

SƠ LƯỢC CÁC NỘI DUNG VỀ VIỆC SỬA ĐỔI NGHỊ ĐỊNH SỐ 37/2006/NĐ-CP

A. TỔNG QUAN CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT TRONG LĨNH VỰC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. Khái niệm xúc tiến thương mại

Theo quy định tại Luật Thương mại 2005: Xúc tiến thương mại là hoạt động thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội mua bán hàng hoá và cung ứng dịch vụ, bao gồm hoạt động khuyến mại, quảng cáo thương mại, trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ và hội chợ, triển lãm thương mại.

2 Hệ thống pháp luật về xúc tiến thương mại

2.1. Các văn bản trực tiếp điều chỉnh hoạt động xúc tiến thương mại:

- Luật Thương mại,
- Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại (sau đây gọi tắt là Nghị định số 37/2006/NĐ-CP),
- Nghị định số 68/2009/NĐ-CP của Chính phủ sửa đổi, bổ sung khoản 7 Điều 4 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại (sau đây gọi tắt là Nghị định số 68/2009/NĐ-CP),
- Nghị định 185/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;
- Thông tư liên tịch số 07/2207/TTLT-BTM-BTC ngày 06/7/2007 của Bộ Thương mại, Bộ Tài chính hướng dẫn một số điều về hoạt động khuyến mại và hội chợ, triển lãm thương mại.

2.2. Các văn bản về các lĩnh vực khác nhưng có nội dung liên quan đến một số hoạt động XTTM:

Hoạt động xúc tiến thương mại còn được quy định tại một số văn bản chuyên ngành khác như Luật Cạnh tranh, Luật Viễn thông, Luật Bru chính, Luật Dược,... và các Nghị định, Thông tư hướng dẫn thi hành các văn bản này.

Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong hoạt động xúc tiến thương mại về cơ bản trong thời gian qua đã bảo đảm được công tác quản lý nhà nước, tạo môi trường pháp lý ổn định, phù hợp và tạo thuận lợi cho cộng đồng doanh nghiệp thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại hàng hoá, dịch vụ của mình, đồng thời cũng bảo vệ được quyền và lợi ích của người tiêu dùng trong việc sử dụng hàng hoá, dịch vụ. Tuy nhiên, cũng còn một số tồn tại và bất cập do có những quy định hiện nay đã không còn đảm bảo tính cập nhật so với sự phát triển nhanh chóng và đa dạng, phức tạp của hoạt động xúc tiến thương mại (Nội dung này sẽ được trình bày ở phần sau của Báo cáo).

3. TÓM TẮT NỘI DUNG QUY ĐỊNH TẠI 37/2006/NĐ-CP (gồm 5 Chương 43 Điều trong đó Chương I, Chương V là quy định chung về phạm vi, đối tượng điều chỉnh và tổ chức thực hiện).

3.1. Về Khuyến mại:

Do Luật Thương mại đã quy định các nội dung cơ bản về các hình thức khuyến mại, quyền và nghĩa vụ thương nhân thực hiện khuyến mại, hàng hóa, dịch vụ khuyến mại, thông tin khuyến mại, hành vi khuyến mại bị cấm nên Nghị định số 37/2006/NĐ-CP (Chương II) thực tế chỉ đưa ra một số quy định cụ thể đối với nội dung của từng hình thức như là: về trách nhiệm của thương nhân về chất lượng hàng hóa, dịch vụ khuyến mại; các thông tin liên quan đến việc sử dụng hàng hóa, dịch vụ khuyến mại; thời gian thực hiện khuyến mại của một loại nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ; nguyên tắc để thực hiện khuyến mại và quy định hạn mức tối đa về giá trị hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại.

Nghị định 37/2006/NĐ-CP cũng quy định thương nhân phải thực hiện các trình tự, thủ tục thông báo/đăng ký đến cơ quan nhà nước có thẩm quyền khi khuyến mại.

