BÁO CÁO TỔNG HỢP

THỦ TỤC HÀNH CHÍNH TRONG LĨNH VỰC QUẢNG CÁO

Hà Nội, 30 tháng 07 năm 2010

Báo cáo được thực hiện bởi liên danh Economica và NHQuang & Associates. Chúng tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp để hoàn thiện hơn nội dung trong báo cáo này. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về: quang@nhquang.com và binh.le@economica.vn

I. PHÂN TÍCH TỔNG QUAN

Trước sự phát triển của nền kinh tế thị trường, quảng cáo ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển sản xuất kinh doanh, đem lại nguồn lợi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh và nâng cao quyền lợi của người tiêu dùng, đặc biệt là tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam. Hoạt động quảng cáo còn là một nhân tố tích cực kích thích các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế nâng cao chất lượng hàng hóa, dịch vụ cung cấp ra thị trường, bảo đảm tính cạnh tranh lành mạnh trong các hoạt động kinh tế.

Nhìn từ góc độ kinh doanh, quảng cáo còn là một công cụ marketing hữu hiệu để các tổ chức, cá nhân kinh doanh công bố với thị trường các đặc trưng hàng hóa, dịch vụ của mình sản xuất, cung ứng so với các hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh khác.

Đối với người tiêu dùng, thông qua các hình thức quảng cáo hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp, người tiêu dùng có thể tiết kiệm được thời gian để tìm kiếm, lựa chọn cho mình một sản phẩm mong muốn thông qua sự giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp trên các phương tiện quảng cáo.

Các quy định pháp luật về quảng cáo có mục đích làm hoạt động quảng cáo được phát triển và giảm bớt những quảng cáo không phù hợp với văn hóa, quy hoạch phát triển. Do đó, pháp luật về quảng cáo đã đặt ra nhiều thủ tục cấp phép đối với hoạt động quảng cáo, bao gồm quảng cáo trên các phương tiện như: mạng thông tin máy tính, bảng, biển, pa-nô, băng-rôn, màn hình đặt nơi công cộng, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, phương tiện giao thông, vật thể di động khác[1].

Qua chín (09) năm thực hiện quản lý nhà nước thông qua hình thức cấp giấy phép thực hiện quảng cáo (tính từ thời điểm Pháp lệnh Quảng cáo năm 2001 có hiệu lực), Nghiên cứu này nhận thấy còn có nhiều vấn đề đáng quan tâm và cần phải cải thiện của thủ tục cấp phép trong hoạt động quảng cáo để hoạt động quảng cáo phát triển phù hợp với mục tiêu mà Nhà nước cần hướng tới.

Trong quá trình nghiên cứu về thủ tục hành chính và cơ chế cấp phép trong hoạt động quảng cáo, Nhóm Rà soát với vai trò là những người nghiên cứu độc lập, chủ yếu tập trung xem xét thủ tục và cơ chế cấp phép dưới các tiêu chí sau:

- Sự thông thoáng, minh bạch, thuận tiện của thủ tục và cơ chế cấp phép khi áp dụng đối với doanh nghiệp thực hiện các hoạt động quảng cáo; và

- Bảo đảm lợi ích của nhà nước và cộng đồng từ hoạt động quảng cáo.

Các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo được rà soát:

Theo kế hoạch của Tổ Công tác Chuyên trách Cải cách Thủ tục hành chính của Thủ tướng Chính phủ, kế hoạch rà soát các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo lần này được Nhóm Rà soát Thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo thực hiện rà soát gồm:

[1] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 15

1. Cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-no đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường;

2. Cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường;

3. Cấp Giấy phép ra Phụ trương quảng cáo của báo chí;

4. Cấp Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo;

5. Thủ tục gia hạn Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường;

6. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế (Bao gồm: vắc xin, sinh phẩm y tế; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế; thực phẩm, phụ gia thực phẩm (do các cơ quan của Bộ Y tế cấp Giấy tiếp nhận));

7. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa nô đối với hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế (Bao gồm: dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh; trang thiết bị y tế; mỹ phẩm; thực phẩm, phụ gia thực phẩm (do Sở Y tế cấp giấy tiếp nhận);

8. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế. Bao gồm: dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh; trang thiết bị y tế; mỹ phẩm; thực phẩm, phụ gia thực phẩm (do Sở Y tế cấp giấy tiếp nhận);

9. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế (Bao gồm: vắc xin, sinh phẩm y tế; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế (do các cơ quan của Bộ Y tế cấp Giấy tiếp nhận);

10. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn;

11. Cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Nhóm Rà soát được chia thành hai (02) tổ: một tổ do IFC và CIEM phụ trách rà soát các thủ tục hành chính từ 1 -5; và một tổ do Phòng Thương Mại Hoa Kỳ (AMCHAM) phụ trách rà soát các thủ tục hành chính còn lại.

Các văn bản pháp luật đã tham chiếu trong quá trình rà soát:

Nhóm Rà soát đã nghiên cứu rất nhiều văn bản pháp luật của Việt Nam và nước ngoài trong quá trình rà soát, trong đó điển hình những văn bản pháp luật của Việt Nam có liên quan trực tiếp đến thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo như sau:

1. Luật Báo chí năm 1990 được sửa đổi, bổ sung bởi Luật Báo chí năm 1999 *("Luật Báo chí")*;

2. Luật Xuất bản số 30/2004/QH11 ngày 03/12/2004 của Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam đã được sửa đổi, bổ sung bởi Luật Xuất bản số 12/2008/QH12 ngày 03/06/2008 của Quốc hội *("Luật Xuất bản")*;

3. Pháp lệnh số 39/2001/PL-UBTVQH10 ngày 16/11/2001 của Ủy ban Thường vụ Quốc Hội về quảng cáo *("Pháp lệnh Quảng cáo")*;

4. Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo *("Nghị định 24")*;

5. Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/07/2003 của Bộ Văn hóa Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo *("Thông tư 43")*;

6. Thông tư số 79/2005/TT-BVHTT ngày 08/12/2005 của Bộ Văn hóa Thông tin sửa đổi, bổ sung một số quy định của Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/07/2003 của Bộ Văn hóa Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo *("Thông tư 79")*;

7. Thông tư Liên tịch số 06/2007/TTLT-BVHTT-BYT-NN-BXD ngày 28/02/2007 của Bộ Văn hóa Thông tin - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn - Bộ Xây dựng hướng dẫn thủ tục cấp giấy phép thực hiện quảng cáo một cửa liên thông *("Thông tư 06")*;

8. Thông tư số 154/2009/TT-BTC ngày 30/07/2009 của Bộ Tài chính quy định chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng lệ phí cấp giấy phép thực hiện quảng cáo *("Thông tư 154")*;

9. Thông tư số 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT ngày 18/12/2008 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch - Bộ Thông tin và Truyền thông hướng dẫn về cấp phép, đăng ký, thực hiện quảng cáo trên báo chí, mạng thông tin máy tính, xuất bản phẩm và công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm *("Thông tư 85")*;

10. Thông tư số 13/2009/TT-BYT ngày 01/09/2009 của Bộ Y tế hướng dẫn hoạt động thông tin quảng cáo thuốc *("Thông tư 13")*;

11. Thông tư Liên tịch số 01/2004/TTLT/BVHTT-BYT ngày 12/01/2004 của Bộ Văn hóa - Thông tin, Bộ Y tế hướng dẫn về hoạt động quảng cáo trong lĩnh vực y tế *("Thông tư 01")*

12. Các văn bản pháp luật khác có liên quan.

II. PHƯƠNG PHÁP LUẬN CHO QUÁ TRÌNH RÀ SOÁT

Trong quá trình tiến hành rà soát các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo, Nhóm Rà soát đã sử dụng phương pháp: nghiên cứu tài liệu liên quan đến từng thủ tục rà soát và nghiên cứu thực tiễn tiến hành thủ tục hành chính thông qua phỏng vấn sâu.

1. Nghiên cứu tài liệu

Để đảm bảo mục tiêu của công việc rà soát, trước hết chúng tôi tiến hành nghiên cứu toàn bộ nội dung các văn bản pháp luật hiện hành liên quan đến từng thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo như đã nêu ở trên. Ngoài ra, chúng tôi tiến hành tìm hiểu các báo cáo nghiên cứu liên quan đến lĩnh vực quảng cáo, cải cách hành chính, website của các cơ quan hành chính địa phương và từ các bài báo chuyên ngành. Với mục tiêu đưa ra những phân tích, so sánh đối chiếu với kinh nghiệm, thực tiễn của pháp luật nước ngoài, chúng tôi nghiên cứu pháp luật quảng cáo của một số nước, đặc biệt liên quan đến thủ tục cấp giấy phép trong lĩnh vực quảng cáo.

2. Nghiên cứu thực tiễn

Chúng tôi cũng đã tiến hành nghiên cứu thực tế thực hiện các thủ tục tại một số địa phương nhằm đánh giá thực chất về tính cần thiết, tính hợp lí và tính hợp pháp của các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo. Các công việc mà chúng tôi đã tiến hành:

a. Phỏng vấn trực tiếp 12 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo, doanh nghiệp trực tiếp thực hiện quảng cáo và đã từng thực hiện các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo;

b. Tổ chức hai (02) cuộc thảo luận nhóm với Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam có sự tham gia của hơn 30 doanh nghiệp quảng cáo ở cả Miền Nam và Miền Bắc,

c. Gửi biểu mẫu 3 cho Hiệp hội Quảng cáo và một số doanh nghiệp quảng cáo, các doanh nghiệp có hoạt động quảng cáo, các luật sư tư vấn trong lĩnh vực quảng cáo và truyền thông đóng góp ý kiến.

d. Tham vấn một số cán bộ thuộc một sở văn hóa địa phương và Bộ Văn hóa Thông tin...

Tổng hợp kinh nghiệm từ thực tế công tác của chúng tôi, dưới góc độ là những luật sư hành nghề tư vấn có liên quan đến hoạt động quảng cáo, phát triển thương hiệu.

Với mong muốn đơn giản thủ tục hành chính cho các tổ chức, cá nhân nhưng vẫn đảm bảo mục tiêu quản lý nhà nước mà các thủ tục hành chính hướng tới trong lĩnh vực quảng cáo, trên cơ sở nghiên cứu tổng thể tài liệu và thực tế thực hiện thủ tục hành chính, chúng tôi đã thu được kết quả rà soát cụ thể như sau:

III. TÍNH CẦN THIẾT CỦA CÁC THỦ TỤC HÀNH CHÍNH TRONG LĨNH VỰC QUẢNG CÁO

1. Mục tiêu của thủ tục hành chính:

Để xác định được các thủ tục hành chính này có cần thiết hay không đòi hỏi phải nghiên cứu về mục tiêu của các thủ tục hành chính. Nhóm Rà soát nhận thấy rằng đối với hoạt động quảng cáo, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, của tổ chức, cá nhân trong hoạt động quảng cáo, góp phần phát triển kinh tế xã hội, Nhà nước đã đặt ra thủ tục cấp phép trong lĩnh vực này nhằm phục vụ cho công tác quản lý của cơ quan quản lý nhà nước. Thủ tục hành chính này để nhằm đạt được các mục tiêu sau:

i. Bảo đảm quyền cho tổ chức, cá nhân được trực tiếp quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ của mình[2].

ii. Tạo điều kiện để người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo nâng cao chất lượng quảng cáo[3].

iii. Bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo và người tiêu dùng[4].

iv. Quản lý việc quảng cáo để không làm ảnh hưởng xấu đến mỹ quan đô thị, cảnh quan, môi trường và trật tự an toàn giao thông[5];

v. Quản lý việc xây dựng các bảng, biển, pano theo các quy định pháp luật về xây dựng công trình và tiếp tục quản lý các bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông tiếp tục tồn tại sau khi hết thời hạn của giấy phép quảng cáo đã được cấp lần đầu.

vi. Giám sát quảng cáo hàng hoá chưa được phép lưu thông; dịch vụ chưa được phép thực hiện tại thời điểm quảng cáo[6];

vii. Quản lý hoạt động cấp phép quảng cáo hàng hoá, dịch vụ mà pháp luật cấm kinh doanh hoặc cấm quảng cáo[7];

viii. Ngăn ngừa các hình thức quảng cáo trái với truyền thống lịch sử, văn hoá, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc Việt Nam[8];

ix. Chống các nội dung quảng cáo gian dối[9];

x. Quản lý thực hiện quảng cáo theo các quy định pháp luật chuyên ngành;

xi. Chống các hành vi lợi dụng báo chí để tuyên truyền, tư tưởng phản động[10].

