



Vision & Associates

LUẬT SƯ. ĐẠI DIỆN SỞ HỮU TRÍ TUỆ. TƯ VẤN ĐẦU TƯ VÀ QUẢN LÝ

Bản tin pháp lý

Tháng 1/2007

Nội dung

Luật thương mại.....	2
Các lĩnh vực khác:.....	5
Tài chính	5
Ngân hàng	6
Bảo hiểm	6
Thương mại	7
Y tế.....	7
Giáo dục.....	7
Điện lực.....	7
Thủy sản	7
Môi trường.....	8
Văn bản khác.....	8
Địa chỉ liên hệ.....	9

Bản tin pháp lý này được phát hành cho khách hàng của chúng tôi và những người quan tâm. Các thông tin trong Bản tin này chỉ để tham khảo. Chúng tôi đề nghị Quý khách hàng và độc giả nên tham khảo ý kiến chuyên môn đối với các vấn đề cụ thể. Xin hãy liên hệ trực tiếp tới các văn phòng của chúng tôi hoặc những người có tên tại cuối Bản tin này.

Bản tin pháp lý này có trên trang Web của chúng tôi tại www.vision-associates.com

© 2007. Bản quyền của Công ty Vision & Associates.

Luật thương mại

Quảng cáo và khuyến mại: mở rộng hay thu hẹp

Hồ Tường Vy

Nhắc đến câu khẩu hiệu “Nâng niu bàn chân Việt”, người tiêu dùng dễ dàng biết đây là sản phẩm giày dép Biti’s, loại sản phẩm có chất lượng cao theo tiêu chuẩn Việt Nam. Hay khi đề cập đến khẩu hiệu nổi tiếng “Khơi nguồn sáng tạo”, người tiêu dùng cũng liên tưởng tức thời đến “cà phê Trung Nguyên” có hương vị độc đáo và khó quên. Điều gì đã làm cho người tiêu dùng bản địa biết nhiều đến các sản phẩm này đến thế? Không còn nghi ngờ gì nữa, câu trả lời chính là quảng cáo và khuyến mại.

Để người tiêu dùng luôn nhớ đến một sản phẩm, dịch vụ cụ thể, ngoài một số yếu tố mang tính quyết định như chất lượng, mẫu mã và giá cả, thì việc thường xuyên tiến hành hoạt động quảng cáo là biện pháp cũng rất quan trọng và hiệu quả.

Nói một cách dễ hiểu, giữa một “rừng” các sản phẩm, dịch vụ cùng loại, đều phong phú về mẫu mã và đa dạng về chức năng thì người tiêu dùng có khuynh hướng lựa chọn mua những sản phẩm hay dịch vụ mà họ đã từng có cơ hội “thấy hoặc nghe” nhiều trên các phương tiện truyền thông đại chúng hoặc thông qua các hoạt động quảng cáo và khuyến mại. Rõ ràng, tầm quan trọng của quảng cáo và khuyến mại đối với hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đã được thừa nhận một cách rộng rãi.

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động quảng cáo và khuyến mại, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04/04/2006 quy định chi tiết Luật Thương mại và các hướng dẫn về hoạt động xúc tiến thương mại (“**Nghị định 37**”). Nghị định này thay thế cho Nghị định số 32/1999/NĐ-CP ngày 05/05/1999 về khuyến mại, quảng cáo thương mại và hội chợ, triển lãm thương mại (“**Nghị định 32**”). Dưới đây là một số quy định mới liên quan đến hoạt động khuyến mại và quảng cáo theo Nghị định 37.

Khuyến mại

Để kích cầu, các doanh nghiệp thường hay tổ chức hàng loạt các chương trình khuyến mại dành riêng cho đối tượng người tiêu dùng. Thông thường, các tặng phẩm, hay còn gọi là “hàng hóa và dịch vụ dùng để khuyến mại” là sản phẩm của chính doanh nghiệp thực hiện chương trình khuyến mại hay của các công ty thành viên của doanh nghiệp này trong đó giá trị mỗi tặng phẩm không vượt quá một tỷ đồng.

