

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM NGHỆ THUẬT TRUNG ƯƠNG**

**NGUYỄN TRUNG TUẤN**

**QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO NGOÀI  
TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG,  
TỈNH QUẢNG NINH**

**TÓM TẮT  
LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN LÝ VĂN HÓA  
Khóa 5 (2016 - 2018)**

**Hà Nội, 2019**

**CÔNG TRÌNH ĐÃ ĐƯỢC HOÀN THÀNH  
TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM NGHỆ THUẬT TRUNG ƯƠNG**

***Người hướng dẫn khoa học: TS Đỗ Quang Minh***

Luận văn được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ  
tại trường ĐHSP Nghệ thuật Trung ương

Vào ngày      tháng      năm 2019

***Có thể tìm hiểu luận văn tại:***

**Thư viện Trường ĐHSP Nghệ thuật Trung ương**

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Quảng cáo không chỉ là hoạt động thông tin kinh tế, mà còn là hoạt động mang ý nghĩa văn hóa - xã hội tác động trực tiếp đến đời xã hội về phương diện văn hóa thẩm mỹ. Quảng cáo tạo ra môi trường văn hóa làm cho văn hóa thâm sâu vào đời sống xã hội tác động đến tư tưởng, lối sống, đạo đức của con người trong xã hội.

Hoạt động quảng ở Việt Nam là một lĩnh vực mới được phát triển trong ba thập kỷ kể từ khi chúng ta bước vào nền kinh tế theo qui luật thị trường (1986). Với hơn ba thập kỷ, quảng cáo đã phát triển mạnh, đáp ứng nhu cầu thúc đẩy quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hàng hoá, dịch vụ, kích thích sự phát triển kinh tế xã hội. Từ chỗ hoạt động quảng cáo do nhà nước đảm nhiệm đã xuất hiện những công ty, doanh nghiệp tư nhân chuyên về quảng cáo, đạt doanh thu tương đối lớn, góp phần đóng góp cho ngân sách nhà nước. Sự đa dạng về hình thức, phong phú về nội dung quảng cáo đã tạo cho Việt Nam một dáng vẻ, diện mạo mới. Đặc biệt các phương tiện và hình thức quảng cáo ngoài trời đã tô điểm cho cảnh quan đô thị, các thành phố lớn trở nên sống động nhất là về đêm.

Tại TP Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh, sự xuất hiện ngày càng nhiều phương tiện quảng cáo ngoài trời, đã mang lại thay đổi cho bộ mặt đô thị, đồng thời cũng gây ra không ít hậu quả dù đã ban hành quy hoạch quảng cáo ngoài trời từ năm 2008 và định hướng phát triển tới 2025. Bên cạnh đó, Luật Quảng cáo ra đời, có hiệu lực từ năm 2013 giúp hoàn thiện hành lang pháp lý và làm thay đổi căn bản và toàn diện trong công tác quản lý đối với hoạt động quảng cáo nói chung, quảng cáo ngoài trời nói riêng.

Xuất phát từ thực tiễn trên, tác giả lựa chọn đề tài ***“Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh”*** làm đề tài luận văn Cao học ngành quản lý văn hóa của mình. Nghiên cứu đề tài này, tác giả mong

muốn có một cái nhìn tổng quan, toàn diện từ cơ sở lý luận đến thực tiễn về quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời, nhằm góp phần phát triển kinh tế đúng hướng, mang lại những lợi ích thiết thực về kinh tế - xã hội cho TP. Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

