văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo, quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo với băng – rôn tại khoản 6, điều 29".* Tuy nhiên, Dự thảo lại không sửa đổi, bổ sung hay bãi bỏ Điều 15 của Luật quảng cáo về Quyền và nghĩa vụ của người cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo, cụ thể: *"Người cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo chịu trách nhiệm về căn cứ pháp lý của việc cho thuê địa điểm quảng cáo, phương tiện quảng cáo và an toàn của phương tiện quảng cáo;* ***thực hiện đúng nghĩa vụ trong hợp đồng cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo đã ký kết***. *Liên đới chịu trách nhiệm trong trường hợp lắp, dựng công trình quảng cáo không đúng với giấy phép xây dựng hoặc chưa được cấp phép xây dựng".*	Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu	- Không tiếp thu vì Điều 15 quy định về trách nhiệm của người cho thuê địa điểm, phương tiện quảng cáo
	- Đề nghị bổ sung nội dung "bãi bỏ khoản 7, điều 29" (bỏ thành phần hồ sơ: Bản phối cảnh vị trí đặt bảng quảng cáo) vào khoản 11, điều 1.	Tỉnh Bình Dương, tỉnh Đồng Tháp	Bộ sẽ nghiên cứu để chỉnh sửa cho phù hợp với tình hình thực tiễn
	- Tại dự thảo có nêu bãi bỏ thành phần hồ sơ: *"Văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo, quyền sở hữu hoặc quyền sử*	Tỉnh Lâm Đồng	- Không tiếp thu.

	dụng địa điểm quảng cáo với băng-rôn", tuy nhiên để đảm bảo công tác quản lý nhà nước tại các địa phương và mỹ quan đô thị đề nghị giữ nguyên thành phần này trong Điều 29 Luật Quảng cáo năm 2012.		
	- Đề nghị cơ quan soạn thảo xem xét, sửa đổi bổ sung nội dung quy định việc ghi kích thước, diện tích của bảng quảng cáo, băng rôn quảng cáo tại khoản 1, khoản 5 Điều 29 Luật Quảng cáo để tạo thuận lợi cho việc xác định là trường hợp phải có giấy phép xây dựng trong hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo.	Tỉnh Lào Cai	- Không tiếp thu vì trường hợp phải có giấy phép xây dựng đã được quy định cụ thể. Việc yêu cầu bổ sung kích thương, diện tích bảng quảng cáo là không cần thiết.
	- Đề nghị sửa thành *"11. Sửa đổi khoản 6, Điều 29: Văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo."*	Tỉnh Nam Định	Bộ sẽ nghiên cứu để chỉnh sửa cho phù hợp
	- Tại khoản "11. Bãi bỏ khoản 6 Điều 29" của dự thảo có nêu: "*bãi bỏ thành phần hồ sơ: Văn bản chứng minh quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng bảng quảng cáo, quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng địa điểm quảng cáo với băng-rô*n". Đề nghị giữ nguyên khoản 6 Điều 29 vì: để đảm bảo sự đồng thuận giữa chủ sở hữu địa điểm với đơn vị thực hiện quảng cáo.	Tỉnh Ninh Bình	- Không tiếp thu vì qua đánh giá tổng kết thi hành Luật nhiều địa phương đều có ý kiến cho rằng văn bản này không phù hợp với tình hình thực tế.