Trước đây Nghị định 32 quy định rằng “hàng hóa hoặc dịch vụ dùng để khuyến mại phải là hàng hóa không thuộc diện cấm lưu thông, dịch vụ cấm thực hiện theo quy định của pháp luật”. Tuy nhiên, Luật Thương mại 2005 mở rộng theo hướng “hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại là hàng hóa, dịch vụ được kinh doanh hợp pháp”.

Cung ứng hàng hóa, dịch vụ trong thời gian khuyến mại

Nghị định 32 ghi nhận rằng “hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại là hàng hóa, dịch vụ được thương nhân dùng để tặng, thưởng, cung ứng cho khách hàng trong thời gian khuyến mại”. Theo quy định này, hàng hóa hoặc dịch vụ dùng để tặng, thưởng cho khách hàng sẽ được hiểu là “tặng, thưởng miễn phí”.

Tuy nhiên, theo ý kiến của chúng tôi, quy định “hàng hóa, dịch vụ dùng để cung ứng trong thời gian khuyến mại” cần được làm rõ hơn để tránh sự hiểu nhầm. Trên thực tế người tiêu dùng có thể không phân biệt được giữa loại “hàng hóa, dịch vụ cung ứng có thu tiền trong thời gian khuyến mại” với loại “hàng hóa, dịch vụ được cung ứng miễn phí”.

Vì quy định không rõ ràng này của Nghị định 32, nên Luật Thương mại 2005 đã làm rõ “hàng hóa, dịch vụ cung ứng cho khách hàng trong thời gian khuyến mại được cung ứng miễn phí”.

Giá trị hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại

Theo Nghị định 32, giá trị hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại cho một đơn vị hàng hóa khuyến mại không được vượt quá 30% giá của hàng hóa, dịch vụ khuyến mại trước thời gian khuyến mại. Tuy nhiên, Nghị định 37 đã điều chỉnh giá trị dùng để khuyến mại này lên mức 50% để đảm bảo cho những người tham dự chương trình khuyến mại được hưởng các lợi ích vật chất ở mức cao hơn.

Hàng hóa, dịch vụ được khuyến mại

Liên quan đến mức giảm giá tối đa đối với hàng hóa, dịch vụ được khuyến mại, Nghị định 32 quy định “mức giảm giá cho từng mặt hàng, từng dịch vụ thương mại tại bất cứ thời điểm khuyến mại nào không được dưới 70% giá hàng hóa, dịch vụ trước thời gian khuyến mại”. Nói cách khác, trong thời gian khuyến mại, mỗi hàng hóa hoặc dịch vụ được khuyến mại theo Nghị định 32 chỉ được phép giảm giá tối đa là 30%, trong khi đó theo Nghị định 37 là 50%.

Rõ ràng, mức giảm giá tối đa của mỗi hàng hóa hoặc dịch vụ được khuyến mại trong Nghị định 37 đã cho phép các doanh nghiệp nâng giá trị khuyến mại lên mức cao hơn cũng như đã mở rộng quyền của các thương nhân thực hiện khuyến mại tại Việt Nam.

Thời gian thực hiện khuyến mại

Nghị định 32 không hạn chế thời gian thực hiện hình thức khuyến mại “bán hàng, cung ứng dịch vụ kèm theo việc tham dự chương trình khuyến mại mang tính may rủi”. Ngược lại, Nghị định 37 lại ghi nhận rất rõ ràng và cụ thể thời gian thực hiện đối với loại hình khuyến mại này tại Điều 12.

Cụ thể là, tổng thời gian thực hiện khuyến mại đối với một nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ không được quá 180 ngày trong một năm và một chương trình khuyến mại không được quá 90 ngày.

Hình thức khuyến mại

Về cơ bản, các hình thức khuyến mại trong Nghị định 32 và Nghị định 37 là tương tự nhau mặc dù Nghị định 37 có bổ sung thêm 02 hình thức khuyến mại mới bao gồm “tổ chức chương trình khách hàng thường xuyên” và “khuyến mại hàng hóa, dịch vụ thông qua Internet và các phương tiện điện tử khác”. Như vậy, tổng số hình thức khuyến mại theo được phép thực hiện trong Nghị định 37 đã được nâng lên 08 thay vì 06 như trước đây.