Tại Việt Nam, quảng cáo không chỉ nhận được sự chú ý đặc biệt của doanh nghiệp, người tiêu dùng. Quảng cáo còn trở thành đề tài thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Các nghiên cứu về quảng cáo đã có khá nhiều nhưng chủ yếu viết về kỹ nghệ, hay góc độ thương mại của quảng cáo, ngôn ngữ quảng cáo, văn hóa quảng cáo, vai trò của quảng cáo... và các giáo trình ngành Marketing của các trường kinh tế, chủ yếu nhấn mạnh khía cạnh thực hành của quảng cáo, coi quảng cáo như một công cụ hữu hiệu của marketing. Có thể kể ra một số các luận văn, luận án khoa học của các học viên chuyên ngành Kinh tế, Luật, Ngôn ngữ, Văn hóa ở các Viện nghiên cứu, trường Đại học, như: Bùi Văn Danh (2005), *Nghiên cứu ảnh hưởng của thị hiếu người tiêu dùng trong việc lựa chọn phương thức quảng cáo ở Việt Nam*. Đây là luận án Tiến sỹ Kinh tế, thực hiện nghiên cứu, phân tích thị hiếu của người tiêu dùng Việt Nam và sự tác động tới quyết định lựa chọn phương thức quảng cáo phù hợp. Tác giả Đỗ Quang Minh (2011) với Luận án Tiến sỹ Văn hóa học *Giá trị văn hóa của quảng cáo ở Việt Nam hiện nay* đã phân tích giá trị văn hóa của quảng cáo ở nước ta dựa vào hệ thống những chuẩn mực xã hội trong giai đoạn hiện thời. Đây là nguồn tài liệu tham khảo giúp tác giả có nhận thức tổng quan về các giá trị văn hóa của quảng cáo, sự cần thiết của công tác quản lý đối với hoạt động quảng cáo nói chung, quảng cáo ngoài trời nói riêng.

Tác giả Thanh Hoa có bài *Siết chặt hoạt động quảng cáo ngoài trời* đăng trên Báo điện tử Quảng Ninh chỉ ra những sai phạm trong quảng cáo ngoài trời ảnh hưởng xấu tới trật tự, an toàn giao thông và văn minh đô thị.

Tác giả Duy Linh với bài *Hệ thống biển quảng cáo ngoài trời: Lộn xộn, thiếu mỹ quan* trên báo Quảng Ninh chỉ ra việc lấp đặt các biển quảng cáo không đúng quy cách làm cho bộ mặt phố, phường thiếu mỹ quan.

### **3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

#### **3.1. Mục đích nghiên cứu**

Luận văn tiến hành khảo sát hiện trạng để quản lý về hoạt động quảng cáo ngoài trời tại thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh, từ đó đề xuất các giải pháp để nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời tại Thành phố Hạ Long.

#### **3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

- Nghiên cứu cơ sở lý thuyết về quảng cáo; quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời hiện nay.

- Đánh giá thực trạng hoạt động quảng cáo và quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### **4.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời tại thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh.

#### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

*Phạm vi không gian:* Luận văn nghiên cứu hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP Hạ Long.

*Phạm vi thời gian:* Từ năm 2015- 2017 ba năm cuối thực hiện Quyết định số: 180/QĐ-UBND ngày 18/1/2008 của UBND tỉnh về Quy hoạch Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh.

### **5. Phương pháp nghiên cứu**

Để thực hiện mục tiêu, nhiệm vụ của đề tài, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu chính sau:

- *Phương pháp khảo sát điền dã:* Phương pháp này thực

hiện các quan sát, ghi chép về quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long. Thông qua đó, tác giả khai thác các thông tin cần thiết để có được những góc nhìn toàn diện hơn về vấn đề mình đang nghiên cứu.

- *Phương pháp thống kê*: thực hiện thống kê hiện trạng nguồn lực quản lý hoạt động quảng cáo; nguồn nhân lực thực hiện dịch vụ quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long.

- *Phương pháp phân tích, tổng hợp*: sử dụng để phân tích tổng hợp tư liệu từ sách, báo cáo, số liệu khảo sát, các văn bản pháp quy để thực hiện luận văn.

## **6. Những đóng góp của luận văn**

Luận văn góp phần làm sáng tỏ những vấn đề lý luận và thực tiễn về quảng cáo, quản lý quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh; Đồng thời có những kiến giải về mặt khoa học và thực tiễn để đề ra giải pháp quản lý quảng cáo ngoài trời đạt hiệu quả .

