

QUẢNG CÁO, GHI NHÃN THỰC PHẨM Ở NƯỚC TA: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● NGUYỄN MẠNH HÀ

TÓM TẮT:

Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 được Quốc hội thông qua ngày 17/6/2010, có hiệu lực từ ngày 1/7/2011. Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 được Quốc hội thông qua ngày 21/6/2012, có hiệu lực từ ngày 1/1/2013. Ngày 30/8/2006. Chính phủ ban hành Nghị định số 89/2006/NĐ-CP, từ ngày 1/6/2017 được thay thế bởi Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14/04/2017 về nhãn hàng hóa. Ngoài ra, việc quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta còn được điều chỉnh bởi nhiều văn bản quy phạm pháp luật có liên quan, như: Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa; Luật Cạnh tranh; Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... Phạm vi nghiên cứu của bài viết này là "Quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta, thực trạng và giải pháp".

Từ khóa: Quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm, Việt Nam.

1. Tình hình quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta

1.1. Về quảng cáo thực phẩm

Theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ là một trong 8 quyền của người tiêu dùng (khoản 2, Điều 8). Lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua hoạt động quảng cáo là 1 trong 8 hành vi bị cấm (khoản 1, Điều 10).

Theo Luật An toàn thực phẩm, được cung cấp thông tin trung thực về an toàn thực phẩm, hướng

dẫn sử dụng, vận chuyển, lưu giữ, bảo quản, lựa chọn, sử dụng thực phẩm phù hợp; được cung cấp thông tin về nguy cơ gây mất an toàn, cách phòng ngừa khi nhận được thông tin cảnh báo đối với thực phẩm, là 1 trong 5 quyền của người tiêu dùng (điểm a, khoản 1, Điều 9).

Theo Luật Quảng cáo, những hành vi bị cấm, theo Điều 8, khoản 9 là quảng cáo không đúng hoặc gây nhầm lẫn về khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; về số lượng, chất lượng, giá, công dụng, kiểu dáng, bao bì, nhãn hiệu, xuất xứ, chủng loại, phương thức phục vụ, thời hạn bảo hành của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đã dùng bị hoặc đã

dùng công bố. Theo khoản 11 là quảng cáo có sử dụng các từ ngữ “nhất”, “duy nhất”, “tốt nhất”, “số một” hoặc từ ngữ có ý nghĩa tương tự mà không có tài liệu hợp pháp chứng minh theo quy định. Theo Điều 19, yêu cầu đối với nội dung quảng cáo phải bảo đảm trung thực, chính xác, rõ ràng, không gây thiệt hại cho người sản xuất, kinh doanh và người tiếp nhận quảng cáo.

Sau gần 9 năm thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật An toàn thực phẩm, sau 7 năm thực hiện Luật Quảng cáo và hơn 10 năm thực hiện Nghị định 89 về Nhân hàng hóa, kể từ khi các văn bản này có hiệu lực, công tác quảng cáo thực phẩm nói chung đã có những tiến bộ so với trước, góp phần tích cực vào việc thực hiện quyền được thông tin của người tiêu dùng; giúp cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh đưa thông tin giới thiệu sản phẩm, hàng hóa của mình tới khách hàng và giúp cho công tác quản lý nhà nước trong hoạt động thương mại thuận lợi hơn.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả quan trọng đã đạt được, tình hình thực hiện pháp luật về quảng cáo thực phẩm, đặc biệt là thực phẩm chức năng ở nước ta hiện nay vẫn diễn biến rất phức tạp, ảnh hưởng không nhỏ đến quyền lợi người tiêu dùng; người sản xuất, kinh doanh chân chính và công tác quản lý của Nhà nước.