Điều 1, Khoản 12	- Đề nghị điều chỉnh nội dung tại khoản 12, điều 1: *"1. Tổ chức, cá nhân có nhu cầu thực hiện quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn phải gửi hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương trước khi thực hiện quảng cáo 07 ngày"* thành *"1. Tổ chức, cá nhân…gửi hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương trước khi thực hiện quảng cáo 05 ngày."*	Tỉnh Bình Dương, Đắk Lắk, Quảng Nam, Quảng Trị	- Tiếp thu và tổng hợp
Điều 1, Khoản 13	- Đề nghị diễn đạt, hoàn chỉnh lại nội dung Tại khoản 13, Điều 1 *"Văn bản thông báo ghi rõ thời gian, địa điểm, số lượng người tham gia, nội dung, hình thức sản phẩm quảng cáo"* thành *"Văn bản thông báo ghi rõ thời gian, lộ trình thực hiện, số lượng người và xe tham gia, nội dung, hình thức sản phẩm quảng cáo".*	Tỉnh Bình Thuận	Tiếp thu
	- Đề nghị bổ sung tại khoản 13 Điều 1 *"Tổ chức, cá nhân tổ chức đoàn người thực hiện quảng cáo phải thông báo với cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương chậm nhất là 05 ngày trước ngày thực hiện quảng cáo. Hồ sơ thông báo bao gồm:"*. Vì tại điểm c khoản 1 Điều 36 Luật Quảng cáo có nội dung *"Tổ chức, cá nhân tổ chức đoàn người thực hiện quảng cáo phải thông báo với cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương về nội dung, hình thức sản phẩm quảng cáo, số lượng người tham gia đoàn người thực hiện quảng cáo, thời gian và lộ trình thực hiện chậm nhất là 15 ngày trước ngày thực hiện quảng cáo".*	Tỉnh Đắk Lắk	Tiếp thu
	- Đề nghị bổ sung, điều chỉnh khoản 1 điều 36 như sau: *"Ma-két sản phẩm quảng cáo in mầu có chữ ký của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc chữ ký của người quảng cáo trong trường hợp tự thực hiện quảng cáo. Trong trường hợp người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người quảng*	Tỉnh Đồng Tháp	Tiếp thu

	*cáo là tổ chức thì phải có dấu của tổ chức". Trong thời hạn 05 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được thông báo, cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương phải trả lời bằng văn bản (nếu không đồng ý nêu rõ lý do)"***.** Lý do: Trong Quyết định công bố bộ thủ tục chuẩn hóa của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2022 (Quyết định số 3684/QĐ-BVHTTDL ngày 27/12/2022) quy định "Thủ tục thông báo tổ chức đoàn người quảng cáo" kết quả giải quyết thủ tục hành chính là "văn bản trả lời".		
	- Đề nghị bổ sung thành phần hồ sơ: *" Bản sao giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của người quảng cáo trong trường hợp tự thực hiện quảng cáo".*	Tỉnh Lai Châu	Tiếp thu
	- Tại dự thảo có nêu *"Bản sao văn bản về việc tổ chức sự kiện của đơn vị tổ chức hoạt động quảng cáo"*, theo mục này quy định còn chung chung gây khó hiểu và có thể hiểu là áp dụng cho việc tổ chức đoàn người thực hiện quảng cáo của một sự kiện tuy nhiên nếu đơn vị chỉ tổ chức đoàn người quảng cáo cho một sản phẩm, nhãn hiệu thì có phải áp dụng không và thẩm quyền ban hành văn bản theo quy định thuộc cơ quan nào.	Tỉnh Lâm Đồng	Tiếp thu
	- Đề nghị điều chỉnh nội dung: *"c) Tổ chức, cá nhân tổ chức đoàn người thực hiện quảng cáo phải thông báo với cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương"* thành *"Tổ chức, cá nhân tổ chức đoàn người thực hiện quảng cáo phải thông báo với cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương trước khi thực hiện quảng cáo 05 ngày*". Lý do: Nhằm làm rõ thời gian thực hiện hồ sơ, tạo điều kiện cho tổ chức, cá nhân thực hiện thủ tục hành chính.	Quảng Nam	Tiếp thu