Hồ sơ, trình tự, thủ tục thông báo/đăng ký khuyến mại được quy định tại Nghị định số 37/2006/NĐ-CP, được hướng dẫn cụ thể và có các mẫu kèm theo tại Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC. Ngoài ra, Nghị định quy định thương nhân thực hiện khuyến mại không được chấm dứt việc thực hiện khuyến mại trước thời hạn đã công bố trừ trường hợp bất khả kháng thì thương nhân có thể chấm dứt chương trình khuyến mại nhưng phải thông báo công khai với khách hàng và cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền. Các cơ quan nhà nước có thẩm quyền có quyền đình chỉ một phần hoặc toàn bộ chương trình khuyến mại của thương nhân nếu phát hiện có hành vi vi phạm pháp luật.

3.2. Về hội chợ, triển lãm thương mại:

Hoạt động hội chợ, triển lãm thương mại quy định tại Luật Thương mại và được hướng dẫn tại Chương IV Nghị định 37/2006/NĐ-CP. Do Luật Thương mại đã quy định về một số nội dung cơ bản nên Nghị định 37/2006/NĐ-CP chỉ đưa ra một số quy định về ghi nhãn hàng hóa, trưng bày hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tên/chủ đề của hội chợ, triển lãm thương mại và trình tự, thủ tục hành chính đối với việc đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm.

Nghị định cũng quy định đối với việc đăng ký trùng lặp hội chợ, triển lãm thương mại, trường hợp có từ 2 tổ chức, cá nhân đăng kí hoạt động triển lãm, hội chợ tại cùng một địa phương về cùng một chủ đề thì cơ quan quản lý thương mại sẽ tổ chức hiệp thương.

3.3 Về Quảng cáo thương mại

Hoạt động quảng cáo thương mại được quy định tại Luật Thương mại và Nghị định số 37/2006/NĐ-CP. Nghị định số 37/2006/NĐ-CP quy định một số nội dung chung như bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ trẻ em trong hoạt động quảng cáo thương mại; quy định quảng cáo thương mại đối với các hàng hóa, dịch vụ liên quan đến y tế, các sản phẩm thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón, thức ăn chăn nuôi và giống vật nuôi, giống cây trồng, hàng hóa thuộc diện phải áp dụng tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật về chất lượng hàng hóa. Bên cạnh đó, Nghị định cũng quy định một số trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân về nội dung sản phẩm quảng cáo thương mại.

3.4 Về Trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ

Hoạt động Trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ chỉ quy định tại Luật Thương mại và chưa được hướng dẫn tại các văn bản quy phạm pháp luật nào khác dưới Luật. Theo đó, Luật Thương mại quy định các nội dung cơ bản về các đối tượng được tham gia trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ; Các hình thức trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ ; hàng hoá, dịch vụ được trưng bày, giới thiệu và điều kiện để

thực hiện. Vì vậy, toàn bộ Nghị định 37/2006/NĐ-CP hoàn toàn không có nội dung nào quy định về hoạt động này.

3.5 Cơ quan quản lý nhà nước trong hoạt động xúc tiến thương mại

Cơ quan quản lý nhà nước trong hoạt động xúc tiến thương mại được quy định tại Luật Thương mại và Nghị định số 37/2006/NĐ-CP, đồng thời căn cứ theo Nghị định số 95/2012/NĐ-CP của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương, Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC, Quyết định số 984/QĐ-BCT, cụ thể như sau:

- Cơ quan quản lý nhà nước cấp trung ương: Bộ Công Thương (Cục XTTM) có vai trò đầu mối, chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện việc quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại.

- Cơ quan quản lý nhà nước cấp địa phương (tỉnh, thành): Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong phạm vi nhiệm vụ và quyền hạn của mình, chỉ đạo Sở Thương mại, Sở Thương mại - Du lịch (nay là Sở Công Thương) thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn theo quy định của pháp luật./.