Một trong những vấn đề được người tiêu dùng băn khoăn, lo ngại là thực phẩm chức năng. Đây là mặt hàng đang được sử dụng rộng rãi ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là Mỹ, EU, Nhật Bản. Thị trường thực phẩm chức năng thế giới năm 2007 đã đạt 70 tỷ USD; năm 2010 tăng lên trên 110 tỷ USD; năm 2012 đạt gần 180 tỷ USD; năm 2017 đạt gần 300 tỷ USD. Tăng trưởng bình quân là 7,4% năm. Tại Việt Nam, thực phẩm chức năng mới được phát triển trong khoảng hơn 15 năm trở lại đây. Xuất hiện chậm so với thế giới hàng chục năm, nhưng theo xu hướng thế giới cũng tăng lên nhanh chóng. Đến nay, đã có hàng vạn sản phẩm thực phẩm chức năng có mặt trên thị trường. Với sự tham gia của hàng ngàn doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế.

Về mặt khái niệm, theo khoản 23, Điều 2 Luật An toàn thực phẩm: “Thực phẩm chức năng là

thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng của cơ thể con người, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng, giảm bớt nguy cơ mắc bệnh, bao gồm thực phẩm bổ sung, thực phẩm bảo vệ sức khỏe, thực phẩm dinh dưỡng y học”. Chính vì không phải là thuốc nên Luật An toàn thực phẩm quy định việc ghi nhãn thực phẩm chức năng phải ghi cụm từ “thực phẩm chức năng” và không được thể hiện dưới bất kỳ hình thức nào về tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.

Nhiều doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thực phẩm chức năng đã đầu tư nghiên cứu và áp dụng công nghệ hiện đại để sản xuất, cung ứng ra thị trường những sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng. Tuy nhiên, vẫn còn không ít tổ chức, cá nhân kinh doanh lợi dụng sự thiếu hiểu biết về thực phẩm chức năng của nhiều người, để trục lợi, gây thiệt hại về kinh tế, sức khỏe cho người tiêu dùng.

Một bệnh nhân sống tại Hà Nội, qua quảng cáo bài thuốc đông y cổ truyền “Tâm não kang” có tác dụng chữa khỏi bệnh cho người bị tai biến, khi sử dụng theo hướng dẫn, bệnh không giảm mà chân lại bị phù nề. Tuy vậy, nơi bán vẫn khuyến khích nên uống tiếp. Hậu quả, bệnh không thuyên giảm, chân còn bị sưng to hơn. Do công ty không thừa nhận trách nhiệm, bệnh nhân buộc phải khiếu nại đến Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng, công ty đã phải hoàn lại tiền và hỗ trợ một khoản tiền chữa bệnh. Nhiều thực phẩm chức năng được quảng cáo như “thần dược”. Hiện chưa có con số thống kê cụ thể có bao nhiêu trường hợp vi phạm, nhưng theo lãnh đạo Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế), tình trạng quảng cáo thực phẩm chức năng sai sự thật đang diễn ra tràn lan, với một số thủ đoạn phổ biến, như: quảng cáo khi chưa có sự thẩm định nội dung quảng cáo của cơ quan y tế; quảng cáo không đúng với nội dung đã được thẩm định; dùng các giáo sư, bác sĩ thầy thuốc đã nghỉ hưu và các nghệ sĩ, diễn viên để quảng cáo các công dụng.

Hiện nay, các lực lượng chịu trách nhiệm xử lý vi phạm về quảng cáo gồm: Bộ Y tế, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công Thương, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Trong thời gian qua,

Cục An toàn thực phẩm đã xử phạt vì phạm hành chính trong lĩnh vực này với số tiền lên đến 3 tỷ đồng/1 năm, tuy nhiên chỉ xử lý được phần ngọn, nghĩa là chỉ xử lý được doanh nghiệp có sản phẩm quảng cáo, còn cơ quan phát hành quảng cáo vẫn không thể xử lý được.

Không giống như thuốc - được nhà nước quản lý theo khung giá, thực phẩm chức năng được quản lý theo pháp luật về an toàn thực phẩm, do doanh nghiệp tự công bố giá. Kênh phân phối thực phẩm chức năng hầu như qua hình thức bán hàng đa cấp, giá thường bị đẩy lên quá cao.