Đây sẽ là nguồn tài liệu tham khảo và ý tưởng đề xuất chân thành đối với các cơ quan, tổ chức hoạt động liên quan đến lĩnh vực này.

## **7. Bố cục của Luận văn**

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, Luận văn gồm có ba chương như sau:

*Chương 1*: Khái quát về quản lý hoạt động quảng cáo và quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh.

*Chương 2*: Thực trạng quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh từ 2015 - 2017.

*Chương 3*: Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh những năm tiếp theo.

## Chương 1

# KHÁI QUÁT VỀ QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO VÀ QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG TỈNH QUẢNG NINH

## 1.1. Những khái niệm cơ bản

### 1.1.1. *Quảng cáo*

Quảng cáo là biện pháp truyền bá thông tin, là hoạt động sáng tạo, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp hoặc hình ảnh sản phẩm; Nội dung quảng cáo là phổ biến có kế hoạch thông tin về hàng hoá hoặc dịch vụ; Thông tin quảng cáo là những thông tin đòi hỏi phải trả tiền và có thể truyền đến nhiều khách hàng trong phạm vi mục tiêu dự tính; Biện pháp quảng cáo là thông qua vật môi giới quảng cáo; Mục đích của quảng cáo là tiêu thụ hàng hoá và dịch vụ, thu lợi nhuận.

### 1.1.2. *Quảng cáo ngoài trời*

Quảng cáo ngoài trời là hình thức thông tin gây sự chú ý, sự gợi dẫn một cách sáng tạo nhằm xây dựng hình ảnh doanh nghiệp hay hình ảnh sản phẩm hàng hoá hoặc dịch vụ thông qua vật trung gian như bảng, biển, pano, băng rôn để kích cầu tiêu thụ hàng hoá và dịch vụ, thu lợi nhuận cho doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế trong nền kinh tế thị trường.

Quảng cáo ngoài trời là các hình thức quảng cáo có hiệu quả hiển thị cao nhất, hơn cả truyền hình, báo chí. Cao nhất phải kể đến các loại biển quảng cáo, băng rôn ngoài đường với tần suất truyền tải thông điệp 24/24h. Tất cả thông điệp quảng cáo ngoài trời sẽ không bao giờ tắt!

### 1.1.3. *Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời*

#### 1.1.3.1. *Quản lý*

Quản lý là một hoạt động xã hội mang tính đặc trưng, là một yếu tố quan trọng không thể thiếu trong đời sống xã hội. Theo từ Hán Việt, “quản” - lãnh đạo một việc, “lý” - trông nom, coi sóc. Theo nghĩa thông thường trong tiếng Việt, “quản lý” là thuật ngữ được hiểu là trông nom, giữ gìn.

Chủ thể thực hiện hoạt động quản lý bằng cách tác động liên tục, có tổ chức, mang tính hướng đích lên mọi đối tượng xã hội nhằm duy trì trật tự và sự phát triển của xã hội trong điều kiện tự nhiên, xã hội liên tục biến đổi.

#### *1.1.3.2. Quản lý hoạt động quảng cáo*

Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời là một hoạt động có mục đích của các chủ thể nhằm đạt được mục đích quảng cáo ngoài trời hoạt động hiệu quả phục vụ sự phát triển kinh tế xã hội trên cơ sở tuân thủ đúng các quy định của pháp luật nói chung và Luật Quảng cáo nói riêng.

#### *1.1.3.3. Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời*

Quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời thực chất là công tác quản lý nhà nước về loại hình hoạt động này. Tức là quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời thông qua hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật, các chủ trương, chính sách, quy hoạch... của các cơ quan nhà nước. Trong đó có công tác quản lý hành chính nhà nước, tức là công tác tổ chức thực thi quyền hành pháp để quản lý, điều hành hoạt động quảng cáo ngoài trời bằng pháp luật và theo pháp luật, phù hợp với thực tiễn đời sống kinh tế - xã hội.