---

[2] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 2
[3] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 3
[4] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 3
[5] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 5
[6] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 5
[7] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 5
[8] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 5
[9] Pháp lệnh Quảng cáo, Điều 5
[10] Luật Xuất bản năm 2004 được sửa đổi, bổ sung năm 2008

2. Thực trạng áp dụng thủ tục hành chính:

Qua nghiên cứu thực tế áp dụng các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo, Nhóm Rà soát cho rằng 11 thủ tục hành chính nêu trên chưa thực sự đáp ứng được các mục tiêu quản lý nhà nước đã được đề cập ở trên, như sau:

i. Hạn chế quyền tự do kinh doanh

Người dân được quyền tự do kinh doanh trong những lĩnh vực, ngành nghề mà pháp luật không cấm[11]. Pháp luật không cấm hoạt động quảng cáo mà chỉ đặt ra những quy định về thủ tục đăng ký và một số yêu cầu về quảng cáo. Tuy nhiên, hoạt động quảng cáo sẽ thành công nếu thỏa mãn được một số yếu tố như: thời gian, thời điểm, địa điểm, chất lượng sản phẩm, công năng… Việc đặt ra thủ tục hành chính về cấp giấy phép quảng cáo sẽ hạn chế cơ hội thành công của doanh nghiệp khi thực hiện tiếp cận thị trường của sản phẩm và như vậy đã trực tiếp hạn chế quyền quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ của mình[12].

Để có thể bảo đảm được quyền tự do kinh doanh, Nhà nước nên bãi bỏ hoặc đơn giản hóa các thủ tục hành chính liên quan trực tiếp tới các quyền kinh doanh.

ii. Nâng cao chất lượng quảng cáo

Thủ tục cấp phép quảng cáo có thể tác động đến chất lượng của quảng cáo thông qua việc góp ý của người có thẩm quyền về nội dung quảng cáo, hình thức quảng cáo, vật liệu, kích cỡ…Tuy nhiên, cách làm này hoàn toàn phụ thuộc vào ý chí chủ quan của người có thẩm quyền và chất lượng góp ý. Các doanh nghiệp quảng cáo phản ánh rằng những ý kiến đóng góp không có chất lượng và phần lớn các đơn kèm mẫu quảng cáo không được đóng góp ý kiến. Dẫn đến chất lượng quảng cáo thông qua thủ tục cấp giấy phép là không cao[13].

Để nâng cao chất lượng quảng cáo thì cần phải ban hành những tiêu chí, tiêu chuẩn khách quan, chuyên ngành quảng cáo để các doanh nghiệp buộc phải tuân thủ. Những tiêu chuẩn, tiêu chí này phải cụ thể và đòi hỏi ở mức độ cao để có thể nâng cao chất lượng quảng cáo.

iii. Bảo vệ quyền và lợi ích của người quảng cáo, người sản xuất, người cung ứng dịch vụ và người tiêu dùng

Giấy phép quảng cáo có thể hạn chế được việc quảng cáo chồng lấn giữa các bảng, biển, pa-nô gây lãng phí, mất mỹ quan hoặc các hành vi cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp quảng cáo. Tuy nhiên, những vấn đề này cũng

[11] Hiến pháp 1992, Điều 57; Luật Doanh nghiệp, Điều 7.
[12] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội và tại cuộc thảo luận về góp ý dự thảo Luật Quảng Cáo năm 2007.
[13] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội và tại cuộc thảo luận về góp ý dự thảo Luật Quảng Cáo năm 2007.

có thể được giải quyết bằng những biện pháp khác như xây dựng các tiêu chuẩn, tiêu chí trong lĩnh vực quảng cáo và/hoặc công tác hậu kiểm[14].

Giấy phép trong lĩnh vực quảng cáo không phải là một giấy bảo đảm hay chứng nhận về chất lượng sản phẩm. Trên thực tế, nếu doanh nghiệp quảng cáo các sản phẩm không đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng thì sẽ bị người tiêu dùng loại bỏ. Đây là vấn đề của thị trường điều tiết mà không nên sử dụng các công cụ hành chính để điều tiết[15].

iv. Ngăn ngừa mất mỹ quan đô thị, cảnh quan môi trường và an toàn giao thông

Thủ tục hành chính phần nào đáp ứng được việc gây mất mỹ quan đô thị, cảnh quan môi trường của các bảng, biển, pa-nô, băng-rôn, vật phát quang, phương tiện giao thông, vật thể trên không, dưới nước quảng cáo[16]. Đặc biệt, thủ tục cấp phép sẽ điều tiết được các vật thể quảng cáo không được treo chồng lấn, loại trừ lẫn nhau.

Nhưng thực trạng về gây mất mỹ quan đô thị, cảnh quan môi trường hiện vẫn xảy ra phổ biến cho dù giấy phép trong lĩnh vực quảng cáo đang tồn tại. Lý do của việc mất mỹ quan chủ yếu là do nhiều đô thị chưa có quy hoạch quảng cáo hoặc quy hoạch xây dựng tổng thể. Đồng thời, Việt Nam chưa có tiêu chuẩn quảng cáo ngoài trời nên dẫn đến tình trạng quảng cáo ngoài trời bị lộn xộn… Thậm chí có ý kiến cho rằng có đến 90% các quảng cáo trên đường phố bằng các phương tiện khác nhau là không có giấy phép[17]. Như vậy, thủ tục hành chính về cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo không phát huy được vai trò của mình.

Nhiều vật thể quảng cáo hiện nay được lắp đặt không bảo đảm các tiêu chuẩn an toàn giao thông vì công tác hậu kiểm trong lĩnh vực này hiện nay còn chồng chéo và không rõ ràng về thẩm quyền[18].

Để có thể giải quyết những hạn chế từ thực tiễn nêu trên, cần ban hành các quy định pháp luật về tiêu chuẩn và tiêu chí quảng cáo liên quan đến việc lắp đặt vật thể quảng cáo, tiêu chuẩn về kích cỡ, tiêu chuẩn về thời gian sử dụng của vật thể quảng cáo…

v. Quảng cáo đối với những ngành nghề, hàng hóa bị cấm kinh doanh

---

[14] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

[15] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

[16] Tổng hợp ý kiến của đại diện các Sở Văn hóa-Thông tin-Du lịch, các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về Dự thảo Luật Quảng cáo 2007; Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

[17] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

[18] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

Các quy định pháp luật hiện nay cho phép doanh nghiệp được kinh doanh những hàng hóa, dịch vụ mà pháp luật không cấm. Những hàng hóa, dịch vụ kinh doanh mà pháp luật cấm thì việc quảng cáo chúng sẽ là vi phạm pháp luật. Trong trường hợp này, người tiến hành quảng cáo sẽ bị áp dụng các biện pháp chế tài và vật thể quảng cáo sẽ bị loại bỏ. Cơ quan thanh tra chuyên ngành hoặc cơ quan công an có trách nhiệm xử lý các hành vi vi phạm pháp luật này.

vi. Hạn chế vi phạm về truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức và thuần phong mỹ tục

Quy định này mang nặng tính nhận định chủ quan của người cấp phép mà không hạn chế được vi phạm nếu không có những tiêu chí về quảng cáo rõ ràng. Các doanh nghiệp phản ánh rằng hiện nay cơ quan cấp phép rất tùy tiện áp dụng quy định này gấy nên sự mất ổn định và không thống nhất trong việc áp dụng pháp luật. Có nội dung quảng cáo được tỉnh này cấp phép nhưng tỉnh khác từ chối. Điều này đòi hỏi phải có các tiêu chí để cơ quan có thẩm quyền làm căn cứ xem xét cấp giấy phép[19].

vii. Chống các nội dung quảng cáo gian dối

Giấy phép trong lĩnh vực quảng cáo không phải là một giấy chứng nhận rằng quảng cáo đó là không gian dối. Cơ quan cấp phép không thể chứng nhận được sản phẩm, dịch vụ được quảng cáo là đúng với các thông tin được quảng cáo và phù hợp tiêu chuẩn của Việt Nam. Ngoài ra, việc quảng cáo gian dối là một hành vi trái pháp luật nên người quảng cáo sẽ bị xử lý theo quy định của pháp luật hoặc phải bồi thường trách nhiệm dân sự.

viii. Tuân thủ các quy định pháp luật chuyên ngành

Việc cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo còn nhằm bảo đảm các sản phẩm, dịch vụ thuộc những ngành đặc thù như y tế, nông nghiệp, lâm nghiệp và phát triển nông thôn được thông tin đến người tiêu dùng đúng theo các quy định chuyên ngành. Xét về lý thuyết và thực tế, các sản phẩm hoặc dịch vụ được pháp luật chuyên ngành điều chỉnh thường là những loại sản phẩm, dịch vụ có tác động trực tiếp tới sức khỏe, thân thể và tinh thần của con người. Những sản phẩm, dịch vụ này cần được quản lý chặt chẽ.

Tuy nhiên, cơ chế cấp phép hiện tại đã cho phép các sản phẩm thuộc lĩnh vực y tế thì chỉ cần doanh nghiệp quảng cáo có bản cam kết tuân thủ đúng các tiêu chuẩn chuyên ngành. Sở Y tế hoặc Bộ Y tế chỉ cần cấp giấy tiếp nhận hồ sơ quảng cáo từ doanh nghiệp mà không cần phải trải qua một thủ tục thẩm định và cấp phép rườm ra như trước kia. Các doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ quảng cáo có trách nhiệm thực hiện đúng các tiêu chuẩn, tiêu chí của ngành y tế đặt ra.

Cơ chế này gợi mở khả năng có một cơ chế thống nhất trong lĩnh vực quảng cáo đó là Nhà nước đặt ra các tiêu chuẩn, tiêu chí kỹ thuật quảng cáo và doanh nghiệp buộc phải tuân thủ. Nhà nước không cần thiết phải thiết lập cơ chế cấp

[19] Tổng hợp ý kiến của các doanh nghiệp trong Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

phép vì thực tế cơ quan cấp phép (Sở Văn hóa-Thông tin-Du lịch) không thể nào nắm bắt được các quy định chuyên môn của các ngành y tế, nông nghiệp, lâm nghiệp và phát triển nông thôn.

ix. *Chống các hành vi lợi dụng báo chí để tuyên truyền tư tưởng phản động*

Cấp giấy phép ra phụ trương quảng cáo không hề liên quan đến việc hạn chế được các hành vi lợi dụng báo chi để tuyên truyền tư tưởng phản động bởi lẽ, nội dung quảng cáo trên phụ trương quảng cáo hoàn toàn do Tổng Biên Tập của tờ báo chính chịu trách nhiệm. Các Tổng biên tập các tờ báo thường là những người do cơ quan trung ương Đảng hoặc Chính phủ cử ra để phụ trách tờ báo. Các Tổng biên tập và bộ phận biên tập của tờ báo phải chịu trách nhiệm về nội dung của mỗi thông tin được phát hành trên tờ báo. Do đó, thủ tục cấp phép ra phụ trương tờ báo không hạn chế trực tiếp được hành vi lợi dụng tờ báo để tuyên truyền tư tưởng phản động.

Ngoài ra, tuyên truyền tư tưởng phản động là một hành vi trái pháp luật và có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự. Do đó, không cần thiết phải có một thủ tục hành chính nhằm hạn chế hành vi vi phạm pháp luật mà thủ tục này lại có thể tác động trực tiếp tới quyền tự do kinh doanh, hoạt động của doanh nghiệp..