Điều 20, Luật Quảng cáo, tại khoản 1 quy định điều kiện quảng cáo về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Song trên thực tế, rất nhiều quảng cáo trên các trang thương mại điện tử thực chất chỉ là những tin rao vặt để bán hàng hóa, dịch vụ mà người quảng cáo không hề có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Khoản 2 quy định: Quảng cáo cho các loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phải có các tài liệu chứng minh về sự hợp chuẩn, hợp quy của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ theo quy định của pháp luật. Điểm d, khoản 4 quy định quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm phải có giấy chứng nhận đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải đăng ký chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm hoặc giấy tiếp nhận hồ sơ công bố tiêu chuẩn của cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với thực phẩm, phụ gia thực phẩm thuộc danh mục phải công bố tiêu chuẩn. Tuy nhiên, nhiều vụ vi phạm vẫn xảy ra. Nếu như trong năm 2016, số tiền xử phạt các đơn vị vi phạm là 5,7 tỷ đồng, đến 9 tháng của năm 2019, cả nước đã xử phạt với số tiền hơn 46 tỷ đồng, trong đó Cục An toàn thực phẩm xử phạt hơn 3,1 tỷ đồng.

Những số liệu phân tích trên đây chỉ là một phần rất nhỏ trong các vi phạm về quảng cáo thực phẩm, điển hình là quảng cáo thực phẩm chức năng.

1.2. Về ghi nhãn thực phẩm

Ghi nhãn hàng hóa nói chung và ghi nhãn thực phẩm nói riêng nhằm bảo đảm quyền được thông tin của người tiêu dùng và phục vụ cho công tác

quản lý nhà nước cũng như thể hiện trách nhiệm của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh mặt bằng đó trước pháp luật và người tiêu dùng.

Kể từ khi Chính phủ ban hành Nghị định số 89/2006/NĐ-CP và Nghị định số 43/2017/NĐ-CP đến nay, nhìn chung, việc ghi nhãn hàng hóa có tiến bộ rõ rệt so với trước. Các thương hiệu nổi tiếng và phần lớn hàng hóa tại các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng, cửa hiệu đã có nhãn hàng hóa theo quy định. Đối với mặt hàng thực phẩm, ngoài những nội dung bắt buộc phải ghi trên nhãn như đối với các hàng hóa khác, các nội dung bắt buộc khác cũng được ghi, như ngày sản xuất, hạn sử dụng, thành phần, cảnh báo, hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn bảo quản. Tuy nhiên, những vi phạm quy định về nhãn hàng hóa vẫn còn xảy ra.

1.2.1. Ghi sai hạn sử dụng

Theo quy định, hạn sử dụng là mốc thời gian mà quá thời gian đó hàng hóa không được phép lưu thông. Tuy nhiên, tình trạng gian lận để tiếp tục đưa thực phẩm hết hạn sử dụng vào lưu thông vẫn xảy ra. Ngày 2/08/2017, Thanh tra Bộ Y tế ban hành quyết định thu hồi 4 loại sữa dùng cho trẻ nhỏ trên thị trường của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Hàn Việt do vi phạm về ghi nhãn sản phẩm. Cụ thể là nhãn phụ sản phẩm ghi sai về hạn sử dụng so với hồ sơ công bố sản phẩm, trong khi nhãn công bố ghi hạn sử dụng là 21 tháng thì nhãn phụ của sản phẩm lưu hành ghi hạn sử dụng là 24 tháng.