## **1.2. Văn bản pháp lý về hoạt động quảng cáo**

### ***1.2.1. Văn bản của nhà nước và tỉnh Quảng Ninh***

*Luật Thương mại số 36/2005/QH11* được thông qua ngày 14/06/2005 là văn bản quy phạm pháp luật tạo hành lang pháp lý về hoạt động quảng cáo nói riêng và hoạt động thương mại nói chung đối với các cá nhân, tập thể, doanh nghiệp hoạt động thường xuyên, độc lập; các doanh nghiệp hoạt động quảng cáo; các tổ chức, cá nhân khác hoạt động liên quan tới quảng cáo.

*Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13* được thông qua ngày 21/06/2012 là văn bản quy phạm pháp luật quy định về hoạt động quảng cáo; quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động quảng cáo; quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo.

*Nghị quyết số 37/2006/NĐ-CP* ngày 04/04/2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại và hoạt động xúc tiến



thương mại nhằm hướng dẫn thực hiện một số điều về hoạt động khuyến mại và hội chợ, triển lãm thương mại.

*Nghị định số 181/2013/NĐ-CP* ngày 14/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo. Nghị định ra đời khuyến khích các doanh nghiệp trong nước, nước ngoài kinh doanh hoạt động quảng cáo ở Việt Nam, tạo việc làm cho người dân và doanh nghiệp là nguồn thu cho ngân sách nhà nước...

### **1.2.2. Văn bản của thành phố Hạ Long**

*Công văn số 2219/UBND* v/v chấn chỉnh việc viết, đặt biển hiệu của các cơ sở kinh doanh và biển quảng cáo tầm lớn sai quy định ngày 12/5/2016 của UBND TP. Hạ Long.

*Công văn số 3141/UBND* v/v rà soát thống kê xử lý biển hiệu, bảng quảng cáo sai quy định và chấn chỉnh công tác quản lý hoạt động quảng cáo rao vặt trên địa bàn thành phố ngày 26/4/2017 của UBND TP. Hạ Long.

*Công văn số 3772 /UBND* v/v kiểm tra, xử lý biển hiệu, bảng rôn quảng cáo không đúng quy định và thay thế các khẩu hiệu tuyên truyền trên địa bàn TP. Hạ Long ngày 14/7/2016 của UBND TP. Hạ Long.

*Công văn số 7335/QĐ- UBND* quyết định về việc ban hành quy chế hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long, ngày 3/8/2017 của UBND TP. Hạ Long.

## **1.3. Tổng quát về thành phố Hạ Long và hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn**

### **1.3.1. Điều kiện về kinh tế - xã hội**

#### **1.3.1.1. Vị trí địa lý**

Thành phố Hạ Long nằm ở trung tâm của tỉnh Quảng Ninh, có diện tích 271,95 km<sup>2</sup>, với chiều dài bờ biển gần 50 km. Phía đông Hạ Long giáp thành phố Cẩm Phả, phía tây giáp thị xã Quảng Yên, phía bắc giáp huyện Hoành Bồ, phía nam là vịnh Hạ Long. Thành phố nằm dọc theo bờ vịnh Hạ Long với chiều dài khoảng 50 km, cách thủ đô Hà Nội 165 km về phía Tây, cách thành phố Hải Phòng 70 km về phía Tây Nam và cách

thành phố cửa khẩu Móng Cái 184 km về phía Đông Bắc, phía nam thông ra Biển Đông. Hạ Long có vị trí chiến lược về địa chính trị, địa kinh tế, an ninh quốc phòng của khu vực và quốc gia.

#### *1.3.1.2. Điều kiện tự nhiên*

*Địa chất:* Thành phố Hạ Long có địa hình đa dạng và phức tạp, đây cũng là một trong những khu vực hình thành lâu đời nhất trên lãnh thổ Việt Nam, địa hình ở đây bao gồm cả đồi núi, thung lũng, vùng ven biển và hải đảo, được chia thành 3 vùng rõ rệt gồm có: Vùng đồi núi bao bọc phía bắc và đông bắc, vùng ven biển ở phía nam quốc lộ 18A cuối cùng là vùng hải đảo.