B. VƯỚNG MẮC, BẤT CẬP TRONG THỰC THI CÁC QUY ĐỊNH CỦA NGHỊ ĐỊNH SỐ 37/2006/NĐ-CP

(Được tổng hợp trên cơ sở: Báo cáo khảo sát quản lý nhà nước về XTTM trên toàn quốc; Báo cáo công tác quản lý nhà nước về XTTM của Sở Công Thương các tỉnh, thành phố hàng năm; Tổng hợp kiến nghị sửa đổi, bổ sung Nghị định số 37/2006/NĐ-CP và Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC của 49 Sở Công Thương trên toàn quốc)

I. Vướng mắc, bất cập đối với các quy định về khuyến mại:

1. Về các nội dung quy định liên quan đến thương nhân thực hiện khuyến mại (quy định tại Điều 2 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP):

Điều 2 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP đã đưa ra quy định về *Thương nhân trực tiếp thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại và thương nhân kinh doanh dịch vụ xúc tiến thương mại*. Tuy nhiên, hiện nay có các trường hợp khuyến mại theo chương trình tại các Siêu thị, trung tâm thương mại, hội chợ triển lãm với hàng nghìn chủng loại hàng hóa của hàng trăm doanh nghiệp phân phối đã mở rộng đối tượng thương nhân thực hiện khuyến mại.

2. Về các nội dung liên quan đến nguyên tắc thực hiện khuyến mại (quy định tại các Điều 4 Nghị định 37/2006/NĐ-CP):

Ngoại trừ khoản 7, tất cả các khoản từ khoản 1 đến khoản 6 đều được quy định mang tính chung chung: Không được phân biệt đối xử, không được lợi dụng lòng tin của khách hàng, phải đảm bảo điều kiện thuận lợi cho khách hàng nhận thưởng...vv điều này khó áp dụng thống nhất trong thực tiễn, chưa tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp chủ động thực hiện hoạt động khuyến mại của mình.

3. Về hạn mức giá trị tối đa dùng để khuyến mại (Tại Điều 5, Điều 6 Nghị định):

- Với quan điểm xuất phát từ chủ trương quy định về hạn mức giá trị tối đa dùng để khuyến mại theo hướng nhằm hạn chế sự cạnh tranh không lành mạnh trên thị trường,

Luật Thương mại và Nghị định 37/2006/NĐ-CP theo đó đã tạo ra một giới hạn, định mức 50% về giá trị dùng để khuyến mại (kể cả mức giảm giá) cho hầu hết tất cả các hoạt động khuyến mại của thương nhân. Thực tiễn hoạt động khuyến mại trong thời gian qua đến nay cho thấy, quy định này đã không còn phù hợp, đi ngược lại với tình hình phát triển của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, cũng có nghĩa gián tiếp ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng.

- Mặt khác, trên thế giới hiện nay tại rất nhiều quốc gia hàng năm thường có những giai đoạn, thời điểm mà trong đó hoạt động khuyến mại được tổ chức một cách đồng bộ, rộng khắp cả 1 vùng, quốc gia với những mức giá trị được dùng khuyến mại có thể lên tới 100%. Ở Việt Nam, trong vài năm qua cũng đã có một số địa phương đã thực hiện chương trình này (tháng khuyến mại). Tuy nhiên, khó khăn, vướng mắc chủ yếu mà các địa phương gặp phải khi tổ chức, phát động của chương trình khuyến mại như tháng khuyến mại, mùa mua sắm là quy định không được giảm giá quá 50%.

4. Về các hình thức khuyến mại (quy định tại các Điều từ Điều 7 đến Điều 14 Nghị định):

- Luật Thương mại quy định hoạt động khuyến mại bao gồm 8 hình thức khuyến mại cơ bản, cộng thêm hình thức khác. Nghị định số 37/2006/NĐ-CP đưa ra quy định hướng dẫn các hình thức này trong đó đối với hình thức khuyến mại khác thì quy định chưa chi tiết, cụ thể. Trong khi đó, với phương thức thực hiện khuyến mại của doanh nghiệp ngày càng phong phú và đa dạng thì có rất nhiều hình thức khuyến mại mới được thực hiện: khuyến mại qua điện thoại, facebook, hội nghị khách hàng, hình thức chiết khấu thương mại...vv.