1.2.2. Ghi sai về nguồn gốc xuất xứ

Xuất xứ hàng hóa là một trong 3 nội dung bắt buộc phải ghi trên nhãn hàng hóa. Tuy nhiên, vẫn xảy ra tình trạng ghi sai, giả về nguồn gốc xuất xứ, nhằm lừa dối người tiêu dùng để dễ tiêu thụ và bán với giá cao hơn. Năm 2015, đầu năm, công an Hà Nội kiểm tra phát hiện bắt giữ khoảng 15 tấn thực phẩm chức năng, gồm: sữa ong chúa, nhau thai cừu, tào biển, Gulucosamine, nguồn gốc Trung Quốc nhưng giả xuất xứ từ Úc, Mỹ, Nhật Bản. Giữa năm, cũng trên địa bàn Hà Nội, công an Hà Nội lại kiểm tra, phát hiện, bắt giữ khoảng 20 tấn thực phẩm chức năng giả, gồm sữa ong chúa nhãn hiệu Costar, Royal Jelly, Omega 3, nhau thai cừu

Placenta, VIP Essence of bayby sheep. Cuối năm, Công an Hà Nội phối hợp với Quản lý thị trường Hà Nội, phát hiện vụ sản xuất thực phẩm chức năng giả bằng cách đặt sản xuất trong nước viên nang thực phẩm chức năng, đặt nhãn mác in ở Trung Quốc, giả nhãn hiệu Glucosamine sit 1600 do Mỹ sản xuất, có dán tem chống hàng giả. Mỗi hộp chỉ phí chỉ 50 nghìn đồng, nhưng giá trên thị trường khoảng 320 nghìn đồng.

Ngày 28/10/2019, theo báo cáo kết quả kiểm tra, xác minh của Tổng cục Hải quan về vụ việc liên quan đến Công ty Cổ phần Tập đoàn Asanzo và nhãn hiệu Asanzo đã có dấu hiệu vi phạm với nhiều yếu tố, cơ bản gồm: Vi phạm liên quan đến xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (giả mạo nhãn hiệu); việc sử dụng nhãn hiệu Asanzo đã xâm phạm đến quyền nhãn hiệu theo Điều 129 Luật Sở hữu trí tuệ.

Đối với các vi phạm liên quan đến xuất xứ hàng hóa, cơ quan chức năng đã xác định nhóm hành vi vi phạm cơ bản của Công ty Asanzo và các công ty có tên Asanzo đối với cả hàng xuất khẩu lẫn hàng lắp ráp để tiêu thụ trong nước.

Qua đây cho thấy, mức độ trầm trọng của hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực ghi nhãn thực phẩm mà thực chất là hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả nhãn mác.

Thực phẩm biến đổi gen (GMF) cũng được nhiều người tiêu dùng quan tâm. Theo Luật An toàn thực phẩm, thực phẩm biến đổi gen là những thực phẩm có một hoặc nhiều thành phần nguyên liệu có gen bị biến đổi bằng công nghệ gen.

Trước những ý kiến còn khác nhau, hầu hết các mức độ yêu cầu các nhà sản xuất GMF phải dán nhãn ở bao bì để người tiêu dùng biết và quyết định có sử dụng sản phẩm này hay không.

Tại Việt Nam, năm 1994, Chính phủ đã có Nghị quyết số 18 về Chiến lược phát triển công nghệ sinh học đến năm 2010; năm 2010, có Nghị định số 69 ngày 21/6/2010 "Về an toàn sinh học đối với sinh vật biến đổi gen, mẫu vật di truyền và sản phẩm của sinh vật biến đổi gen". Luật An toàn thực phẩm (điểm d, khoản 2, Điều 44) quy định việc ghi nhãn thực phẩm: Đối với một số thực phẩm biến đổi gen phải ghi cụm từ "thực