#### *1.3.1.3. Tài nguyên thiên nhiên*

*Tài nguyên rừng:* Tài nguyên rừng của vịnh Hạ Long rất phong phú, đặc trưng với tổng số loài thực vật sống trên các đảo, núi đá với hơn 1.000 loài.

*Tài nguyên khoáng sản:* Đối với địa bàn TP. Hạ Long bao gồm chủ yếu là than đá và nguyên vật liệu xây dựng.

*Tài nguyên đất:* Thành phố Hạ Long có tổng diện tích đất tự nhiên là 27.195,03 ha.

*Tài nguyên biển:* Do lợi thế có vịnh Hạ Long 2 lần được công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới. Với tổng diện tích 1.553 km<sup>2</sup> bao gồm 1969 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó 989 đảo có tên và 980 đảo chưa có tên.

*Tài nguyên nước:* Tài nguyên nước mặt tại thành phố Hạ Long tập trung tại các khu vực hồ Yên Lập (tổng dung tích chứa của cả hồ bao gồm cả huyện Yên Hưng, Hoàn Bò khoảng 107.200.000m<sup>3</sup>, Hồ Khe Cá tại phường Hà Tu.

#### *1.3.1.4. Kinh tế*

Theo quy hoạch, thành phố Hạ Long hình thành 5 vùng kinh tế:

Vùng 1: Thương mại, dịch vụ gồm các phường Yết Kiêu, Trần Hưng Đạo, Hồng Gai, Bạch Đằng, Hồng Hải, Hồng Hà, Cao Xanh, Cao Thắng.

Vùng 2: Công nghiệp, lâm nghiệp gồm các phường Hà Trung, Hà Tu, Hà Khánh, Hà Lâm, Hà Phong.

Vùng 3: Khu công nghiệp, cảng biển gồm phường Bãi Cháy, Việt Hưng, Hà Khẩu, Giếng Đáy.

Vùng 4: Du lịch, thương mại gồm phường Bãi Cháy, Hùng Thắng, Tuần Châu.

Vùng 5: Nông, lâm, ngư nghiệp gồm phường Đại Yên và Việt Hưng.

### ***1.3.2. Hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn Hạ Long***

Hiện nay, trên địa bàn TP. Hạ Long có trên 30 bảng quảng cáo ngoài trời tấm lớn; trên 500 bảng tấm nhỏ (28 bảng gắn bên hông tường nhà, trên 450 bảng gắn mặt tiền nhà); quảng cáo trên 300 xe ô tô và hàng nghìn lượt băng rôn mỗi năm được cấp phép của Sở Văn hoá, Thể thao. Các bảng quảng cáo tấm lớn chủ yếu tập trung dọc tuyến phố chính, trung tâm thương mại, quảng trường, tuyến đường bao biển thuộc địa bàn thành phố.

## **1.4. Vai trò của quản lý với hoạt động quảng cáo ngoài trời**

### ***1.4.1. Định hướng phát triển kinh tế - xã hội***

Quảng cáo ngoài trời có vị trí, vai trò quan trọng đối với đời sống kinh tế - xã hội. Hơn nữa, nền kinh tế thị trường của Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào thị trường toàn cầu, thì thị trường toàn cầu cũng tác động trở lại đối với quảng cáo nói chung và quảng cáo ngoài trời ở Việt Nam nói riêng. Từ thực tiễn đó đặt ra yêu cầu phải tăng cường công tác quản lý nhà nước về hoạt động này.

### ***1.4.2. Gìn giữ thuần phong mỹ tục***

Một thực tế cho thấy quảng cáo ngoài trời thuyết phục công chúng là những quảng cáo đẹp về: Màu sắc, hình khối, đường nét, chất liệu, hấp dẫn về văn hóa. Quảng cáo ngoài giá trị thương mại/ kinh tế, còn là một sản phẩm chứa đựng nhiều giá trị văn hoá, gắn liền với truyền thống, phong tục tập quán, sắc thái văn hóa vùng (địa phương). Suy rộng ra, quảng cáo phải phản ánh bản sắc văn hoá dân tộc, gắn với sự phát triển của nền văn hóa ấy trên con đường phát triển kinh tế bền vững và hội nhập quốc tế.