3. Tiểu kết và đề xuất:

Qua phân tích về tính cần thiết của các thủ tục hành có thể thấy rằng, các thủ tục hành chính nên trên chưa thật sự cần thiết và chưa đáp ứng được mục tiêu mong muốn của Nhà nước. Thông qua phương pháp rà soát và nghiên cứu các thủ tục hành chính trong hoạt động quảng cáo, Nhóm Rà soát đề nghị bãi bỏ hẳn 11 thủ tục hành chính về cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo nêu trên và thay vào đó là những công việc sau:

- Xây dựng các tiêu chuẩn quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn;

- Yêu cầu Người quảng cáo có trách nhiệm thông báo và cam kết về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của bảng, biển, pa-nô băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn;

- Quy định trách nhiệm của các Tổng Biên Tập, các biên tập viên về t nội dung và hình thức của Phụ trương quảng cáo để bảo đảm không có tình trạng bất kỳ một ấn phẩm phụ trương nào có nội dung tuyên truyền, kích động…

a. Xây dựng các tiêu chuẩn quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, vật thể di động khác đối với hàng hoá, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

- ***Đối với nội dung quảng cáo:*** Tất cả thủ tục hành chính nêu trên đều nhằm mục tiêu xem xét về nội dung quảng cáo có phù hợp với các quy định của pháp luật không? Nhưng hiện nay chưa có các quy định về tiêu chuẩn đối với nội dung quảng cáo như: tiêu chuẩn về màu sắc, tiêu chuẩn về hình ảnh, tiêu chuẩn về nội dung quảng cáo dành cho trẻ em, tiêu chuẩn về nội dung quảng cáo dành cho người lớn, tiêu chuẩn về quảng cáo các sản phẩm, dịch vụ chuyên ngành như y tế, thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật, quy định về dỡ bỏ nội dung quảng cáo khi sản phẩm, dịch vụ bị cấm lưu hành… Như vậy, cơ quan cấp phép hiện nay cũng không dựa vào các tiêu chí rõ ràng để cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo.

  Thực tế nếu đã có tiêu chuẩn quảng cáo được xây dựng một cách cụ thể, rõ ràng thì tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo chỉ tuân thủ đúng tiêu chuẩn này mà không cần phải xin phép của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL). Để doanh nghiệp nghiêm chỉnh thực hiện các tiêu chuẩn này, pháp luật nên đưa ra các quy định về chế tài áp dụng đối với những doanh nghiệp không thực hiện theo tiêu chuẩn. Thực tế, khi doanh nghiệp tiến hành quảng cáo, doanh nghiệp thường mong muốn có hình ảnh tốt của sản phẩm, dịch vụ đến người tiêu dùng. Bởi vậy, doanh nghiệp mong muốn thực hiện đúng quy định của pháp luật hơn là làm sai để có thể bị hoan ố hình ảnh của sản phẩm và/hoặc dịch vụ.

- ***Đối với phương tiện quảng cáo:*** nên quy định tiêu chuẩn những bảng, biển, pa-nô KHÔNG CẦN phải xin giấy phép xây dựng công trình và những bảng, biển, pa-nô CẦN PHẢI xin giấy phép xây dựng công trình.

  Ví dụ như tiêu chuẩn này cần quy định:
  - Những loại bảng, biển, pano quảng cáo được xây dựng trên cơ sở là công trình xây dựng độc lập trên đất khuôn viên được phép xây dựng và/hoặc có độ lớn nhất định (ví dụ từ 40m^2 trở lên) thì phải tuân thủ các quy định pháp luật về xây dựng công trình.
  - Đối với bảng, biển, pano quảng cáo gắn liền với một công trình xây dựng đang có sẵn thì không phải xin giấy phép xây dựng nhưng phải đáp ứng các tiêu chuẩn về độ an toàn khi gắn kết (ví dụ phương tiện quảng cáo gắn trên tường nhà, mái nhà, ban công…).
  - Thời hạn của giấy phép công trình xây dựng nên phụ thuộc vào thời hạn của hợp đồng sử dụng đất mà doanh nghiệp quảng cáo ký với chủ sử dụng đất.
  - Thời hạn quảng cáo trên phương tiện giao thông nên phụ thuộc vào thời hạn lưu hành của phương tiện giao thông.

- Nếu trong quá trình thực hiện quảng cáo, doanh nghiệp vi phạm các quy định pháp luật về quảng cáo và sai với nội dung của Giấy phép thực hiện quảng cáo đã cấp thì các cơ quan chuyên ngành có thể sẽ

xử lý vi phạm và thu hồi Giấy phép quảng cáo. Quy định này tăng cường biện pháp quản lý nhà nước theo cơ chế "hậu kiểm".

- Để bảo đảm tính hiệu quả, minh bạch và công bằng trong công tác "hậu kiểm" của cơ quan nhà nước đối với các phương tiện quảng cáo, đội ngũ thanh tra, giám định viên văn hóa của Sở Văn hóa Thể thao Du lịch (VHTTDL) và Sở Thông tin-Truyền thông (TTTT) cần được củng cố về đội ngũ và chuyên môn. Thêm vào đó, để tránh những kết luật về nội dung quảng cáo theo cảm tính chủ quan trong quá trình thanh tra hoặc giám định vật phẩm văn hóa, các cơ quan nhà nước nên thành lập Hội đồng Thẩm định nội dung quảng cáo, có thể bao gồm các thành phần Sở VHTTDL, Sở Thông tin-Truyền thông (TTTT), Sở Công Thương, Ban Tuyên giáo, Hội nghề nghiệp (quảng cáo, báo chí...)…v..v.. Hoặc là một Hội đồng thẩm định duy nhất của quốc gia có trách nhiệm đánh giá các nội dung quảng cáo trên khắp cả nước với sự tham gia của các Bộ VHTTDL, Bộ TTTT, Bộ Công Thương, Ban Tuyên giáo TW, Hiệp hội Quảng Cáo Việt Nam, Hiệp hội Người Tiêu dùng, Hội Mỹ thuật Việt Nam…

b. Quy định về trách nhiệm thông báo và cam kết về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của người xin quảng cáo

Để có được căn cứ về cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn quảng cáo, Người quảng cáo trách nhiệm thông báo và cam kết về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của bảng, biển, pa-nô quảng cáo. Việc cam kết này không nhằm mục tiêu phê duyệt (cấp phép) của cơ quan nhà nước. Mục tiêu của bản cam kết chính là cơ hội để doanh nghiệp có thông báo (giải trình) tới cơ quan nhà nước có quyền về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của bảng, biển, pa-nô quảng cáo có phù hợp với các tiêu chuẩn hay không.

Bản cam kết còn là cơ sở cho cơ quan thanh tra khi tiến hành thanh tra phương tiện quảng cáo sẽ xác định được giữa cam kết và thực tế của phương tiện quảng cáo. Đây sẽ là văn bản để xác định trách nhiệm dân sự nếu đơn vị quảng cáo thực hiện sai luật, sai với tiêu chuẩn quảng cáo.

Hình thức này tương tự như thủ tục xin được quảng cáo hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế (Bao gồm: vắc xin, sinh phẩm y tế; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế; thực phẩm, phụ gia thực phẩm (do các cơ quan của Bộ Y tế cấp Giấy tiếp nhận) mà người nộp đơn thực hiện với Bộ Y tế hoặc Sở Y tế địa phương.

IV. TÍNH HỢP LÍ CỦA CÁC THỦ TỤC HÀNH CHÍNH

1. Về trình tự, cách thức thực hiện thủ tục hành chính

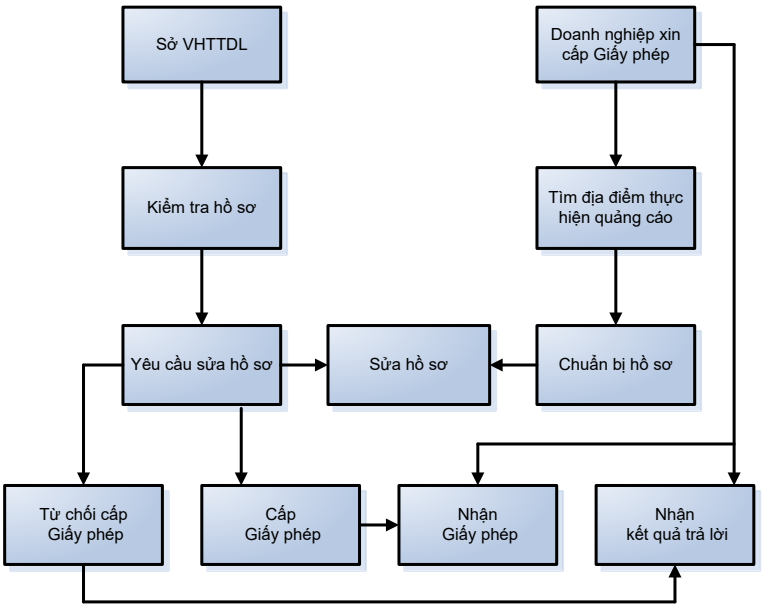
Nhìn chung, quy trình thủ tục hành chính liên quan đến cấp 10 loại giấy phép và 01 thủ tục trong lĩnh vực quảng cáo nêu trên chưa được rõ ràng và thống nhất giữa các địa

phương. Bên cạnh đó, quy định pháp luật về các thủ tục cũng thể hiện sự rườm rà và phức tạp. Để minh họa rõ hơn, dưới đây là sơ đồ thủ tục hành chính theo quy định pháp luật liên quan đến việc cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông, băng-rôn, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước và giấy phép ra phụ trương và sửa đổi, bổ sung giấy phép ra phụ trương quảng cáo trong hoạt động báo chí.:

1.1. Quy trình thủ tục cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

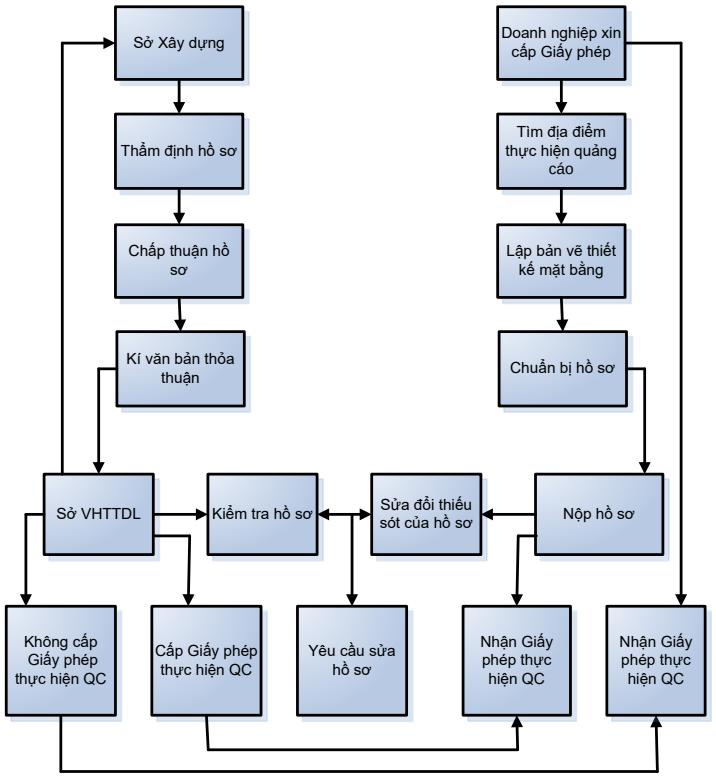
- Đối với bảng, biển, pa-nô có diện tích dưới 40m^2, quy trình thủ tục cấp phép được minh họa ở sơ đồ sau (Hình 1):

Hình 1



- Đối với bảng, biển, pa-nô có diện tích trên 40m^2, quy trình thủ tục cấp phép được minh họa ở sơ đồ sau:

Hình 2:



Đối với những bảng, biển quảng cáo phải xin ý kiến của Sở Xây dựng thì nhiều trường hợp, Sở Xây dựng đã kí thỏa thuận cho doanh nghiệp được thực hiện quảng cáo, nhưng địa phương (chẳng hạn cấp quận, huyện) chưa cho phép thi công đặt biển quảng cáo thì doanh nghiệp cũng không thể thực hiện được. Trong trường hợp phải thi công đặt biển quảng cáo trên trên hè, đường, doanh nghiệp còn phải xin giấy phép đào hè đường của cơ quan địa chính quận, huyện. Liên quan đến quảng cáo trên giải phân cách hoặc trên hè phố, doanh nghiệp phải xin ý kiến của Sở Giao thông Vận tải (GTVT). Sở GTVT lập biên bản xác nhận vị trí và phê duyệt Báo cáo thẩm tra phương án thực hiện quảng cáo thì doanh nghiệp mới được thi công treo biển quảng cáo (đối với tấm lớn).