5. Về các nội dung liên quan đến thủ tục hành chính về khuyến mại (quy định tại các Điều 15, Điều 16, Điều 17 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP và được hướng dẫn cụ thể tại Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC):

- Các quy định về hồ sơ doanh nghiệp phải nộp khi thực hiện khuyến mại đang còn phức tạp, chưa đơn giản thủ tục hành chính.

- Bên cạnh đó, thời hạn tiếp nhận, xử lý các thủ tục hành chính trong lĩnh vực này (tại các Điều 15, Điều 16) đang còn dài cũng được coi là nguyên nhân không nhỏ dẫn đến khó khăn cho các doanh nghiệp thực hiện khuyến mại.

- Quy định về cách thức nộp hồ sơ qua bưu điện hoặc trực tiếp đến nay không còn phù hợp khi các cơ quan quản lý nhà nước áp dụng cung cấp dịch vụ công trực tuyến về khuyến mại mức độ 3, 4.

6. Về các nội dung khác:

6.1 Về việc công bố, báo cáo kết quả thực hiện khuyến mại:

Các nội dung quy định về báo cáo kết quả khuyến mại (khoản 3 Điều 15 và khoản 6 Điều 16 Nghị định) và công bố kết quả (Điều 18 Nghị định) cũng còn nhiều điểm chưa rõ ràng, chưa phù hợp với thực tiễn, chưa tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc thực thi.

6.2 về việc chấm dứt thực hiện chương trình khuyến mại (Điều 19 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP):

Quy định này đã gây ra không ít khó khăn, vướng mắc cho các doanh nghiệp, trong các trường hợp thương nhân khi triển khai thực hiện các chương trình khuyến mại không đạt được hiệu quả nhưng không thể dừng hoạt động khuyến mại lại được

mặc dù việc dùng khuyến mại trong một số trường hợp không xâm phạm đến quyền lợi của khách hàng (trong các chương trình tặng quà, tặng hàng mẫu, giảm giá...).

II. Vướng mắc, bất cập đối với các quy định về hội chợ, triển lãm thương mại:

1. Về các quy định về thương nhân tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại:

- Vướng mắc, bất cập đối với quy định về các đối tượng thương nhân tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại, thương nhân kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại cũng tương tự như đã nêu tại khoản 1 Mục I về thương nhân thực hiện khuyến mại, thương nhân trực tiếp thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại, kinh doanh dịch vụ khuyến mại, kinh doanh dịch vụ xúc tiến thương mại.

- Ngoài ra, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP cũng không có bất kỳ nội dung nào quy định cụ thể về quyền, nghĩa vụ của thương nhân tổ chức và thương nhân tham gia hội chợ, triển lãm thương mại (các nội dung này chỉ được quy định chung chung tại Luật Thương mại).

2. Hàng hóa, dịch vụ trưng bày, giới thiệu tại hội chợ, triển lãm thương mại:

- Tương tự như trên, ngoài các nội dung quy định chung tại Luật Thương mại, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP cũng gần không có bất kỳ nội dung nào quy định cụ thể về hàng hóa, dịch vụ tham gia hội chợ, triển lãm thương mại (ngoại trừ một số nội dung như dán nhãn – Điều 29, tạm nhập tái xuất, tạm xuất tái nhập – Điều 33 được quy định theo hướng dẫn chiếu).

- Tại Điều 30, Điều 32, Nghị định chỉ quy định chung, rất sơ sài về việc trưng bày hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ phải được sự chấp thuận của cơ quan quản lý nhà nước về thương mại có thẩm quyền và về việc cấp giấy chứng nhận về danh hiệu, giải thưởng cho các hàng hóa, thương nhân tham gia hội chợ, triển lãm thương mại.