### ***1.4.3. Bảo đảm cảnh quan môi trường của thành phố du lịch***

Quảng cáo luôn phát triển theo nhu cầu của các doanh nghiệp và người dân. Trước sự gia tăng về số lượng, đa dạng về loại hình, phương tiện quảng cáo ở TP. Hạ Long nói riêng và các thành phố du lịch nói chung đòi hỏi các cơ quan chức năng cần phải siết chặt công tác quản lý theo Luật Quảng cáo, tránh tình trạng biển quảng cáo đặt tràn lan, vừa mất thẩm mỹ mà lại vi phạm Luật Quảng cáo.

### **Tiểu kết**

Nghiên cứu về quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời không thể không tìm hiểu các khái niệm cơ bản của quảng cáo và quảng cáo ngoài trời, trên cơ sở lý thuyết xác định vai trò của quản lý đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời một hình thức quảng cáo có nhiều điểm đặc thù so với các loại quảng cáo khác. Khi quảng cáo đã trở nên thông dụng, phổ biến, là một phần tất yếu của hoạt động kinh doanh.

Với sự phát triển đa dạng, phong phú của các hình thức sử dụng cho quảng cáo ngoài trời như: quảng cáo trên bảng quảng cáo, băng rôn, biển hiệu, hộp đèn, màn hình chuyên quảng cáo và phương tiện giao thông; quảng cáo trong chương trình văn hóa, thể thao, hội nghị, hội thảo, hội chợ, triển lãm, tổ chức sự kiện, đoàn người thực hiện quảng cáo, vật thể quảng cáo.

## Chương 2

# THỰC TRẠNG QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG TỈNH QUẢNG NINH

## **2.1. Bộ máy quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời các cấp**

### **2.1.1. Sở Văn hóa Thể thao tỉnh Quảng Ninh**

Sở VH&TT Quảng Ninh - cơ quan tham mưu UBND tỉnh quản lý nhà nước về quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Sở VH&TT tỉnh Quảng Ninh là cơ quan chuyên môn giúp UBND tỉnh trực tiếp quản lý, theo dõi thực hiện điều chỉnh, bổ sung quy hoạch quảng cáo.

Sở VH&TT cũng tổ chức tiếp nhận hồ sơ theo đúng quy định và hướng dẫn thụ tục cấp giấy thông báo sản phẩm quảng cáo một cửa liên thông;

### **2.1.2. Phòng Văn hóa và Thông tin thành phố Hạ Long**

Phòng VH&TT TP.Hạ Long là đơn vị trực tiếp tham mưu cho UBND thành phố quản lý các dịch vụ văn hoá, trong đó có hoạt động quảng cáo. Cơ cấu tổ chức của phòng VH&TT bao gồm: 01 trưởng phòng, 02 phó trưởng phòng và 03 chuyên viên phụ trách các hoạt động quảng cáo, thông tin; trong đó có 01 trưởng phòng, 01 phó phòng và 01 chuyên viên trực tiếp phụ trách hoạt động quảng cáo.

#### **2.1.2.1. Vị trí và chức năng**

Phòng VH&TT là cơ quan chuyên môn có chức năng tham mưu giúp UBND thành phố thực hiện quản lý nhà nước về: công tác văn hóa, gia đình, thể dục, thể thao, du lịch và các dịch vụ công thuộc lĩnh vực văn hóa, gia đình, thể dục, thể thao và du lịch, công nghệ thông tin, cơ sở hạ tầng thông tin, phát thanh, báo chí, xuất bản, bưu chính và chuyên phát, viễn thông và internet trên địa bàn thành phố.