Đối với hình thức “bán hàng, cung ứng dịch vụ có kèm theo phiếu dự thi cho khách hàng để chọn người trao thưởng theo thể lệ và giải thưởng đã công bố”, chúng tôi cho rằng Nghị định 37 vẫn chưa đưa ra được các tiêu chí xác định “như thế nào là nội dung của chương trình thi khuyến mại không trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam” mà Nghị định 32 còn để ngỏ.

Bảo vệ trẻ em trong hoạt động quảng cáo thương mại

“Bảo vệ trẻ em trong hoạt động quảng cáo thương mại” là một quy định mới của Nghị định 37. Quy định này nghiêm cấm việc lợi dụng sự thiếu hiểu biết và thiếu kinh nghiệm của trẻ em để đưa các thông tin không được cho phép vào các sản phẩm quảng cáo. Việc ghi nhận điều luật này được đánh giá là một quy định tiến bộ và thiết thực nhằm mục đích bảo vệ quyền lợi của trẻ em trước các quảng cáo thương mại.

Tuy nhiên, cơ quan có thẩm quyền nên cụ thể hóa các tiêu chí sau đây, đặc biệt là “các tiêu chí để xác định như thế nào là làm giảm niềm tin của trẻ vào gia đình và xã hội?” hoặc “như thế nào lợi dụng sự thiếu hiểu biết và thiếu kinh nghiệm của trẻ em”, do các tiêu chí này hiện vẫn chưa được rõ ràng để giải thích và áp dụng trên thực tế.

Hiện nay, hầu hết các quốc gia đều có những quy định cụ thể về nội dung bảo vệ trẻ em trong hoạt động quảng cáo. Chẳng hạn như ở Canada, các đài phát thanh và đài truyền hình không được quảng cáo thuốc hoặc vitamin (trừ kem đánh răng) dùng cho trẻ em. Quảng cáo cho trẻ em (trừ quảng cáo về giáo dục và sức khỏe) không được ngụ ý rằng việc sở hữu hay sử dụng một sản phẩm sẽ làm cho trẻ em tốt hơn, cao cấp hơn; hoặc nếu không sử dụng sản phẩm thì bị xem thường.

ở Pháp, Luật về Sức khỏe cấm các mẫu quảng cáo thực phẩm chứa nhiều chất béo hoặc nhiều đường trên truyền hình cho trẻ em nhằm hạn chế tình trạng béo phì. Vì vậy, việc sớm đưa ra các tiêu chí xác định đối với trường hợp này là rất cần thiết.

Trách nhiệm của thương nhân kinh doanh quảng cáo và cơ quan quản lý các phương tiện quảng cáo

Trước đây, Nghị định 32 chỉ ghi nhận trách nhiệm về mặt quản lý Nhà nước của các cơ quan có thẩm quyền như Bộ Thương mại, Bộ Văn hóa Thông tin, Ủy ban Nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương mà không đề cập đến trách nhiệm của những cá nhân liên quan như thương nhân kinh doanh quảng cáo.

Nghị định 37, ngoài việc ghi nhận trách nhiệm của các cơ quan có thẩm quyền, đã bổ sung thêm trách nhiệm của “thương nhân kinh doanh quảng cáo” và “người đứng đầu cơ quan quản lý các phương tiện quảng cáo” đối với nội dung sản phẩm quảng cáo.

Theo quy định mới, thương nhân kinh doanh quảng cáo phải chịu trách nhiệm về nội dung sản phẩm quảng cáo của mình nếu nội dung này vi phạm các nội dung quảng cáo bị cấm tại Luật Thương mại 2005 và các nội dung về sản phẩm quảng cáo được quy định tại Nghị định 37.

Đối với người đứng đầu cơ quan quản lý các phương tiện thông tin đại chúng, phương tiện truyền tin, báo điện tử và các loại xuất bản phẩm phải chịu trách nhiệm về sản phẩm quảng cáo thương mại được xuất bản trên các phương tiện quảng cáo mà mình quản lý.