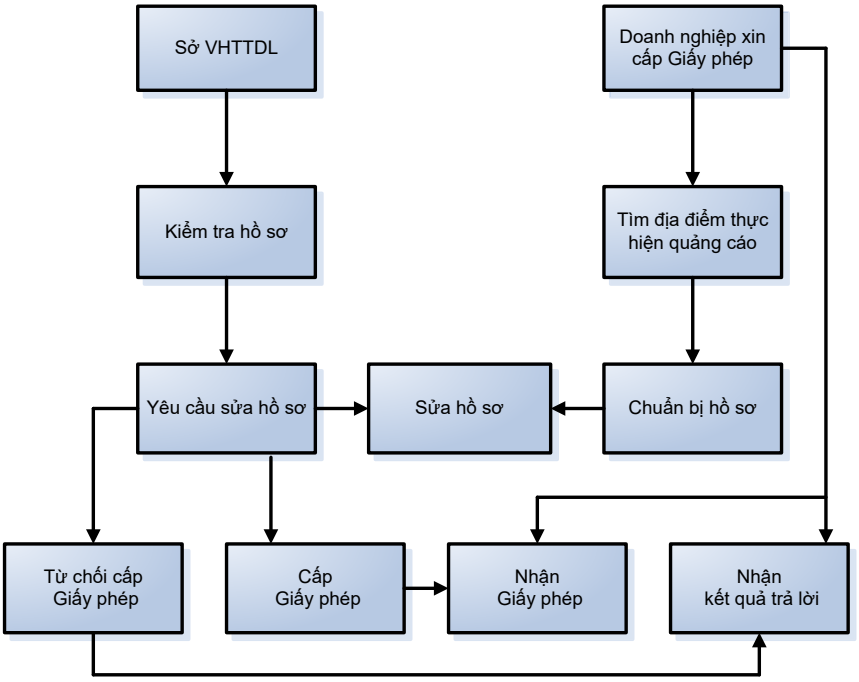
Đối với một số địa phương tại khu vực phía Bắc, sau khi có giấy phép thực hiện quảng cáo, doanh nghiệp vẫn chưa thể thi công treo biển được vì Sở Tài nguyên và Môi trường yêu cầu doanh nghiệp phải thực hiện thủ tục chuyển quyền sử dụng đất, doanh nghiệp phải đứng tên trên đất thì mới được phép thi công lắp đặt biển quảng cáo[20].

Do đó, các quy trình nêu trên có một số biến đổi khi thủ tục cấp giấy phép quảng cáo được hiện trên thực tế.

1.2. Quy trình thủ tục cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

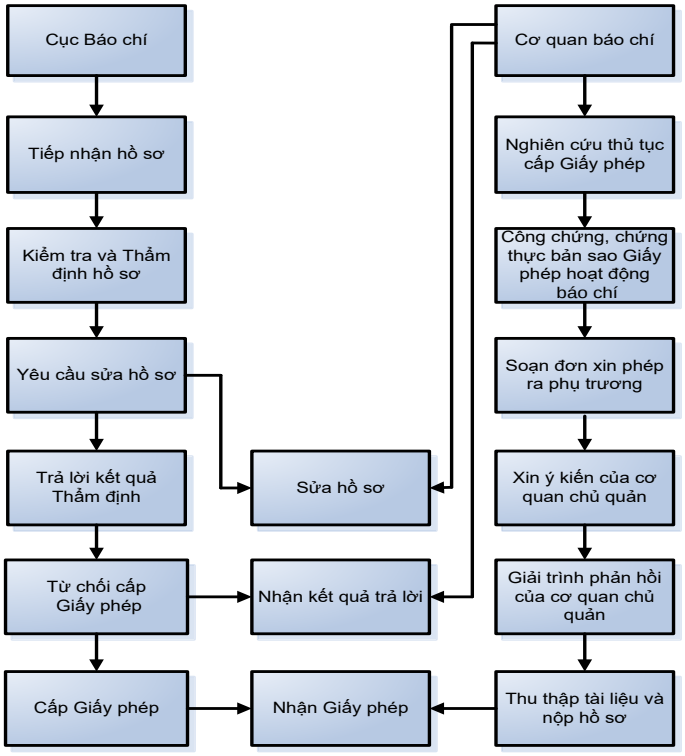
[20] Ý kiến của một số doanh nghiệp tại Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội

Hình 3



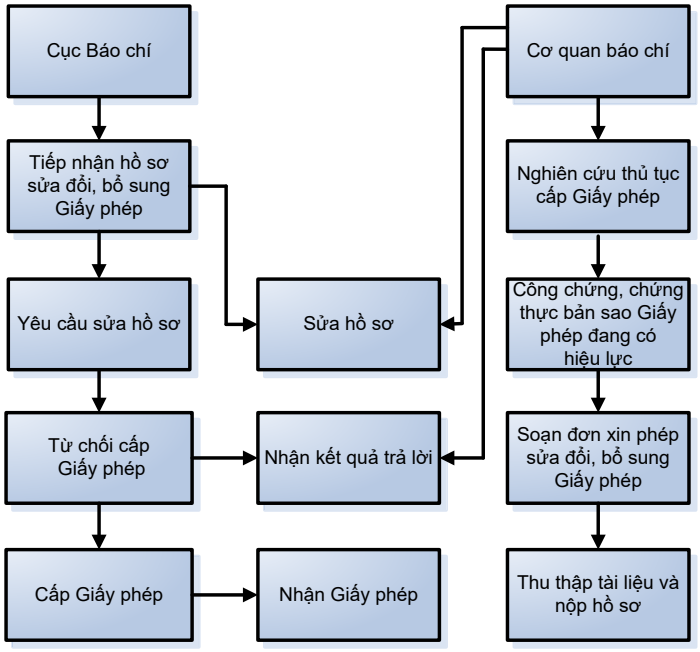
1.3. Quy trình thủ tục cấp Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Hình 4



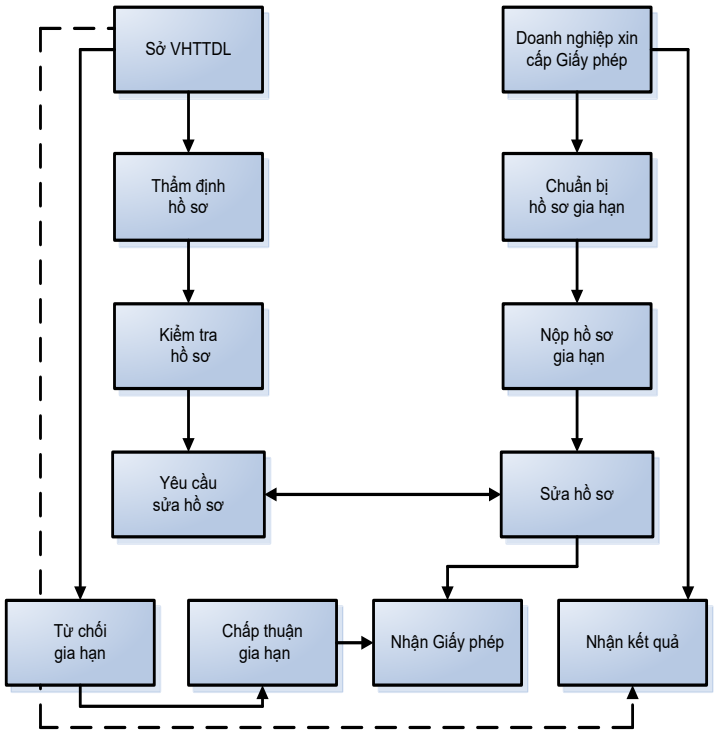
1.4. Quy trình thủ tục cấp Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Hình 5



1.5. Quy trình thủ tục gia hạn Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

Hình 6



1.6. Quy trình thủ tục cấp phép quảng cáo trong lĩnh vực chuyên ngành y tế, nông nghiệp, lâm nghiệp và phát triển nông thôn

Tương tự như đối với thủ tục hành chính liên quan đến việc cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông, băng-rôn, vật phát quang, vật

thể trên không, dưới nước, thủ tục hành chính đối với cấp giấy phép thực hiện quảng quảng trên các phương tiện này trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp, lâm nghiệp và phát triển nông thôn cũng có trình tự thủ tục thực hiện như đã trình bày tại các sơ đồ nêu trên. Chỉ có một vài khác biệt nhỏ mang tính đặc thù như sau:

- Đối với quảng cáo hàng hóa, dịch vụ trong lĩnh vực y tế tùy theo loại hàng hóa, dịch vụ phải có thêm một trong các loại giấy tờ sau:[21]

    - Giấy tiếp nhận hồ sơ quảng cáo liên quan đến vắc xin, sinh phẩm y tế; hóa chất, chế phẩm diệt công trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế…của các cơ quan thuộc Bộ Y tế như: Vụ Điều trị; Vụ Y học cổ truyền; Vụ trang thiết bị và công trình y tế; Cục Y tế dự phòng và phòng chống HIV/AIDS[22];

    - Bản sao Giấy Chứng nhận đủ điều kiện hành nghề do Bộ Y tế hoặc Sở Y tế cấp của các thầy thuốc làm việc tại cơ sở đó đối với quảng cáo về khám chữa bệnh;

    - Bản sao các tài liệu về kỹ thuật (nếu là tài liệu bằng tiếng nước ngoài thì phải được dịch ra tiếng Việt) do nhà sản xuất ban hành đã được cơ quan quản lý trang thiết bị y tế nước sản xuất chấp nhận hoặc cấp phép lưu hành đối với quảng cáo trang thiết bị y tế của các cơ sở sản xuất, kinh doanh thiết bị y tế có vốn đầu tư nước ngoài; thiết bị y tế nhập khẩu, thiết bị y tế của các cơ sở sản xuất, kinh doanh;

    - Bản sao tiêu chuẩn cơ sở và Giấy tiếp nhận hồ sơ công bố tiêu chuẩn chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm của các cơ quan y tế có thẩm quyền đối với quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm;

    - Bản sao Phiếu tiếp nhận bản công bố tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá và Bản công bố tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá đối với quảng cáo mỹ phẩm sản xuất trong nước. Đối với quảng cáo mỹ phẩm nhập khẩu phải có bản sao Giấy phép lưu hành mỹ phẩm và Hồ sơ đăng ký lưu hành mỹ phẩm của các cơ quan y tế có thẩm quyền[23].

- Đối với quảng cáo hàng hóa, dịch vụ trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn phải có thêm một trong các loại giấy tờ sau[24]:

    - Đối với quảng cáo thuốc bảo vệ thực vật, nguyên liệu thuốc bảo vệ thực vật, sinh vật có ích dùng trong bảo vệ thực vật, vật tư bảo vệ thực vật phải có bản sao Giấy chứng nhận đăng ký, hướng dẫn sử dụng và những khuyến cáo đặc biệt.

    - Đối với quảng cáo thuốc thú y phải có bản sao Giấy phép lưu hành sản phẩm và bản tóm tắt đặc tính sản phẩm.

[21] Thông tư 06, Mục II, điểm 1.5 .
[22] Thông tư 06, Mục II, điểm 1.5 và Thông tư 01, Mục II, khoản 1
[23] Thông tư 06, Mục II, điểm 1.5
[24] Thông tư 06, Mục II, điểm 1.6

- Đối với quảng cáo các loại giống cây trồng, giống vật nuôi, cây giống, con giống phải có bản sao Giấy chứng nhận kiểm định giống vật nuôi, giống cây trồng nhập nội.
- Đối với quảng cáo phân bón và sản phẩm sinh học phục vụ trồng trọt; thức ăn chăn nuôi, nguyên liệu dùng chế biến thức ăn chăn nuôi, chế phẩm sinh học phục vụ chăn nuôi phải có bản sao Giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm hoặc văn bản tự công bố chất lượng sản phẩm.