3. Về các quy định liên quan đến trình tự, thủ tục đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (tại các Điều 34, Điều 35, Điều 36, Điều 37 và Điều 38);

- Các nội dung quy định về thời hạn tiếp nhận, xử lý các thủ tục hành chính trong lĩnh vực này đến nay đã không còn phù hợp, không tạo điều kiện tối đa cho doanh nghiệp thực hiện hoạt động kinh doanh của mình.

4. Về các nội dung khác:

- Theo phản ánh từ cộng đồng các doanh nghiệp và đặc biệt các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương, do hoạt động hội chợ, triển lãm thương mại hiện nay được quản lý chủ yếu theo hướng hậu kiểm nên cần thiết phải xem xét, bổ sung thêm các nội dung quy định mang tính chặt chẽ hơn về: điều kiện, tiêu chuẩn, quy chuẩn đối với hoạt động hội chợ triển lãm.

- Nhiều cơ quan quản lý nhà nước kiến nghị cần có quy định cụ thể về địa điểm tổ chức HCTL thương mại; kế hoạch, phương án tổ chức; cần quy định cụ thể thời gian tối thiểu tổ chức 2 cuộc Hội chợ, triển lãm thương mại gần nhất trên 1 địa bàn; Cần sửa đổi, bổ sung thêm vào nội dung đăng ký tổ chức Hội chợ, triển lãm thương mại để đảm bảo hiệu quả của hoạt động tổ chức hội chợ triển lãm trên địa bàn; Cần xem xét phân cấp hơn nữa cho các cơ quan chức năng của địa phương như: Huyện, Quận, Thành phố của tỉnh để thực hiện việc quản lý chặt chẽ hơn.

III. Vướng mắc, bất cập về trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ:

Do Luật Thương mại mặc dù quy định về hoạt động trung bày, giới thiệu hàng hóa dịch vụ nhưng lại nêu rất chung chung, trong khi Nghị định 37/2006/NĐ-CP lại không có bất kỳ nội dung nào quy định về hoạt động này, cũng không đưa ra bất kỳ nội dung nào về thủ tục hành chính. Có thể cho thấy theo quan điểm của Luật Thương mại, hoạt động trung bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ được cho là không cần thiết phải được quản lý theo hướng tiền kiểm (thông báo, đăng ký trước khi thực hiện) mà chỉ cần quản lý theo hướng hậu kiểm (kiểm tra, giám sát đảm bảo tuân thủ đúng theo quy định của pháp luật). Quan điểm này thực sự khác biệt và theo hướng mở so với quan điểm đối với các hoạt động xúc tiến thương mại còn lại. Tuy nhiên, do chỉ đặt vấn đề quản lý nhà nước theo hướng hậu kiểm trong khi các nội dung quy định tại Luật Thương mại lại sơ sài nên trên thực tế phát sinh rất nhiều khó khăn, vướng mắc cho các cơ quan quản lý nhà nước trong việc giám sát, xử lý các sai phạm của hoạt động trung bày, giới thiệu hàng hóa biến tướng, lừa đảo người tiêu dùng.

IV. Vướng mắc, bất cập đối với quy định về quảng cáo thương mại:

Căn cứ theo Luật Thương mại và các văn bản hướng dẫn Luật, quảng cáo thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân để giới thiệu với khách hàng về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ của mình được quy định tại Luật Thương mại (Mục 2 Chương 4) và Nghị định số 37/2006/NĐ-CP (Chương III).

Theo Luật Quảng cáo năm 2012 và pháp luật về quảng cáo hiện hành thì quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi. Trên cơ sở đó, pháp luật về quảng cáo đã ban hành các quy định điều chỉnh toàn diện đối với các hoạt động quảng cáo.