#### **2.1.2.2. Nhiệm vụ chung về quản lý nhà nước trong đó có quản lý quảng cáo**

Trình UBND thành phố ban hành quyết định, chỉ thị; kế hoạch dài hạn, hàng tháng và hàng năm; đề án, chương trình phát triển ngành theo chức năng, nhiệm vụ của phòng trên địa bàn; chương trình, biện pháp tổ chức thực cải cách hành chính, xã hội hóa trong lĩnh vực quản lý Nhà nước được giao...

### *2.1.2.3. Quyền hạn*

Phòng VH&TT thành phố có các quyền hạn như sau: Được quyền yêu cầu các cơ quan, đơn vị, xã - phường báo cáo, cung cấp số liệu có liên quan đến lĩnh vực công tác thuộc chức năng, nhiệm vụ của phòng VH&TT; Được quyền mời các ngành, đơn vị, xã - phường, các tổ chức, cá nhân để hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ; phổ biến chủ trương, quy định của Nhà nước liên quan đến lĩnh vực công tác do Phòng phụ trách; Được quyền kiểm tra hoạt động của các tổ chức, cá nhân về các lĩnh vực thuộc chức năng, nhiệm vụ do phòng VH&TT quản lý. Được Chủ tịch UBND thành phố phân cấp hoặc ủy quyền thực hiện một số công việc thuộc thẩm quyền của UBND thành phố (bằng các quyết định cụ thể); Giúp UBND thành phố nhận xét, đánh giá, đề bạt, khen thưởng, kỷ luật cán bộ, công chức ngành Văn hóa và Thông tin.

### *2.1.3. Cơ chế phối hợp quản lý giữa các chủ thể*

Sở VH&TT là cơ quan tham mưu giúp UBND tỉnh quản lý về lĩnh vực VH&TT, trong đó Phòng QLVH tham mưu giúp Giám đốc sở quản lý về lĩnh vực quảng cáo. Sở VH&TT chịu trách nhiệm về thực hiện công tác quản lý nhà nước trong hoạt động quảng cáo, xây dựng và hoàn thiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 trình UBND tỉnh phê duyệt, ban hành và triển khai.

## **2.2. Hoạt động quản lý quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh**

### *2.2.1. Ban hành, thực hiện văn bản quy phạm pháp luật*

Các văn bản quy phạm pháp luật về quảng cáo nói chung và quảng cáo ngoài trời nói riêng khi đi vào cuộc sống đã góp

phần tạo ra những định hướng lâu dài có tính ổn định cho việc quản lý. Thực hiện các văn bản pháp luật đã trực tiếp thực hiện cơ sở pháp lý nhằm khắc phục hiện tượng phá rào, nhanh chóng lập lại trật tự kỷ cương, tạo điều kiện cho hoạt động quảng cáo ngoài trời đi vào nề nếp, có chiều sâu, phù hợp với nếp sống văn minh, mỹ quan đô thị, thích ứng với quá trình phát triển và hội nhập. Với vai trò là đơn vị chủ trì, Sở VH TT đã tham mưu cho UBND tỉnh Quảng Ninh ban hành nhiều văn bản quan trọng liên quan đến việc quản lý các hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hạ Long.

### ***2.2.2. Tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật***

Trong giai đoạn hiện nay, nhận thức rõ tầm quan trọng của công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật nói chung, lĩnh vực quảng cáo nói riêng, Sở VH TT Quảng Ninh - cơ quan quản lý nhà nước về quảng cáo ngoài trời trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đã triển khai nhiều biện pháp nhằm nâng cao ý thức chấp hành pháp luật cho cán bộ quản lý, người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo. Trên cơ sở đó, Sở VH TT & DL đã tăng cường và từng bước đổi mới các hoạt động của mình, qua đó công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật đã có những chuyển biến mạnh mẽ và đạt được những kết quả nhất định.