1.7. Nhận xét chung về quy trình của các thủ tục hành chính nêu trên

Với những thủ tục hành chính rườm rà nêu trên đã và đang làm tốn kém về thời gian và chi phí cho những người muốn được thực hiện quảng cáo ở mỗi loại thủ tục. Bởi vậy, cần nghiên cứu theo hướng loại bỏ các thủ tục này nhưng vẫn bảo đảm được mục tiêu quản lý nhà nước.

- Thủ tục yêu cầu phải có giấy tờ chứng minh sự phù hợp của hàng hoá với tiêu chuẩn và kỹ thuật theo quy định của pháp luật về chất lượng hàng hoá là gây phiền hà cho doanh nghiệp. Bởi vì đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường, nếu muốn quảng cáo một nhãn hiệu thì phải có tài liệu chứng minh đã đăng kí bảo hộ nhãn hiệu này tại Cục Sở hữu trí tuệ thì doanh nghiệp mới được phép quảng cáo nhãn hiệu này trên sản phẩm quảng cáo của mình. Nhưng thủ tục đăng ký nhãn hiệu thường mất 12-15 tháng. Hơn nữa, trong kinh doanh, doanh nghiệp cần phải quảng cáo để đưa sản phẩm ra thị trường kịp thời ngay khi sản phẩm được hoàn thiện nên không thể chờ một khoảng thời gian dài như vậy.

- Văn bản thẩm định của cơ quan có thẩm quyền về xây dựng đối với bảng, biển, pa-nô, màn hình treo, đặt, dán, dựng ở ngoài trời mà pháp luật về xây dựng quy định phải thẩm định về kết cấu xây dựng[25] gây cho cho không ít doanh nghiệp phải tốn thời gian và kinh phí để có thể đáp ứng. Ví dụ: doanh nghiệp phải cung cấp: bản sao công chứng hợp đồng thuê đất hoặc Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và tài sản gắn liền với đất; trường hợp công trình quảng cáo gắn với công trình đã có trước thì phải có văn bản thỏa thuận hoặc hợp đồng của chủ đầu tư xây dựng công trình quảng cáo với chủ sở hữu hoặc người được giao quyền quản lý công trình đã có trước; bản vẽ thiết kế thể hiện được vị trí mặt bằng, mặt cắt, mặt đứng điển hình; mặt bằng móng của công trình có chữ kí và đóng dấu của chủ đầu tư xây dựng công trình quảng cáo. Nếu công trình quảng cáo gắn vào công trình đã có trước thì bản vẽ thiết kế phải thể hiện được giải pháp liên kết công trình quảng cáo vào công trình đã có trước[26].

- Quy hoạch quảng cáo ngoài trời của các bảng, biển, pa-nô tại các địa phương không được xây dựng trên những tiêu chí rõ ràng hoặc nhiều địa phương vẫn chưa có quy hoạch về quảng cáo ngoài trời và/hoặc quy hoạch phát triển đô thị dẫn đến doanh nghiệp không biết khu vực nào được phép đặt các phương tiện quảng cáo ngoài trời. Như vậy, việc cấp phép về quảng cáo bảng, biển, pa-nô hiện nay mang nặng cơ chế "xin-cho".

- Tiêu chí thẩm định về "truyền thống lịch sử, văn hoá, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc Việt Nam" hiện nay không rõ ràng như đã bình luận. Dẫn

[25] Thông tư hướng dẫn Pháp lệnh Quảng cáo, Mục III, điểm 3
[26] Thông tư Liên tịch số 06/2007/TTLT-BVHTT-BYT-NN-BXD, Mục II, điểm 1.7

đến mỗi cơ quan nhà nước quản lý về hoạt động quảng cáo có một quan điểm riêng rẽ về "nội dung" này. Có thể có nội dung quảng cáo được phép quảng cáo tại địa phương này nhưng lại không được phép tại địa phương khác. Điều này dẫn đến việc áp dụng pháp luật không thống nhất gây nên bức xúc của doanh nghiệp vào hệ thống pháp luật và cơ quan thực thi pháp luật.

- Các tiêu chí, tiêu chuẩn của các ngành xây dựng, giao thông có liên quan đến lĩnh vực quảng cáo cần phải có tính thống nhất và phù hợp với ngành quảng cáo. Ví dụ: Nghị định 186/2004/NĐ-CP ngày 05/11/2004 quy định về Quản lý và Bảo vệ Kết cấu hạ tầng Giao thông đường bộ quy định: biển quảng cáo phải cách mép đường cấp I và cấp II là 20m... Cách mố cầu là 100m đối với loại cầu có chiều dài từ 60m đến 300m. Với những khoảng cách như vậy thì không phù hợp với tầm nhìn biển quảng cáo nếu đối tượng xem quảng cáo di chuyển trên phương tiện giao thông cơ giới, đặc biệt là ô tô con[27].

- Việc chưa có các tiêu chuẩn, thủ tục xin phép sử dụng các vật thể trên không và dưới nước để quảng cáo dẫn đến các doanh nghiệp vẫn phải thực hiện cơ chế "xin-cho" để thực hiện được các ý tưởng quảng cáo.

- Việc chưa có quy định về tiêu chuẩn nên doanh nghiệp phải chấp nhận chịu phạt khi thực hiện quảng cáo, ví dụ sử dụng bảng điện tử (LED), khung hình điện tử, diễu hành trên phố (road show)...

2. Thành phần hồ sơ và số lượng hồ sơ

Thành phần và số lượng hồ sơ liên quan đến việc rà soát thủ tục hành chính cấp 10 loại giấy phép và 01 thủ tục thực hiện quảng cáo, Nhóm Rà soát nhận thấy có một số điểm bất cập liên quan đến 04 (bốn) giấy phép nêu ở phần dưới đây:

2.1. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

Pháp luật hiện hành chưa quy định cụ thể các vấn đề sau:

- Số lượng hồ sơ?

- Loại hồ sơ (bản chính hay bản sao)?

- Giấy tờ chứng mình quyền sử dụng hợp pháp địa điểm quảng cáo đối với quảng cáo với diện tích nhỏ cần những cung cấp những tài liệu nào? (VD: Hợp đồng thuê địa điểm, Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, quyền sở hữu nhà....)?

- Mẫu (ma-két) không quy định tỉ lệ là bao nhiêu? Tỷ lệ hình phối cảnh? Tỷ lệ hình chiếu nhìn từ bên trái? Tỷ lệ hình chiếu nhìn từ bên phải?...

[27] Ý kiến của các doanh nghiệp quảng cáo tại Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

Pháp luật không quy định tài liệu trong hồ sơ cung cấp phải là bản chính hay bản sao và thực tế có rất ít địa phương quy định vấn đề này, do vậy, có rất nhiều doanh nghiệp lúng túng trong khâu chuẩn bị hồ sơ.

2.2. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

Pháp luật hiện hành chưa quy định cụ thể về hồ sơ và trình tự thủ tục đối với các loại phương tiện quảng cáo:

Pháp lệnh Quảng cáo 2001, Nghị định số 24/2003/NĐ-CP đã không quy định rõ về số lượng hồ sơ áp dụng để xin giấy phép quảng cáo cho băng-rôn, vật phát quang, phương tiện giao thông, vật thể trên không, dưới nước hồ sơ cụ thể cần bao nhiêu bộ.

Phương tiện quảng cáo là băng- rôn, vật phát quang, phương tiện giao thông... trên thực tế đều phải cấp giấy phép riêng riêng biệt và thành phần hồ sơ là khác nhau, nhưng những văn bản nêu trên, kể cả Thông tư hướng dẫn và các văn bản của địa phương không quy định rõ hồ sơ cần chuẩn bị đối với các phương tiện quảng cáo này[28].

Bộ Văn hóa – Thông tin nay là Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL) sẽ là cơ quan quy định về thủ tục cấp giấy phép quảng cáo và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL) là cơ quan cấp phép theo quy định của Pháp lệnh Quảng cáo và Nghị định số 24/2003/NĐ-CP.

Hồ sơ xin giấy phép quảng cáo theo quy định của Bộ VHTTDL bao gồm:

- *Đơn xin thực hiện quảng cáo;*
- *Bản sao có giá trị pháp lý giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh dịch vụ quảng cáo (đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo) hoặc bản sao có giá trị pháp lý giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh ngành nghề, hàng hóa (đối với doanh nghiệp, cá nhân tự quảng cáo);*
- *Bản sao có giá trị pháp lý giấy chứng nhận đăng kí chất lượng hàng hóa hoặc các giấy tờ tương tự về chất lượng hàng hóa đối với hàng hóa quảng cáo mà pháp luật quy định phải đăng kí chất lượng;*
- *Mẫu (maket) sản phẩm quảng cáo…*[29]

Bộ VHTTDL không xác định rõ về số lượng hồ sơ phải nộp.

Ngoài ra, các văn bản pháp luật như: Pháp lệnh, Nghị định, Thông tư, Thông tư Liên tịch không định nghĩa các phương tiện quảng cáo như: vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, phương tiện giao thông cụ thể là các phương tiện như thế nào, dẫn

[28] *Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/07/2003 của Bộ Văn hóa – Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 79/2005/TT-BVHTT ngày 08/12/2005 ("Thông tư hướng dẫn PLQC")*

[29] Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/07/2003 của Bộ Văn hóa – Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 79/2005/TT-BVHTT ngày 08/12/2005 ("Thông tư hướng dẫn Pháp lệnh Quảng cáo") Mục III

đến người xin giấy phép quảng cáo gặp phải khó khăn khi thực hiện và mỗi địa phương có thể có những định nghĩa khác nhau về phương tiện quảng cáo.

Theo Quy chế quản lý hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Nội phương tiện giao thông bao gồm: ô tô, tàu hoả, xe chuyên dụng, thùng hàng đặt trên xe máy. Khi muốn xin giấy phép quảng cáo trên các phương tiện này, ngoài những hồ sơ nêu trên, Người xin giấy phép còn phải nộp văn bản thoả thuận quảng cáo trên phương tiện của Sở Giao thông Vận tải.

Đối với thành phố Hồ Chí Minh, phương tiện giao thông, phương tiện vận tải chỉ được quảng cáo bên trong mà không được quảng cáo trên các mặt bên ngoài[30]. Trên thực tế, ngoài thành phần và số lượng hồ sơ, Người thực hiện thủ tục xin giấy phép quảng cáo phải nộp cho Sở VHTTDL nhiều hơn so với quy định của pháp luật gấp 2 lần.

***Ví dụ**: hồ sơ mà một doanh nghiệp phải chuẩn bị nộp cho Sở VHTTDL Hà Nội để xin giấy phép thực hiện quảng cáo trên xe buýt bao gồm:*

- *Đơn xin giấy phép quảng cáo (02 bản);*
- *Giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh của doanh nghiệp (02 bản);*
- *Công văn gửi Sở Giao thông Vận tải (GTVT) xin thoả thuận quảng cáo trên xe buýt (01 bản);*
- *Danh sách xe buýt gắn nội dung quảng cáo nộp cho Sở VHTTDL và Sở GTVT (02 bản);*
- *Giấy Chứng nhận đăng kí bản quyền nhãn hiệu dự định quảng cáo (02 bản);*
- *Văn bản cho phép sử dụng nhãn hiệu để quảng cáo (nếu doanh nghiệp quảng cáo không phải là chủ sở hữu nhãn hiệu) (02 bản);*
- *Công văn cam kết của doanh nghiệp xin giấy phép về việc chịu trách nhiệm khi cung cấp những tài liệu cung cấp không trung thực (01 bản);*
- *Giấy Chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá (02);*
- *Công văn thoả thuận của Sở GTVT (01 bản);*
- *Cam kết sử dụng hình ảnh người mẫu (nếu nội dung quảng cáo có hình ảnh người) (02 bản).*

[30] Quy định ban hành kèm theo Quyết định số 39/2009/QĐ-UBND ngày 05/06/2009 của UBND thành phố Hồ Chí Minh về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh ("Quyết định số 39/2009/QĐ-UBND")

2.3. Giấy phép ra phụ trương quảng cáo và Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Văn bản pháp luật[31] không quy định cụ thể về số lượng hồ sơ dẫn đến có địa phương hướng dẫn hồ sơ gồm 01 bộ[32], nhưng có địa phương lại yêu cầu 02 bộ[33]. Để hướng dẫn chi tiết số lượng hồ sơ thực hiện thủ tục xin cấp giấy phép sửa đổi, bổ sung ra phụ trương quảng cáo, các văn bản hướng dẫn cấp Bộ cần phải quy định rõ số lượng bồ sơ là bao nhiêu bộ để cơ quan báo chí có cơ sở thực hiện.