Căn cứ theo Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật, do Luật Quảng cáo mới được ban hành năm 2012 nên hoạt động quảng cáo (kể cả quảng cáo thương mại) hiện nay đều được điều chỉnh bởi Luật Quảng cáo. Thực tiễn công tác quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại từ trước tới nay cũng cho thấy mặc dù Luật Thương mại có nội dung quy định về quảng cáo thương mại song công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động quảng cáo gần như hoàn toàn do các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa, thể thao và du lịch thực hiện và thực hiện theo pháp luật về quảng cáo (trước đây là Pháp lệnh quảng cáo, sau đó là Luật Quảng cáo), các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại về cơ bản đã và đang không triển khai công tác quản lý nhà nước về quảng cáo thương mại theo Luật Thương mại.

D. MỘT SỐ NỘI DUNG ĐỀ XUẤT XEM XÉT SỬA ĐỔI, BỔ SUNG TẠI NGHỊ ĐỊNH SỐ 37/2006/NĐ-CP:

I. Dự kiến chủ trương, định hướng sửa đổi văn bản:

1. Cụ thể hóa, đơn giản hóa các thủ tục hành chính về khuyến mại, hội chợ triển lãm thương mại (về cách thức, về thời gian, về thành phần hồ sơ...);
2. Sửa đổi các quy định hiện hành theo hướng tập trung vào công tác hậu kiểm, giảm dần một cách phù hợp các khâu tiền kiểm trong quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại (giảm dần các thủ tục hành chính).
3. Bổ sung quy định về hiện đại hóa các thủ tục hành chính, việc thực hiện các dịch vụ công trực tuyến theo hướng cung cấp trực tuyến cấp độ 4 đối với tất cả các thủ tục hành chính;

4. Bổ sung, điều chỉnh các nội dung quy định mang tính nguyên tắc, điều kiện theo hướng cụ thể hơn, chặt chẽ hơn nhằm tạo khung pháp lý rõ ràng, thông thoáng cho hoạt động xúc tiến thương mại phát triển, đồng thời đảm bảo hiệu quả hơn cho công tác quản lý nhà nước về xúc tiến thương mại;

II. Dự kiến các nhóm nội dung cụ thể cần xem xét, sửa đổi hoặc bổ sung trong văn bản:

1. Đối với các quy định về khuyến mại dự kiến sẽ xem xét sửa đổi, bổ sung các nhóm nội dung:

1.1. Các quy định về thương nhân thực hiện khuyến mại: Sửa đổi, bổ sung quy định tại Điều 2 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP theo hướng làm rõ, cụ thể hóa các đối tượng thương nhân thực hiện khuyến mại, thương nhân kinh doanh dịch vụ khuyến mại trong các trường hợp khuyến mại.

1.2. Về nguyên tắc thực hiện khuyến mại: Sửa đổi các khoản từ khoản 1 đến khoản 6 Điều 4 Nghị định Nghị định số 37/2006/NĐ-CP theo hướng làm rõ ràng, cụ thể hơn nữa các nguyên tắc.

1.3. Về hạn mức tối đa của giá trị hàng hóa, dịch vụ dùng để khuyến mại;

- Sửa đổi Điều 5, Điều 6 theo hướng xem xét lại về hạn mức giá trị tối đa dùng để khuyến mại, mức giảm giá tối đa 50%.

- Bổ sung các nội dung quy định về tháng khuyến mại, mùa khuyến mại để đảm bảo phù hợp với xu hướng xã hội hóa và thực tiễn; nội dung về cách thức tính giá trị hàng hóa dùng để khuyến mại trong trường hợp thương nhân được các tổ chức, cá nhân khác tài trợ, tặng, cho... giải thưởng để phục vụ các chương trình khuyến mại của mình.

1.4. Về các hình thức khuyến mại:

- Sửa đổi các nội dung các Điều từ Điều 7 đến Điều 14 Nghị định theo hướng đưa ra các nội dung quy định, hướng dẫn về từng hình thức khuyến mại nhằm đảm bảo làm rõ, cụ thể hóa các hình thức khuyến mại, tránh tình trạng quy định chung gây khó hiểu, nhầm lẫn giữa các hình thức khuyến mại hiện nay.