Kết luận

Việc ban hành Nghị định 37 và các hướng dẫn điều chỉnh các hoạt động quảng cáo và khuyến mại được cộng đồng các doanh nghiệp đánh giá cao. Tuy nhiên, một số quy định trong Nghị định này vẫn còn nhiều hạn chế. Vì vậy, để việc thi hành Nghị định 37 trên thực tế được thuận lợi, đề nghị các cơ quan có thẩm quyền nên sớm ban hành các văn bản hướng dẫn để cụ thể hóa các quy định mà Nghị định còn bỏ ngỏ.

Các lĩnh vực khác:

Tài chính

- Thông tư số 115/2006/TT-BTC ngày 29/12/2006 của Bộ Tài chính về việc sửa đổi, bổ sung Thông tư số 132/2004/TT-BTC ngày 30/12/2004 của Bộ Tài chính hướng dẫn chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng phí, lệ phí sở hữu công nghiệp.
- Thông tư số 02/2007/TT-BTC ngày 08/01/2007 của Bộ Tài chính về việc sửa đổi, bổ sung Thông tư số 95/2005/TT-BTC ngày 26/10/2005 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện các quy định của pháp luật về lệ phí trước bạ.
- Ngày 10/01/2007, liên tịch Bộ Tài chính và Bộ Tư pháp đã ra Thông tư liên tịch số 03/2007/TTLT/BTC-BTP hướng dẫn chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng lệ phí đăng ký và phí cung cấp thông tin về giao dịch bảo đảm.

- Nghị định số 160/2006/NĐ-CP ngày 28/12/2006 của Chính phủ về việc quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Ngoại hối.
- Cùng ngày Chính phủ đã ban hành Nghị định số 161/2006/NĐ-CP quy định về thanh toán bằng tiền mặt.

Ngân hàng

- Ngày 21/12/2006, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Quyết định số 59/2006/QĐ-NHNN ban hành Quy chế mua, bán nợ của các tổ chức tín dụng;
- Ngày 20/12/2006, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 151/2006/NĐ-CP về tín dụng đầu tư và tín dụng xuất khẩu của Nhà nước;
- Quyết định số 2554/QĐ-NHNN, ngày 31/12/2006, của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam về việc ban hành một số quy định liên quan đến giao dịch ngoại tệ của các tổ chức tín dụng được phép hoạt động tại Việt Nam;
- Ngày 29/12/2006, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ban hành Quyết định số 62/2006/QĐ-NHNN về việc ban hành Quy chế thực hiện giao dịch hoán đổi lãi suất;
- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành Quyết định số 63/2006/QĐ-NHNN, ngày 29/12/2006, về việc ban hành Quy chế chiết khấu, tái chiết khấu công cụ chuyển nhượng của tổ chức tín dụng đối với khách hàng;
- Ngày 05/01/2007, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ban hành Quyết định số 01/2007/QĐ-NHNN ban hành Quy chế nghiệp vụ thị trường mở;
- Quyết định số 86/QĐ-NHNN ngày 08/01/2007 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam về danh mục các loại giấy tờ có giá, tỷ lệ chênh lệch giữa giá trị giấy tờ có giá tại thời điểm định giá và giá thanh toán, tỷ lệ giao dịch của các loại giấy tờ có giá qua nghiệp vụ thị trường mở.

Bảo hiểm

- Thông tư liên tịch số 16/2006/TTLT-BYT-BTC, ngày 06/12/2006, của Bộ Y Tế, Bộ Tài chính về việc hướng dẫn sửa đổi, bổ sung một số điểm của Thông tư liên tịch số 21/2005/TTLT-BYT-BTC ngày 27/7/2005 của liên Bộ Y Tế - Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện bảo hiểm y tế bắt buộc;
- Ngày 22/12/2006, Chính phủ đã ban hành Nghị định 152/2006/NĐ-CP hướng dẫn một số điều của Luật Bảo hiểm xã hội về bảo hiểm xã hội bắt buộc.

Thương mại

- Ngày 28/12/2006, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 158/2006/NĐ-CP, quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở giao dịch hàng hóa;
- Quyết định số 39/2006/QĐ-BTM, ngày 28/12/2006, của Bộ Thương mại về việc phê duyệt bổ sung Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia năm 2007;
- Ngày 29/12/2006, Chính phủ ban hành Nghị định số 163/2006/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Bộ luật Dân sự về giao dịch bảo đảm.