Theo Thông tư liên tịch số 85/TTLT-BVHTTDL-BTTTT ngày 18/12/2008 của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch - Bộ Thông tin và Truyền thông hướng dẫn về cấp phép, đăng ký, thực hiện quảng cáo trên báo chí, mạng thông tin máy tính, xuất bản phẩm và công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm, hồ sơ xin giấy phép gồm:

- Đơn xin phép ra phụ trương, kênh, chương trình chuyên quảng cáo;
- Ý kiến của cơ quan chủ quản (nếu có cơ quan chủ quản);
- Bản sao Giấy phép hoạt động báo chí (có công chứng hoặc chứng thực).

Đối với thủ tục xin sửa đổi, bố sung Giấy phép, hồ sơ gồm:

- Đơn xin sửa đổi, bổ sung giấy phép;
- Bản sao Giấy phép đang có hiệu lực (có công chứng hoặc chứng thực)

Đó là một số bất cập trong việc quy định hồ sơ xin cấp giấy phép quảng cáo không rõ ràng và hợp lý của các cơ quan chức năng dẫn đến sự tuỳ tiện trong việc đưa ra thành phần hồ sơ không phù hợp với quy định của pháp luật của các địa phương. Điều này sẽ gây nên tính không thống nhất trong việc áp dụng quy phạm pháp luật và tốn kém cho người thực thi pháp luật như sẽ được tính toán cụ thể ở dưới đây.

3. Về thời hạn giải quyết thủ tục hành chính:

3.1. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường, trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Theo quy định của pháp luật hiện hành, thời gian thẩm định cấp giấy phép quảng cáo là: 05 ngày làm việc đối với trường hợp không phải xin ý kiến Sở Xây dựng; 15 ngày làm việc đối với trường hợp xin ý kiến Sở Xây dựng[34]. Tuy nhiên, theo phản ánh của doanh nghiệp, tổ

[31] Thông tư Liên tịch số 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT ngày 18/12/2008 của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch - Bộ Thông tin Truyền thông hướng dẫn về cấp phép, đăng kí, thực hiện quảng cáo trên báo chí, mạng thông tin máy tính, xuất bản phẩm và công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm ("TTLT 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT")

[32] http://csdl.thutuchanhchinh.vn/h_s_tthc/b_thong_tin_va_truy_n_thong/m/b_btt_042773_tt

[33] [33] http://csdl.thutuchanhchinh.vn/h_s_tthc/h_i_d_ng/open/t_hdu_124642_tt

[34] Thông tư Liên tịch số 06/2007/TTLT-BVHTT-BYT-NN-BXD ngày 28/02/2007 hướng dẫn thủ tục cấp giấy phép thực hiện quảng cáo một cửa liên thông (Thông tư Liên tịch số 06/2007/TTLT-BVHTT-BYT-NN-BXD)

chức, cá nhân muốn xin một giấy phép quảng cáo thì doanh nghiệp thường mất gấp 2 lần thời gian quy định về việc xin giấy phép quảng cáo tùy từng loại phương tiện quảng cáo. Có nhiều trường hợp, doanh nghiệp phản ánh rằng họ phải mất từ 6 tháng đến 1 năm mới xin được giấy phép quảng cáo[35]. Do đó, cần thiết phải thay đổi thời hạn cho phép được quảng cáo từ thủ tục cấp phép quảng cáo thành thủ tục tiếp nhận Bản Cam kết để việc quảng cáo có thể có hiệu lực ngay hoặc sau một khoảng thời gian nhất định mà cơ quan nhà nước thấy cần thiết.

Việc cấp phép xây dựng của Sở Xây dựng phụ thuộc và quy mô công trình bảng, biển, pa-nô quảng cáo. Thực tế thủ tục phê duyệt này nên được thực hiện theo quy định pháp luật về xây dựng. Thời gian thẩm định hồ sơ không nên quá dài vì cấu trúc xây dựng của một công trình bảng, biển quảng cáo là không quá phức tạp nên rút gọn từ mười (10) ngày làm việc rút xuống còn năm (05) ngày làm việc.

3.2. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Theo quy định của pháp luật, trong thời hạn 05 ngày làm việc kể từ ngày nhận hồ sơ hợp lệ được ghi trong sổ tiếp nhận hồ sơ, Sở VHTTDL cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo. Trong trường hợp không cấp Giấy phép phải trả lời bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân xin phép thực hiện quảng cáo và nêu rõ lý do[36]. Thực tế doanh nghiệp phải lận đận với thủ tục này phải mất tới 02 -03 tháng.

Khoảng thời gian nêu trên là quá dài đối với hoạt động tiếp thị của doanh nghiệp. Do đó, cần thay đổi cơ chế cấp giấy phép thực hiện quảng cáo sang thành cơ chế chấp nhận Bản cam kết của tổ chức, cá nhân thực hiện việc quảng cáo trên các phương tiện này. Thời điểm bắt đầu có hiệu lực của thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường nên bắt đầu ngay sau khi tổ chức, cá nhân nộp Bản Cam kết.

3.3. Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Trong thời hạn 30 ngày, kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ, Cục Báo chí xem xét cấp giấy phép. Trường hợp không cấp giấy phép phải có văn bản trả lời[37]. Thời hạn này là không hợp lý vì các lý do liên quan đến việc kiểm soát nội dung của Phụ trương quảng cáo đã được đề cập ở trong Báo cáo này. Do đó, giấy phép ra phụ trương nên được bãi bỏ.

3.4. Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Trong thời hạn mười lăm (15) ngày làm việc kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ, Cục Báo chí, Cục Quản lý phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử xem xét, cấp Giấy phép sửa đổi, bổ sung cho cơ quan báo chí. Trường hợp không cấp giấy phép sửa đổi, bổ sung phải có văn bản trả lời và nêu rõ lý do[38].

---

[35] Ý kiến của một số doanh nghiệp tại Hội thảo góp ý về thủ tục cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo do Tổ Thư ký Đề án 30 và Hiệp hội Quảng cáo phối hợp tổ chức tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội.
[36] Thông tư Liên tịch số 06/2007/TTLT-BVHTT-BYT-NN-BXD
[37] TTLT 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT
[38] TTLT 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT

Tương tự như bình luận của phần giấy phép ra phụ trương quảng cáo, giấy phép ra hạn phụ trương quảng cáo cũng nên được bãi bỏ.

3.5. Thủ tục gia hạn Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

Các văn bản pháp luật hiện hành không quy định thời gian giải quyết hồ sơ và cấp giấy phép gia hạn quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông. Nếu thủ tục xin gia hạn giấy phép quảng cáo bảng, biển, pa-nô và quảng cáo trên phương tiện công cộng được thay đổi theo đề xuất nêu trên thì thời hạn xin gia hạn sẽ được giảm.

Thực tế, việc gia hạn giấy phép là chỉ phụ thuộc vào việc gia hạn hợp đồng thuê địa điểm, gia hạn thời gian sử dụng đất hoặc thời gian lưu hành phương tiện. Do đó, không cần thiết phải thực hiện thủ tục gia hạn mà chỉ cần yêu cầu doanh nghiệp quảng cáo gửi thông báo tới cơ quan nhà nước có thẩm quyền thông báo về thời gian đã được gia hạn hợp đồng quảng cáo.

4. Về thời hạn hiệu lực của giấy phép

4.1. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Thời hạn của một giấy phép quảng cáo không quá ba mươi sáu (36) tháng, khi hết hạn nếu muốn gia hạn phải được sự đồng ý của Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch[39].

Thời hạn của giấy phép này không hợp lý với chi phí mà tổ chức, cá nhân đã đầu tư để xây dựng cơ sở hạ tầng để phục vụ cho việc quảng cáo như: chi phí thuê đất, thuê công trình để thực hiện quảng cáo, thuê thiết kế bản vẽ mặt bằng, mặt cắt, mặt đứng, thực hiện xây dựng quảng cáo…

Do vậy, không nên có thời hạn của giấy phép mà nên có quy định (tiêu chuẩn) về định kỳ làm mới chất lượng vật thể quảng cáo để bảo đảm mỹ quan.

4.2. Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Đối với quảng cáo trên phương tiện giao thông thì thời hạn thực hiện quảng cáo không quá 03 năm; khi hết thời hạn nếu muốn gia hạn phải được Sở VHTTDL cho phép.

Thời hạn hiệu lực của giấy phép theo quy đình nêu trên chưa hợp lý. Bởi lẽ, thời hạn hiệu lực của Giấy phép quảng cáo trên phương tiện giao thông nên theo thỏa thuận giữa đơn vị quảng cáo, đơn vị sở hữu phương tiện giao thông và thời hạn được phép lưu hành của phương tiện giao thông.

[39] Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Quảng cáo (Nghị định số 24/2003/NĐ-CP) , Điều 19

Thời hạn hiệu lực của Giấy phép quảng cáo trên băng-rôn, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước là ngắn vì khi tổ chức các hoạt động, sự kiện doanh nghiệp cần một khoảng thời gian quảng cáo phù hợp với nội dung của hoạt động, sự kiện đó. Do đó, nên quy định khoảng thời gian dài nhất một sự kiện, hoạt động được phép sử dụng băng-rôn, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước để quảng cáo và doanh nghiệp phải trả phí cho mỗi ngày quảng cáo. Như vậy, doanh nghiệp sẽ không kéo dài thời gian quảng cáo nếu không cần thiết và hiệu quả.

4.3. Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Văn bản pháp luật[40] không quy định về thời hạn có hiệu lực của Giấy phép, dẫn đến có thể gây cho cơ quan báo chí (Người xin giấy phép) có những cách hiểu khác nhau như: mỗi lần ra phụ trương quảng cáo đều phải xin giấy phép hay chỉ cần xin một lần cho việc xuất bản ra các phụ trương của những số báo tiếp theo.

Do đó, nên quy định trong văn bản pháp luật, Giấy phép ra phụ trương quảng cáo là vô thời hạn. Nếu cơ quan báo chí vi phạm về việc quảng cáo theo Luật Xuất bản, Luật Báo chí, Pháp lệnh Quảng cáo thì sẽ bị thu hồi giấy phép này.

4.4. Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:

Cũng tương tự như thủ tục cấp Giấy phép ra phụ trương quảng cáo, việc xin Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo, pháp luật không quy định thời hạn có hiệu lực của Giấy phép.

4.5. Thủ tục gia hạn Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:

Các văn bản pháp luật hiện hành không quy định thời gian có hiệu lực của giấy phép đã được gia hạn và số lần được phép gia hạn., chỉ quy định khi hết hạn nếu muốn gia hạn phải được sự đồng ý của Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch[41].

Như phân tích về thủ tục này theo hướng thực hiện các biện pháp khác thay thể thủ tục gia hạn, thời hạn của việc cấp giấy phép gia hạn nên theo thời hạn hợp đồng thuê địa điểm hoặc thời hạn mới của giấy chứng nhận quyền sử dụng đất.