	- Đề nghị bổ sung nội dung sau: *"Trong thời hạn 05 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được thông báo, nếu cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương không đồng ý với thông báo thì phải trả lời bằng văn bản và nêu rõ lý do. Nếu đồng ý với nội dung thì trả lời bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân được thực hiện quảng cáo theo nội dung đã thông báo."*	Quảng Trị	Tiếp thu
Khoản 1, Điều 14	- Đề nghị chỉnh lý lại như sau: "*Tổ chức, cá nhân nước ngoài không hoạt động tại Việt Nam được kinh doanh quảng cáo tại Việt Nam theo quy định".*	Bộ Công an	Tiếp thu
Khoản 1, Điều 15	- Tại dự thảo có nêu: "*Doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài được trực tiếp cung cấp dịch vụ quảng cáo tại Việt Nam, không cần phải hợp tác, đầu tư với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam*", đề nghị sửa: "*Doanh nghiệp quảng cáo nước ngoài được trực tiếp cung cấp dịch vụ quảng cáo tại Việt Nam hoặc hợp tác đầu tư với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam*".	Tỉnh Ninh Bình	Tiếp thu
Điều 2	- Tên Điều 2 đề nghị sửa thành *"Điều khoản thi hành"* cho khái quát và phù hợp vì nội dung bao gồm hiệu lực và nội dung khác.	Tỉnh Hà Giang	Tiếp thu
Đề xuất, đề nghị khác	- Đề nghị bổ sung thêm điều khoản quy định về quản lý quảng cáo trên môi trường mạng	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu và chỉnh sửa tại Báo cáo đánh giá tác động (chính sách 2).
	- Đề nghị bổ sung thêm khoản 2 tại Điều 17. Phương tiện quảng cáo: Truyền thanh cấp xã; bảng tin công cộng; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở và truyền thanh cấp huyện.	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu

	- Đề nghị bổ sung thêm 1 Điều sau Điều 23: *"Quảng cáo trên hệ thống thông tin cơ sở:* *1. Thời lượng quảng cáo của truyền thanh cấp huyện, truyền thanh cấp xã không được vượt quá 10% tổng thời lượng phát sóng trong 01 ngày.* *2.Chươngtrìnhquảngcáophảiđượcphátsóng sau cácchươngtrình tin tức, chuyên đề, thông tin chỉ đạo của chính quyền địa phương".* *3.Quảngcáotrên bảngtincông cộng: Biểu trưng, lô-gô, nhãnhiệuhànghóa của ngườiquảngcáophải đặt ở phía dưới cùng của bảng tin công cộng; diện tích thểhiện của biểu trưng,lô-gô, nhãnhiệuhànghóaquảngcáo không quá 20% diện tích bảng tin công cộng.* *4. Bản tin in, tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở (áp-phích, tờ rời, tờ gấp) có nội dung cổ động, tuyên truyền về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, khoa học, công nghệ, văn học, nghệ thuật được quảng cáo không quá 20% diện tích từng sản phẩm. Biểu trưng, lô-gô, nhãn hiệu hàng hóa của người quảng cáo phải đặt ở phía dưới cùng của sản phẩm in.* *5. Nội dung thông tin quảng cáo là các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam phục vụ cho sản xuất và đời sống của người dân địa phương; ưu tiên giới thiệu các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đạt chất lượng cao như "Thương hiệu Việt", hàng Việt Nam chất lượng cao, các sản phẩm OCOP… Thông tin quảng cáo phải giới thiệu rõ lợi ích và cách dùng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ."*	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu một số nội dung vầ sửa trong quy định về quảng cáo trên các phương tiện chứ không thành Điều riêng
	- Đề nghị bỏ điểm c khoản 1 Điều 33 của Luật Quảng cáo quy định: *" Không được quảng cáo trên hệ thống truyền thanh phục vụ nhiệm vụ chính trị của xã, phường, thị trấn."*	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu

	- Đề nghị sửa đổi Điều 5 tại Luật Quảng cáo hiện hành theo hướng bổ sung, điều chỉnh vai trò của Bộ Thông tin và Truyền thông và các bộ, ngành có liên quan trong hoạt động quản lý quảng cáo để đảm bảo phù hợp hơn với thực tế quản lý, nhằm tạo thuận lợi cho công tác quản lý nhà nước và thúc đẩy sự phát triển của thị trường quảng cáo nước ta.	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu
	- Quảng cáo trên mạng xã hội như Facebook, Youtube… ngày càng phổ biến, các đối tượng vi phạm có nhiều cách thức, thủ đoạn để lẩn trốn đối phó ngày càng tinh vi, nhiều trường hợp không xác minh được đối tượng vi phạm do không xác định được chủ thể vi phạm. Vì vậy, đề nghị nghiên cứu, bổ sung Điều 23 Luật Quảng cáo quy định thể hiện tên, địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm phát hành quảng cáo trên mạng xã hội.	Bộ Thông tin và truyền thông	Tiếp thu
	- Mặc dù các nghị định xử phạt về quảng cáo quy định thẩm quyền cho thanh tra thông tin truyền thông, nhưng việc xác định nội dung vi phạm gặp nhiều khó khăn, do lực lượng thanh tra thông tin truyền thông không có kiến thức chuyên sâu về y tế, nhất là quy định liên quan đến chuyên ngành như: *"phù hợp với tài liệu theo quy định", "gây hiểu nhầm có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh",thực phẩm có tác dụng như thuốc chữa bệnh","thực phẩm có tác dụng điều trị bệnh"*… Vì vậy, để có cơ sở cho thanh tra thông tin và truyền thông xử lý đảm bảo chính xác, đúng hành vi vi phạm, đề nghị nghiên cứu, bổ sung Điều 11 Luật Quảng cáo quy định *đối với sản phẩm dịch vụ đặc biệt cần có ý kiến đánh giá chuyên môn trước khi chuyển đến cơ quan chức năng xử lý vi phạm.*	Bộ Thông tin và truyền thông	Không tiếp thu, vì phát sinh thêm thủ tục hành chính. Phần này trong cơ chế phối hợp của các cơ quan trong khi thực thi Luật.
	- Dự thảo đề cương chi tiết Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật quảng cáo chưa nêu rõ cụ thể các nội dung cần được bổ sung, sửa đổi *(ví dụ: chưa quy định rõ về thành phần của Hội đồng thẩm định; giá trị pháp lý của kết quả thẩm định sản phẩm quảng cáo; các yêu cầu về nội dung*	Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu	Tiếp thu và chỉnh sửa trong Dự kiến đề cương

	quảng cáo đối với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt; diện tích quảng cáo trên báo in; thời lượng quảng cáo trong từng chương trình phim truyện; điều kiện đối với hình thức quảng cáo lồng ghép trong phim truyền; thời gian chờ tắt hoặc mở quảng cáo trên báo điện tử….).		
	- Đề nghị bổ sung những quy định cụ thể trong hoạt động quảng cáo trên mạng xã hội (facebook, zalo…) nhằm tăng trách nhiệm của cơ quan truyền thông đại chúng trong việc đưa những sản phẩm quảng cáo qua phương tiện truyền thông đại chúng và internet đúng quy định pháp luật, đảm bảo quyền được tiếp cận thông tin trung thực, chính xác đối với người xem, người nghe…	Tỉnh Ninh Bình	Tiếp thu và bổ sung tại Dự thảo
	- Đề nghị xem xét quy định cụ thể loại hình quảng cáo trực tuyến trên mạng internet, trên các nền tảng mạng xã hội. Tại Luật Quảng cáo năm 2012 không có quy định về loại hình quảng cáo này. Hiện nay, loại hình quảng cáo này rất phát triển, phong phú, đa dạng, nhưng cũng tiềm ẩn những yếu tố tiêu cực đối với người dân, như quảng cáo sai sự thật, lừa đảo.	Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu	
	- Đề nghị sửa đổi, bổ sung một số nội dung trong Luật hiện hành như sau: + Điều 5, mục 4 của Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13: Phân cấp ủy quyền cho UBND cấp huyện, thành phố tiếp nhận và xử lý hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng rôn để tạo thuận lợi cho các tổ chức cá nhân đến xin thực hiện quảng cáo tại các huyện, thành phố trong tỉnh không phải đi lại, chi phí tốn kém, gây mất thời gian khi khách hàng đến nộp hồ sơ tại tỉnh.	Tỉnh Hà Giang	Nội dung phân cấp thực hiện theo Luật Tổ chức Chính quyền địa phương.
	- Để đẩy mạnh việc phân cấp, phân quyền về cơ sở, đồng thời để cơ sở nắm bắt, quản lý sát sao hoạt động quảng cáo trên địa bàn, đề nghị nghiên cứu bổ sung nội dung: Phân cấp cho cấp huyện tiếp nhận, thực hiện thủ tục hành chính: Thông báo đoàn người thực hiện quảng cáo.	Tỉnh Hòa Bình	