Y tế

- Quyết định số 41/2006/QĐ-BYT ngày 28/12/2006 của Bộ Y tế về việc điều chỉnh thời gian thực hiện quy chế Quản lý mỹ phẩm theo Quyết định số 35/2006/QĐ-BYT ngày 10/11/2006 của Bộ trưởng Bộ Y tế;
- Ngày 28/12/2006, Bộ Y tế ban hành Quyết định số 42/2006/QĐ-BYT về việc gia hạn thời hạn hiệu lực của Quyết định số 17/2006/QĐ-BYT ngày 19/5/2006 của Bộ trưởng Bộ Y tế ban hành quy định tạm thời việc nhập khẩu thuốc thành phẩm chưa có số đăng ký.

Giáo dục

- Thông tư số 51/2006/TT-BGDĐT ngày 13/12/2006 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 49/2005/NĐ-CP ngày 11/4/2005 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giáo dục.

Điện lực

- Thông tư số 11/2006/TT-BCN ngày 20/12/2006 của Bộ Công nghiệp về việc hướng dẫn thực hiện giá bán điện.

Thủy sản

- Nghị định số 154/2006/NĐ-CP ngày 25/12/2006 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung Điều 17 Nghị định số 128/2005/NĐ-CP ngày 11/10/2005 của Chính phủ quy định về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực thủy sản.

Môi trường

- Nghị định số 04/2007/NĐ-CP ngày 08/01/2007 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 67/2003/NĐ-CP ngày 13/06/2003 của Chính phủ về phí bảo vệ môi trường đối với nước thải;
- Ngày 26/12/2006, Bộ Tài nguyên và Môi trường ban hành Quyết định số 23/2006/QĐ-BTNMT về việc ban hành Danh mục chất thải nguy hại;
- Quyết định số 22/2006/QĐ-BTNMT ngày 18/12/2006 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về việc bắt buộc áp dụng Tiêu chuẩn Việt Nam về môi trường.

Văn bản khác

- Quyết định số 27/2006/QĐ-BKHCN ngày 18/12/2006 của Bộ Khoa học và Công nghệ về việc ban hành “quy định về tiêu chuẩn xác định dự án sản phẩm công nghệ cao”;
- Ngày 10/01/2007, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 05/2007/QĐ-TTg về việc ban hành Quy chế thẩm định dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật;
- Ngày 12/01/2007, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 07/2007/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Trợ giúp pháp lý;
- Nghị định số 08/2007/NĐ-CP ngày 15/01/2007 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 115/2003/NĐ-CP ngày 10/10/2003 của Chính phủ về chế độ công chức dự bị;
- Ngày 29/12/2006, Bộ Tài chính đã ban hành Quyết định số 76/2006/QĐ-BTC về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 215/2000/QĐ-BTC ngày 29/12/2000 của Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành mức thu lệ phí cấp giấy phép hoạt động bưu chính viễn thông.

Địa chỉ liên hệ

Trụ sở Hà Nội

Phạm Nghiêm Xuân Bắc

Tổng Giám đốc

Phạm Minh Hải

Giám đốc Văn phòng Tư vấn

Lê Quỳnh Anh

Trưởng Văn phòng Luật

Lê Thị Kim Dung

Giám đốc Văn phòng Sở hữu Trí tuệ

Phòng 308-310, tầng 3, Tháp Hà Nội

49 phố Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: 84-4 934-0629 / 826-4797 - Fax: 84-4 934-0631

E-mail: vision@hn.vnn.vn

Chi nhánh tại TP HCM

Lưu Tiến Ngọc

Giám đốc Văn phòng TP HCM

Andrew Hilton

Luật sư Nước ngoài

Phòng 1801, tầng 18, Saigon Trade Centre

37 phố Tôn Đức Thắng, quận 1, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại: 84-8 823-6495 - Fax: 84-8 823-6496

E-mail: hcmvision@hcm.vnn.vn

www.vision-associates.com