5. Tiểu kết

Qua việc phân tích đánh giá về sự hợp lý của các thủ tục hành chính liên quan đến hoạt động quảng cáo mà Nhóm Rà soát tiến hành rà soát, Nhóm Rà soát có một số ý

[40] TTLT 85/2008/TTLT-BVHTTDL-BTTTT

[41] Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết và thi hành Pháp lệnh quảng cáo, Điều 19 và Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/07/2003 của Bộ Văn hóa – Thông tin hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 79/2005/TT-BVHTT ngày 08/12/2005, Khoản 3, Mục III

kiến đánh giá nhằm hoàn thiện thủ tục hành chính này trong trường hợp không có sự thay đổi từ phía cơ quan ban hành văn bản pháp luật và cơ quan chức năng đối với thủ tục hành chính này như sau:

5.1. Đối với các thủ tục cấp mới và gia hạn giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biên, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Như đã phân tích ở phần trên, các thủ tục hành chính này chưa phù hợp với thực tế khách quan nên đề xuất bãi bỏ các thủ tục hành chính này và thay vào là tiêu chí/tiêu chuẩn quảng cáo để các đối tượng phải thực hiện cùng với cơ chế nộp Bản Cam kết khi thực hiện quảng cáo là thích hợp.

5.2. Đối với các thủ tục cấp mới và gia hạn các giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:

Như đã nêu ở Mục 5.1, thủ tục hành chính này cũng chưa phù hợp bởi pháp luật chưa rõ ràng dẫn đến có sự áp dụng quản lý khác nhau đối với hoạt động quảng cáo ở mỗi địa phương.

5.3. Đối với thủ tục cấp Giấy phép ra phu trương và sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phu trương quảng cáo:

Nên bãi bỏ thủ tục này như đã phân tích ở trên.

V. TÍNH HỢP PHÁP CỦA CÁC THỦ TỤC HÀNH CHÍNH

Qua rà soát của chúng tôi, tất cả thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo đều được quy định trong các văn bản pháp luật, đảm bảo tính hợp pháp của thủ tục.

VI. QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI VỀ QUẢNG CÁO

1. Luật Quảng cáo của Cộng hòa Nhân dân (CHND) Trung Hoa:

Luật Quảng cáo của CHND Trung Hoa đưa ra các chế tài khá nghiêm ngặt về việc xử lý các hành vi vi phạm luật hơn thay vì đưa ra các quy định về thủ tục cấp phép, chẳng hạn như: "Khi phát hiện hoạt động vi phạm luật này, quảng cáo không đúng sự thật, dùng quảng cáo để lừa dối khách hàng, cơ quan quản lý quảng cáo phải: yêu cầu nhà quảng cáo ngừng xuất bản và phải chi một khoản tương đương với chi phí quảng cáo để đính chính nhằm khắc phục những hậu quả gây ra; phạt một khoản tiền bằng từ 1-5 lần chi phí cho quảng cáo đó, tịch thu chi phí quảng cáo và phạt tiền từ 1-5 lần chi phí quảng cáo đó với đại lý và nhà xuất bản quảng cáo có vi phạm. Trong trường hợp nghiêm trọng, cơ quan quản lý phải cấm hoạt động của đơn vị vi phạm. Nếu hoạt

động quảng cáo cấu thành tội phạm thì phải mở cuộc điều tra truy tố trước pháp luật"[42].

Luật Quảng cáo của CHND Trung Hoa đặc biệt đưa ra các quy định bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng: "Trường hợp xuất bản những quảng cáo sai lạc, dối trá làm hại đến quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng, nhà quảng cáo phải chịu trách nhiệm trước luật dân sự. Trong khi đó, các đại lý quảng cáo, nhà xuất bản quảng cáo đã biết nội dung quảng cáo mà vẫn tiếp tục thiết kế, sản xuất và xuất bản nó thì các đại lý và nhà xuất bản này cũng phải chịu trách nhiệm trước pháp luật như đối với với nhà quảng cáo sai phạm..."[43].

2. Luật Quảng cáo của Philippin:

Luật Quảng cáo Philippin cũng không đưa ra những quy định về thủ tục xin cấp phép rườm rà mà tạo điều kiện cho các tổ chức hoặc cá nhân tự do kinh doanh trong lĩnh vực quảng cáo, cụ thể: "Nguyên tắc hoạt động tự do và cạnh tranh lành mạnh là tiêu chuẩn đạo đức cho thông lệ thương mại và thực hiện công việc kinh doanh trong ngành quảng cáo. Các công ty và cá nhân kinh doanh hoặc tham gia vào việc kinh doanh quảng cáo phải tự nguyện giới thiệu mình để Hội đồng quảng cáo (HĐQC) đại diện cho Hiệp hội các nhà quảng cáo Philippine công nhận..."[44].

Việc phát triển quảng cáo ở Philippin luôn trên cơ sở gắn kết giữa các công ty và nhóm các công ty hoặc Hiệp hội, Ban ngành. Do vậy, hoạt động quảng cáo ở quốc gia này tạo được tính ổn định và bảo đảm mỹ quan đối với quy hoạch quảng cáo, cụ thể: "Các công ty và cá nhân đã được công nhận cho phép gia nhập Hiệp hội các nhà quảng cáo. Hiệp hội/Ban ngành thuộc lĩnh vực hoạt động sẽ đại diện cho các công ty và cá nhân đã được công nhận trong các cuộc họp và thay họ đệ trình các vấn đề liên quan tới ngành quảng cáo. Các công ty và cá nhân chưa ra nhập hoặc và/hoặc chưa được công nhận, không bị cản trơ trong qúa trình tham gia vào cácc hoạt động kinh doanh quảng cáo nhưng sẽ không được hưởng các quyền lợi của các công ty trong ngành hoặc liên ngành..."[45]

Đối với quảng cáo ngoài trời: "Công trình và biển quảng cáo ngoài trời phải được thiết kế, xây dựng và bảo dưỡng theo các tiêu chuẩn kỹ thuật để bảo đảm an toàn công cộng, Biển quảng cáo chỉ được dựng ở những địa điểm được các nhà đối diện cho phép...Biển quảng cáo mới không được che khuất các biển quảng cáo có sẵn.... Việc sửa chữa các phương tiện quảng cáo ngoài trời như pa-nô, biển hiệu, biển nhựa là trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo ngoài trời..."[46]"

3. Quy định của Cộng hòa Pháp về hoạt động Quảng cáo:

Đối với mật độ quảng cáo trong quy hoạch các khu vực, cụm dân cư, trong Nghị định áp dụng Luật liên quan đến Quảng cáo của Pháp quy định các hình thức quảng cáo trên biển hiệu và biển hiệu sơ bộ về diện tích tối thiểu mà mỗi phường, xã, thị phải

[42] Luật Quảng cáo của CHND Trung Hoa ngày 27/10/1994, có hiệu lực ngày 01/02/1995, Điều 37
[43] Luật Quảng cáo của CHND Trung Hoa, Điều 38
[44] Luật Quảng cáo của Philippin – Thông lệ quốc tế và tiêu chuẩn thực hiện trong ngành quảng cáo, Mục III, khoản 1
[45] Luật Quảng cáo của Philippin, Mục III, khoản 1
[46] Luật Quảng cáo của Philippin, Mục III, khoản 4.

dành cho việc niêm yết thông báo và quảng cáo liên quan đến các hoạt động của các hiệm hội không vì mục đích lợi nhuận như sau:

- "4m^2 đối với các phường, xã, thị dưới 2.000 dân;
- 4m^2 + 2m^2 cho mỗi 2.000 dân ngoài mức 2.000 dân đối với các phường, xã, thị từ 2.000 đến 10.000 dân;
- 12m^2 + 5m^2 đối với mỗi 10.000 dân ngoài mức 10.000 dân đối với các phường, xã, thị khác"[47].

Đối với thủ tục xin cấp phép lắp đặt biển hiệu theo pháp luật của Pháp cũng rất đơn giản: "Giấy phép sẽ được cấp sau khi có thông báo của Kiến trúc sư xây dựng của Pháp nếu giấy phép liên quan đến việc lắp đặt biển hiệu trên một ngôi nhà[48]. Hồ sơ bao gồm đơn xin cấp phép và các giấy tờ kèm theo. Hồ sơ được lập thành 02 bộ và được gửi lên Thị trưởng bằng thư bảo đảm có giấy báo nhận của bưu điện. Có thể nộp hồ sơ lên các cơ quan của thành phố. Các cơ quan này sẽ cấp giấy biên nhận hồ sơ[49]. Nếu hồ sơ không đầy đủ, trong 15 ngày sau ngày tiếp nhận hồ sơ, thị trưởng, qua thư bảo đảm có giấy báo nhận của bưu điện sẽ yêu cầu người xin cấp giấy phép cung cấp các giấy tờ còn thiếu trong các điều kiện được quy định. Ngày mà Thị trưởng tiếp nhận các giấy tờ này sẽ thay cho ngày nộp đơn xin cấp phép ban đầu để tính thời hạn mà khi hết hạn nếu không có thông báo sẽ có giá trị như giấy phép đã được cấp....[50]"

Theo quy định nêu trên, Luật của Pháp chỉ cần người xin cấp phép cung cấp hồ sơ (đăng kí) mà không cần phải cấp giấy phép. Hết thời hạn quy định, không có thông báo từ cơ quan cấp phép coi như người xin đã được cấp phép.

4. Quy định của Singapore về hoạt động Quảng cáo:

Việc cấp giấy phép quảng cáo ngoài trời do cơ quan quản lý xây dựng cấp (Building and Construction Authority) đối với các tấm quảng cáo lớn hơn 5m^2. Pháp luật Singapore chỉ đưa ra giới hạn cụ thể đối với các tấm quảng cáo ngoài trời[i].

Đối với Giấy phép loại A (Category A): thời hạn của giấy phép là từ 1-3 năm. Thời hạn của giấy phép phụ thuộc vào lệ phí cho thời hạn mong muốn. Đối với Giấy phép loại B (Category B): thời hạn từ 12 tháng trở xuống.

VII. CHI PHÍ TUÂN THỦ

Nhằm xác định mức chi phí tuân thủ pháp luật đối với việc thực thi quy định này, trên cơ sở mô hình tính toán chi phí tuân thủ thủ tục hành chính (SCM) mà Tổ Công tác chuyên trách Cải cách Thủ tục hành chính (CCTTHC) biên soạn và công bố, nhóm chuyên gia của IFC đã tiến hành tính toán chi phí tuân thủ pháp luật đối với các doanh nghiệp nộp đơn xin cấp giấy phép thực hiện quảng cáo và chi phí mà cơ quan chính phủ tiếp nhận hồ sơ phải bỏ ra để xem xét các hồ sơ xin cấp giấy phép hoạt động quảng cáo.

[47] Nghị định số 82-220 ngày 25/2/1982 về việc áp dụng Luật số 79-1150 ngày 29/12/1979 của Cộng hòa Pháp liên quan đến quảng cáo, biển hiệu và biển hiệu sơ bộ về diện tích tối thiểu, địa điểm niêm yết thông báo và các hiệp hội hoạt động không vì mục đích lợi nhuận (công báo ngày 4/3/1982), Điều 1
[48] Nghị định số 82-220 ngày 25/2/1982, Điều 8
[49] Nghị định số 82-220 ngày 25/2/1982, Điều 9
[50] Nghị định số 82-220 ngày 25/2/1982, Điều 10

Các nội dung liên quan tới thủ tục này và quy trình thực hiện thủ tục đã được tham khảo ý kiến với các doanh nghiệp, chuyên gia như đã nêu ở trên.

Do số liệu các doanh nghiệp được cấp phép giấy phép hoạt động quảng cáo không được công bố đầy đủ, nên tổng chi phí tuân thủ được giả định cho một doanh nghiệp.

Để có được chi phí tuân thủ nêu ở phần dưới đây, chúng tôi phải căn cứ theo Bản Định mức một số loại chi phí để tính toán chi phí tuân thủ thủ tục hành chính theo Công văn số 28/CCTTHC ngày 15/01/2010 của Tổ Công tác chuyên trách CCTTHC. Theo đó, mức lương nhân viên trong lĩnh vực kinh doanh tài sản và dịch vụ tư vấn được áp dụng để tính chi phí cho thời gian thực hiện thủ tục hành chính nêu trên là: 3.214.700 VND; mức tiền lương của người quản lý tại các doanh nghiệp: áp dụng mức bằng 5 lần tiền lương theo tháng của người lao động tại các doanh nghiệp thuộc các ngành, lĩnh vực tương ứng, cụ thể: 3.214.700 VND x 5 = 16.073.500 VND.