- Bổ sung các quy định hướng dẫn cụ thể, chi tiết các nội dung hiện được quy định tại từng hình thức khuyến mại (từ Điều 7 đến Điều 14 Nghị định) nhằm đảm bảo tính thực tiễn, tính khả thi.

1.5. Về các thủ tục thông báo, đăng ký thực hiện khuyến mại:

- Sửa đổi các nội dung quy định tại các Điều 15, Điều 16, Điều 17 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP theo hướng đơn giản hóa thủ tục hành chính (thời gian, hồ sơ, trình tự thực hiện...) tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp thực hiện.

- Bổ sung các quy định về cung cấp dịch vụ công trực tuyến (hiện đại hóa hành chính) để tạo thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp, tăng cường kết nối giữa các cơ quan quản lý nhà nước.

1.6. Về các nội dung khác:

- Về công bố, báo cáo kết quả thực hiện chương trình khuyến mại:

+ Sửa đổi khoản 3 Điều 15 và khoản 6 Điều 16 Nghị định theo hướng quy định phù hợp hơn cho các trường hợp địa bàn thực hiện khuyến mại trên nhiều tỉnh, thành phố cũng như các trường hợp khác.

+ Bổ sung các khoản tại Điều 18 quy định cụ thể về các trường hợp “có trao giải thưởng” theo hướng rõ ràng, cụ thể cho các doanh nghiệp thực hiện cũng như cho các cơ quan quản lý nhà nước kiểm tra, giám sát.

- Quy định về việc chấm dứt thực hiện chương trình khuyến mại: Sửa đổi Điều 19 Nghị định theo hướng cho phép trong một số trường hợp cụ thể, doanh nghiệp có thể chấm dứt thực hiện khuyến mại để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp.

- Các quy định khác (nếu có).

2. Đối với các quy định về hội chợ, triển lãm thương mại dự kiến sẽ xem xét sửa đổi, bổ sung các nhóm nội dung:

2.1. Về các quy định về thương nhân tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại: Tương tự đối với khuyến mại, sửa đổi, bổ sung quy định tại Điều 2 Nghị định số 37/2006/NĐ-CP theo hướng làm rõ, cụ thể hóa các đối tượng thương nhân tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại, thương nhân kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại.

2.2. Về hàng hóa, dịch vụ trưng bày, giới thiệu tại hội chợ, triển lãm thương mại:

- Sửa đổi Điều 30 theo hướng quy định rõ về cơ quan quản lý nhà nước, cách thức, trình tự thực hiện trong các trường hợp thương nhân muốn trưng bày, giới thiệu hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ.

- Sửa đổi Điều 32 theo hướng quy định cụ thể, rõ ràng hơn về các trường hợp cấp giấy chứng nhận, danh hiệu trong các hội chợ, triển lãm thương mại.

2.3. Về trình tự, thủ tục đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại:

- Sửa đổi các Điều từ Điều 34, Điều 35, Điều 36, Điều 37, Điều 38 theo hướng cải cách hành chính (đơn giản hóa thủ tục hành chính, hiện đại hóa thủ tục hành chính) để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các tổ chức, doanh nghiệp thực hiện.

- Bổ sung tại các Điều 34, Điều 36 các khoản quy định cụ thể về trình tự, cách thức thực hiện hiệp thương trong các trường hợp đăng ký trùng lặp.

2.4. Về các nội dung quy định khác:

Bổ sung các Điều, khoản quy định mang tính chặt chẽ hơn về điều kiện, tiêu chuẩn, quy chuẩn đối với hoạt động hội chợ triển lãm.

3. Đối với các quy định về quảng cáo thương mại dự kiến sẽ xem xét sửa đổi theo hướng để đảm bảo thống nhất với các quy định của pháp luật hiện hành về quảng cáo (Luật Quảng cáo)/.