phẩm biến đổi gen". Ngày 25/4/2012, Chính phủ ban hành Nghị định số 38, trong đó quy định điều kiện cấp Giấy Xác nhận sinh vật biến đổi gen đủ điều kiện sử dụng làm thực phẩm và ghi nhãn hàng hóa. Theo đó, tổ chức, cá nhân lưu thông thực phẩm có chứa sinh vật biến đổi gen, sản phẩm của sinh vật biến đổi gen trên thị trường với tỷ lệ lớn hơn 5% mỗi thành phần, ngoài việc phải tuân thủ các quy định của pháp luật về ghi nhãn hàng hóa, còn phải thể hiện các thông tin liên quan đến sinh vật biến đổi gen trên nhãn hàng hóa. Như vậy, việc ghi nhãn thực phẩm biến đổi gen tại Việt Nam đã được pháp luật quy định rất rõ ràng. Tuy nhiên, qua khảo sát của Trung tâm Kỹ thuật, Tiêu chuẩn, Đo lường, Chất lượng 3, trong số 323 mẫu gạo, củ, quả được chọn ngẫu nhiên tại các siêu thị, chợ tại TP. Hồ Chí Minh thì có hơn 34% dương tính với chất dung môi chỉ thị có chứa thành phần từ cây biến đổi gen.

Như vậy có thể thấy, việc không chấp hành quy định về ghi nhãn đối với thực phẩm biến đổi gen đã vi phạm quyền được cung cấp thông tin chính xác của người tiêu dùng.

Theo quy định của Luật An toàn thực phẩm, đối với phụ gia thực phẩm phải ghi cụm từ "phụ gia thực phẩm" (điểm b, khoản 2, Điều 44). Đối với thực phẩm đã qua chiếu xạ phải ghi cụm từ "thực phẩm đã qua chiếu xạ" (điểm c, khoản 2, Điều 44). Tuy nhiên, đến nay việc thực hiện cũng chưa tốt.

Các hành vi vi phạm về nhãn hàng hóa còn thể hiện dưới nhiều hình thức, như: Hàng hóa có nhãn nhưng bị che lấp, rách nát, mờ không đọc được hoặc không thể nhận biết để dùng bằng mắt thường, do kích thước chữ không đúng quy định; nhãn bị tẩy xóa, sửa chữa làm sai lệch thông tin về hàng hóa; không ghi đủ hoặc ghi không đúng các nội dung bắt buộc trên nhãn; đối với hàng nhập khẩu không có nhãn phụ bằng tiếng Việt.

2. Nguyên nhân

2.1. Một số quy định của pháp luật còn bất cập

2.1.1. Theo Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 tại Điều 70: "Vi phạm các quy định về quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm", khoản 1 ghi "Phạt tiền từ 5 triệu đồng đến

10 triệu đồng đối với hành vi không đọc rõ ràng nội dung khuyến cáo "Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh" khi quảng cáo thực phẩm chức năng trên báo nói, báo hình". Tuy nhiên, để tránh bị xử phạt, khi quảng cáo, họ vẫn đọc, nhưng trước đó đã quảng cáo công dụng sản phẩm như thuốc chữa bệnh, sau đó đọc lướt qua cụm từ trên; ngoài ra, còn quảng cáo trên báo giấy, báo điện tử.

2.1.2. Còn nhiều quy định về ghi nhãn nhưng thiếu chế tài xử phạt.

Nghị định số 178/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính về an toàn thực phẩm, tuy nhiên chưa phát hiện chế tài xử phạt đối với hành vi vi phạm về ghi nhãn thực phẩm.

2.1.3. Tại Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013, theo khoản 2, Điều 70, phạt tiền từ 10 triệu đồng đến 15 triệu đồng đối với quảng cáo thực phẩm, phụ gia thực phẩm thiếu một trong các nội dung tên thực phẩm, phụ gia thực phẩm, tác dụng chính và phụ đối với thực phẩm chức năng; tên và địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường.

Việc không ghi địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về thực phẩm chức năng đưa ra thị trường, là hành vi trốn tránh trách nhiệm khi sự cố xảy ra. Mức phạt như trên không đủ sức răn đe.

2.1.4. Theo khoản 4, Điều 70, phạt tiền từ 20 triệu đồng đến 30 triệu đồng đối với hành vi quảng cáo thực phẩm chức năng gây hiểu nhầm có tác dụng như thuốc chữa bệnh.

Hậu quả của việc quảng cáo gây hiểu nhầm đã từng xảy ra đối với sức khỏe người sử dụng, trong khi người kinh doanh thu lợi nhiều hơn từ quảng cáo gây hiểu nhầm này.