	- Đề nghị bổ sung quy định việc phân cấp, ủy quyền cho cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa cấp huyện được thực hiện việc tiếp nhận thông báo sản phẩm quảng cáo trên băng-rôn theo quy định của pháp luật về tổ chức chính quyền địa phương.	Tỉnh Lâm Đồng	
	- Tại khoản 1 Điều 30 Luật Quảng cáo có quy định Tổ chức, cá nhân có nhu cầu thực hiện quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng-rôn phải gửi hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo đến cơ quan có thẩm quyền về quảng cáo của địa phương (theo quy định giải quyết thủ tục hành chính là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch). Tuy nhiên, nhằm để phân cấp, phân quyền trong công tác quản lý giải quyết các thủ tục hành chính, kính đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xem xét, ban hành văn bản quy định phân cấp, phân quyền cho cấp huyện giải quyết các thủ tục hành chính đối với nội dung sản phẩm quảng cáo cho UBND cấp huyện thực hiện trên phương tiện băng rôn, bảng quảng cáo và Đoàn người thực hiện quảng cáo.	Tỉnh Quảng Ngãi	
	Dự thảo Đề cương dự án Luật còn sơ sài, ngoài Điều 15, 21, 27, 30, 36 có nội dung cơ bản dự kiến… thì các điều khác của đề cương dự án Luật đều chưa định hướng được nội dung rõ ràng. Vì thế, đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo nghiên cứu, bổ sung thêm nội dung này.	Bộ Tư pháp	Tiếp thu và chỉnh sửa tại dự thảo
	- Tại Điều 34 của Luật Quảng cáo: + Khoản 1 Điều 34: "*Biển hiệu phải có các nội dung sau*" đề nghị chỉnh sửa là: "*Biển hiệu chỉ thể hiện các nội dung sau*". Bỏ mục a Khoản 1 Điều 34 "*Tên cơ quan chủ quản trực tiếp (nếu có)*" vì không cần thiết đối với các tổ chức, cá nhân hoạt động sản xuất kinh doanh. Bổ sung thêm nội dung "*Logo nhận diện thương hiệu của tổ chức, cá nhân (nếu có)*" đối với mục này.	Tỉnh Ninh Bình	Tiếp thu, nghiên cứu chỉnh sửa tại Dự thảo

	+ Khoản 3 Điều 34: *"Kích thước biển hiệu được quy định như sau:....."*, đề nghị điều chỉnh tỷ lệ kích thước đối với biển hiệu ngang, tăng giới hạn chiều cao của biển đối với mặt tiền nhà có chiều ngang dài để cân đối và phù hợp với tình hình thực tế.		
	- Tại khoản 16 Điều 8 Luật Quảng cáo quy định hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo "Treo, đặt, dán, vẽ các sản phẩm quảng cáo trên cột điện, trụ điện, cột tín hiệu giao thông và cây xanh nơi công cộng". Tuy nhiên về điều kiện thực tế tại một số tỉnh, thành hiện nay không có phương tiện để thực hiện quảng cáo trên phương tiện băng rôn (ngang, dọc), đa số quảng cáo trên phương tiện băng rôn đều treo trên cột đèn chiếu sáng công cộng, nhưng các cột đèn chiếu sáng này đều kết hợp với truyền tải điện vì vậy rất khó xác định địa điểm để cho phép thực hiện phương tiện quảng cáo này, đề nghị nghiên cứu ban hành quy định cho phù hợp.	Tỉnh Quảng Ngãi	Tiếp thu
	- Tại điểm c khoản 3 Điều 31 Luật Quảng cáo có quy định về hồ sơ đề nghị cấp giấy phép xây dựng công trình quảng cáo, trong đó yêu cầu cung cấp văn bản thông báo kết quả trúng thầu đối với trường hợp địa điểm quảng cáo trong quy hoạch phải tổ chức đấu thầu; đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có văn bản hướng dẫn hoặc ban hành quy định cụ thể việc đấu thầu hay đấu giá đối với các vị trí đất công thuộc sự quản lý của Nhà nước để thuận lợi cho địa phương triển khai thực hiện.	Tỉnh Quảng Ngãi	Tiếp thu, sửa tại nội dung trách nhiệm của chính quyền địa phương