Các dữ liệu giả định tính toán chi phí tuân thủ cho một số thủ tục cấp phép đặc trưng trong 10 giấy phép và 01 thủ tục nêu trong Báo cáo này được mô tả như sau:

1. **Chi phí tuân thủ đối với thủ tục xin cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường, trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:**

   Chi phí tuân thủ doanh nghiệp phải bỏ ra để xin cấp giấy phép quảng cáo hàng hóa, dịch vụ thông thường được tính toán theo mô hình chi phí chuẩn của Tổ Công tác Chuyên trách CCTTHC, để thực hiện thủ tục hành chính xin cấp một giấy phép quảng cáo có xin ý kiến chấp thuận của cơ quan quản lý nhà nước về xây dựng, doanh nghiệp chi phí mất khoảng **35 triệu đồng**. Và chi phí tuân thủ doanh nghiệp phải bỏ ra để xin cấp giấy phép quảng cáo (tấm nhỏ) khoảng **20 triệu đồng**.

2. **Chí phí tuân thủ đối với thủ tục xin cấp Giấy phép thực hiện quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường, trong lĩnh vực y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:**

   Chi phí tuân thủ của một doanh nghiệp phải bỏ ra để có thể được cấp giấy phép quảng cáo trên băng-rôn, phương tiện giao thông, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước đối với hàng hoá, dịch vụ thông thường dự tính là: 11 triệu 600 nghìn đồng Việt Nam.

3. **Chi phí tuân thủ đối với thủ tục xin cấp Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:**

   Chi phí tuân thủ Người xin cấp phép phải bỏ ra để thực hiện thủ tục dự tính là: 8.368.119VND

4. **Chi phí tuân thủ xin cấp Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo:**

Chi phí tuân thủ cơ quan báo chí phải bỏ ra để sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra Phụ trương quảng cáo (chi phí này bao gồm chi phí của người xin giấy phép và chi phí của cơ quan cấp phép) dự tính là: 4.169.321 VND.

5. **Chi phí thực hiện thủ tục xin gia hạn Giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô, phương tiện giao thông đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường:**

   Chi phí tuân thủ doanh nghiệp phải bỏ ra để xin gia hạn giấy phép theo tính toán của chúng tôi, chi phí tuân thủ của một doanh nghiệp phải bỏ ra để có thể được gia hạn giấy phép quảng cáo dự tính là: 16 triệu 400 nghìn đồng.

Tiểu kết:

Thông qua việc tính toán chi phí tuân thủ nêu trên, có thể thấy chi phí đối với thủ tục hành chính khi tổ chức, cá nhân xin cấp phép và cơ quan có thẩm quyền cấp phép liên quan đến hoạt động quảng cáo là số tiền không nhỏ. Đối với các thủ tục hành chính để được cấp quảng cáo đối với hàng hóa, dịch vụ trong các ngành đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn thì mức chi phí còn cao hơn nhiều. Nếu đưa các biện pháp đơn giản hóa thủ tục vào hoạt động quảng cáo theo hướng đưa ra các tiêu chuẩn quảng cáo, các cam kết của tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo, loại bỏ một số thủ tục không cần thiết sẽ tiết kiệm được 99% chi phí cho xã hội.

VIII. KIẾN NGHỊ CỤ THỂ

Trên cơ sở nghiên cứu tổng thể quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành đối với các thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo, căn cứ vào phương pháp luận trong quá trình rà soát, đồng thời kết hợp với thực tiễn thực hiện các thủ tục hành chính, chúng tôi đưa ra các kiến nghị cụ thể đối với thủ tục hành chính cấp 10 loại giấy phép và 01 thủ tục gia hạn giấy phép được tổng hợp lại như sau:

1. **Đối với thủ tục cấp mới và gia hạn các giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô đối với hàng hóa, dịch vụ thông thường và trong lĩnh vực đặc thù như y tế, nông nghiệp và phát triển nông thôn:**

   Để đáp ứng được các mục tiêu của thủ tục hành chính này, nên thực hiện phương án đơn giản hóa thủ tục hành chính này như sau:

   - ***Đối với nội dung quảng cáo:*** Tất cả thủ tục hành chính nêu trên đều nhằm mục tiêu xem xét về nội dung quảng cáo có phù hợp với các quy định của pháp luật không? Nhưng hiện nay chưa có các quy định về tiêu chuẩn đối với nội dung quảng cáo như: tiêu chuẩn về màu sắc, tiêu chuẩn về hình ảnh, tiêu chuẩn về nội dung quảng cáo dành cho trẻ em, tiêu chuẩn về nội dung quảng cáo dành cho người lớn, tiêu chuẩn về quảng cáo các sản phẩm, dịch vụ chuyên ngành như y tế, thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật, quy định về dỡ bỏ nội dung quảng cáo khi sản phẩm, dịch vụ bị cấm lưu hành… Như vậy, cơ quan cấp phép hiện nay cũng không dựa vào các tiêu chí rõ ràng để cấp phép trong lĩnh vực quảng cáo.

Thực tế nếu đã có tiêu chuẩn quảng cáo được xây dựng một cách cụ thể, rõ ràng thì tổ chức, cá nhân thực hiện quảng cáo chỉ tuân thủ đúng tiêu chuẩn này mà không cần phải xin phép của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL). Để doanh nghiệp nghiêm chỉnh thực hiện các tiêu chuẩn này, pháp luật nên đưa ra các quy định về chế tài áp dụng đối với những doanh nghiệp không thực hiện theo tiêu chuẩn. Thực tế, khi doanh nghiệp tiến hành quảng cáo, doanh nghiệp thường mong muốn có hình ảnh tốt của sản phẩm, dịch vụ đến người tiêu dùng. Bởi vậy, doanh nghiệp mong muốn thực hiện đúng quy định của pháp luật hơn là làm sai để có thể bị hoan ố hình ảnh của sản phẩm và/hoặc dịch vụ.

- ***Đối với phương tiện quảng cáo:*** nên quy định tiêu chuẩn những bảng, biển, pa-nô KHÔNG CẦN phải xin giấy phép xây dựng công trình và những bảng, biển, pa-nô CẦN PHẢI xin giấy phép xây dựng công trình.

  Ví dụ như tiêu chuẩn này cần quy định:
  - Những loại bảng, biển, pano quảng cáo được xây dựng trên cơ sở là công trình xây dựng độc lập trên đất khuôn viên được phép xây dựng và/hoặc có độ lớn nhất định (ví dụ từ 40m^2 trở lên) thì phải tuân thủ các quy định pháp luật về xây dựng công trình.
  - Đối với bảng, biển, pano quảng cáo gắn liền với một công trình xây dựng đang có sẵn thì không phải xin giấy phép xây dựng nhưng phải đáp ứng các tiêu chuẩn về độ an toàn khi gắn kết (ví dụ phương tiện quảng cáo gắn trên tường nhà, mái nhà, ban công…).
  - Thời hạn của giấy phép công trình xây dựng nên phụ thuộc vào thời hạn của hợp đồng sử dụng đất mà doanh nghiệp quảng cáo ký với chủ sử dụng đất.
  - Thời hạn quảng cáo trên phương tiện giao thông nên phụ thuộc vào thời hạn lưu hành của phương tiện giao thông.

- Nếu trong quá trình thực hiện quảng cáo, doanh nghiệp vi phạm các quy định pháp luật về quảng cáo và sai với nội dung của Giấy phép thực hiện quảng cáo đã cấp thì các cơ quan chuyên ngành có thể sẽ xử lý vi phạm và thu hồi Giấy phép quảng cáo. Quy định này tăng cường biện pháp quản lý nhà nước theo cơ chế "hậu kiểm".

- Để bảo đảm tính hiệu quả, minh bạch và công bằng trong công tác "hậu kiểm" của cơ quan nhà nước đối với các phương tiện quảng cáo, đội ngũ thanh tra, giám định viên văn hóa của Sở Văn hóa Thể thao Du lịch (VHTTDL) và Sở Thông tin-Truyền thông (TTTT) cần được củng cố về đội ngũ và chuyên môn. Thêm vào đó, để tránh những kết luật về nội dung quảng cáo theo cảm tính chủ quan trong quá trình thanh tra hoặc giám định vật phẩm văn hóa, các cơ quan nhà nước nên thành lập Hội đồng Thẩm định nội dung quảng cáo, có thể bao gồm các thành phần Sở VHTTDL, Sở Thông tin-Truyền thông (TTTT), Sở Công Thương, Ban Tuyên giáo, Hội nghề nghiệp

(quảng cáo, báo chí...)…v..v.. Hoặc là một Hội đồng thẩm định duy nhất của quốc gia có trách nhiệm đánh giá các nội dung quảng cáo trên khắp cả nước với sự tham gia của các Bộ VHTTDL, Bộ TTTT, Bộ Công Thương, Ban Tuyên giáo TW, Hiệp hội Quảng Cáo Việt Nam, Hiệp hội Người Tiêu dùng, Hội Mỹ thuật Việt Nam…

b. Quy định về trách nhiệm thông báo và cam kết về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của người xin quảng cáo

Để có được căn cứ về cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn quảng cáo, Người quảng cáo trách nhiệm thông báo và cam kết về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của bảng, biển, pa-nô quảng cáo. Việc cam kết này không nhằm mục tiêu phê duyệt (cấp phép) của cơ quan nhà nước. Mục tiêu của bản cam kết chính là cơ hội để doanh nghiệp có thông báo (giải trình) tới cơ quan nhà nước có quyền về nội dung, hình thức, kích cỡ, vị trí… của bảng, biển, pa-nô quảng cáo có phù hợp với các tiêu chuẩn hay không.

Bản cam kết còn là cơ sở cho cơ quan thanh tra khi tiến hành thanh tra phương tiện quảng cáo sẽ xác định được giữa cam kết và thực tế của phương tiện quảng cáo. Đây sẽ là văn bản để xác định trách nhiệm dân sự nếu đơn vị quảng cáo thực hiện sai luật, sai với tiêu chuẩn quảng cáo.

Hình thức này tương tự như thủ tục xin được quảng cáo hàng hoá, dịch vụ trong lĩnh vực y tế (Bao gồm: vắc xin, sinh phẩm y tế; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế; thực phẩm, phụ gia thực phẩm (do các cơ quan của Bộ Y tế cấp Giấy tiếp nhận) mà người nộp đơn thực hiện với Bộ Y tế hoặc Sở Y tế địa phương.

b. Xây dựng biểu phí thích hợp

Nên áp dụng chính sách thu lệ phí hoặc đấu giá quyền treo băng rôn các khu phố hoặc phương tiện công cộng như vậy vừa đem lại lợi ích cho công cộng và giúp ích cho doanh nghiệp muốn được thời gian quảng cáo dài và chủ động.

Nên áp dụng chính sách thu lệ phí theo ngày thực hiện quảng cáo trên vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước vậy vừa đem lại lợi ích cho công cộng và giúp ích cho doanh nghiệp muốn được thời gian quảng cáo dài và chủ động.

Biểu phí mới sẽ góp phần làm giảm những tác động tiêu cực từ việc

2. Đối với thủ tục cấp Giấy phép ra phụ trương quảng cáo và thủ tục cấp Giấy phép sửa đổi, bổ sung Giấy phép ra phụ trương quảng cáo

Cần bãi bỏ quy định thủ tục cấp phép ra phụ trương quảng cáo và thủ tục sửa đổi, bổ sung phép ra phụ trương quảng cáo tại Pháp lệnh Quảng cáo và Nghị định hướng dẫn thi hành. Nên quy định tiêu chuẩn ra phụ trương quảng cáo.

Tiêu chuẩn này phải được xây dựng cụ thể, rõ ràng và có tính áp dụng chung trên toàn quốc thay thế văn bản hiện hành đang điều chỉnh thủ tục này.

[i] Các quy định Pháp luật về hoạt động quảng cáo, Bộ Văn hóa-Thông tin (Cục Văn hóa-Thông tin cơ sở), trang 285-308, 2005; Website của Chính phủ Singapore, Cơ quan Quản lý Xây dựng, http://www.bca.gov.sg/Advertisement/AL03_need_for_licence.html