2.2. Công tác thanh, kiểm tra việc chấp hành pháp luật về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm chưa đáp ứng yêu cầu. Nhiều quảng cáo gây nhầm lẫn vẫn diễn ra công khai, nhưng không bị xử lý, ngăn chặn.

2.3. Việc chấp hành pháp luật của nhiều tổ chức, cá nhân chưa nghiêm, thậm chí cố tình để trục lợi bằng mọi giá, bất chấp quy định của pháp luật. Trong đó có quyền được an toàn về sức khỏe, tính mạng của người tiêu dùng.

3. Giải pháp

Từ tình hình trên, để tiếp tục phát huy những kết quả đã đạt được và khắc phục những bất cập về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm ở nước ta hiện nay, xin đề xuất một số giải pháp sau đây:

1. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật, bổ sung chế tài và tăng mức xử phạt đối với hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm.

2. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát của lực lượng chức năng, nhằm phát hiện và xử lý kịp thời hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn hàng hóa nói chung, thực phẩm và thực phẩm chức năng nói riêng.

3. Tiếp tục truyền truyền, phổ biến pháp luật về an toàn thực phẩm nói chung, về quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm nói riêng cho tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh.

4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật, tư vấn kiến thức cho người tiêu dùng, cảnh giác với những quảng cáo, hoặc ghi nhãn không đúng quy định, gây nhầm lẫn, không có cơ sở khoa học; tránh mua phải hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ. Có nghĩa vụ thông tin cho cơ quan chức năng những hành vi vi phạm về quảng cáo, ghi nhãn của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh để kịp thời ngăn chặn. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Luật An toàn thực phẩm, số: 55/2010/QH12 ngày 17 tháng 09 năm 2010;
2. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, số: 59/2010/QH12 ngày 17 tháng 11 năm 2010;
3. Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật, số: 68/2006/QH11 ngày 29 tháng 6 năm 2006;

4. Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa, số: 05/2007/QH12 ngày 21 tháng 11 năm 2007;
5. Luật Quảng cáo, số: 16/2012/QH13 ngày 21 tháng 6 năm 2012;
6. Luật Cạnh tranh, số: 23/2018/QH14 ngày 12 tháng 6 năm 2018;
7. Nghị định số 40/2018/ND - CP ngày 12 tháng 3 năm 2018 Về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đầu cấp.
8. Nghị định số 15/2018/ND - CP ngày 02 tháng 2 năm 2018 Về Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm;
9. Nghị định số: 89/2006/ND-CP ngày 30 tháng 8 năm 2006 Về nhãn hàng hóa;
10. Nghị định số: 43/2017/ND - CP ngày 14 tháng 4 năm 2017 Về nhãn hàng hóa.

Ngày nhận bài: 9/1/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/1/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/1/2020

Thông tin tác giả:

NGUYỄN MẠNH HÀ

Thạc sỹ kinh tế - Đại học Benedictine Hoa Kỳ

ADVERTISING AND LABELING FOOD PRODUCTS IN VIETNAM: SITUATION AND SOLUTIONS

● Master. **NGUYEN MANH HA**
Benedictine University

ABSTRACT:

Law on Food Safety was passed by the National Assembly on June 17, 2010 and took on effective July 1, 2011. Meanwhile, Law on Advertising was passed by the National Assembly on June 21, 2012 and took effective on January 1, 2013. On August 30, 2006, the Government issued Decree No. 89/2006 / ND-CP which was replaced by Decree No. 43/2017 / ND-CP on April 14, 2017 on goods labeling. In addition, the advertising and labeling of food in Vietnam are governed by many relevant legal documents such as the Law on Product and Goods Quality, Law on Competition and Law on Protection of Consumer Rights. This study analyses the situation of advertising and labeling food products in Vietnam and presents some solutions to this issue.

Keywords: Advertising, food labeling, Vietnam.