### ***2.2.3. Thực hiện quy hoạch và cải cách thủ tục hành chính giải quyết hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo***

#### ***2.2.3.1 Quy hoạch quảng cáo ngoài trời***

Quy hoạch quảng cáo ngoài trời góp phần đem lại trật tự cảnh quan đô thị trên địa bàn thành phố, cho các khu công nghiệp, trung tâm chính trị - kinh tế - văn hóa - xã hội của thành phố, các tuyến đường giao thông trọng điểm trên địa bàn thành phố, từng bước thúc đẩy sự phát triển về hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn trở thành một ngành kinh tế phát triển của trong thời kỳ CNH, HĐH đất nước và thúc đẩy tăng trưởng của tam giác kinh tế trọng điểm Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Quy hoạch quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP.

Hạ Long được thực thi sẽ tạo cảnh quan môi trường đẹp cho thành phố di sản với nhiều loại quảng cáo ngoài trời hiện đại phong phú về loại hình, đẹp về hình thức, chuẩn về nội dung thẩm mỹ.

Quy hoạch quảng cáo ngoài trời cần có sự phối hợp đồng bộ của các ban ngành, đoàn thể và các tổ chức chính trị trong xã hội tạo ra chuỗi liên kết chặt chẽ và phù hợp với quy hoạch phát triển của thành phố trong những năm 2015, 2016, 2017. Quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long thực sự đã tạo nên sự sống động về cảnh quan đô thị thúc đẩy sự phát triển sản xuất hàng hóa - dịch vụ, phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn.

*2.2.3.2. Các cách thủ tục cấp phép quảng cáo ngoài trời*

Phòng VH&TT TP. Hạ Long tích cực thực hiện cải cách thủ tục hành chính, thực hiện cải cách thủ tục hành chính theo hướng một cửa, niềm yết công khai thủ tục, hồ sơ xin cấp phép thực hiện quảng cáo ngoài trời.

Kết quả đó biểu hiện số lượng giấy phép quảng cáo ngoài trời được cấp từ năm 2015 đến năm 2017 tăng rõ rệt. Cụ thể: số giấy phép cấp cho các bảng quảng cáo tấm lớn năm 2015 là: 53 giấy phép; năm 2016 tăng lên 70 giấy phép; năm 2017 tăng mạnh lên con số 102 giấy phép.

TT	Loại hình quảng cáo	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
1	Tấm lớn	53	70	102
2	Tấm nhỏ	102	100	79
3	Băng rôn	70	57	50
4	Khác	65	59	33
	Tổng	290	286	264

Thống kê kết quả cấp phép quảng cáo ngoài trời 2015-2017



#### **2.2.4. Đào tạo, bồi dưỡng nhân lực quản lý hoạt động quảng cáo**

Thành phố Hạ Long cũng có một số cơ sở đào tạo như: Trường Đại học Hạ Long với hình thức đào tạo chính quy cho trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp, trong đó có một số chuyên ngành liên quan đến hoạt động quản lý văn hóa và quảng cáo như: quản lý văn hóa, mỹ thuật, sư phạm mỹ thuật, tin học ứng dụng, đồ họa vi tính...

#### **2.2.5. Thanh tra, kiểm tra xử lý vi phạm hoạt động quảng cáo ngoài trời**

Sau khi được các ngành thông qua và được UBND tỉnh phê duyệt, Sở VHNT căn cứ vào kế hoạch đã được phê duyệt hướng dẫn, tổ chức giám sát, kiểm tra việc thực hiện quảng cáo và tổng hợp báo cáo kết quả quảng cáo theo lộ trình về UBND tỉnh. Báo cáo định kỳ với UBND tỉnh, Bộ Văn hóa và Thể thao về công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long.

Trong những năm qua, Sở VHNT Quảng Ninh đã thực hiện

<b>Năm</b>	<b>2015</b>		<b>2016</b>		<b>2017</b>		<b>Tổng</b>
Quảng cáo	Số vụ xử lý	Số tiền phạt	Số vụ xử lý	Số tiền phạt	Số vụ xử lý	Số tiền phạt	
	40	59,7	21	235,6	29	46	341,3

Kết quả xử lý vi phạm quảng cáo trong 3 năm

### **2.3. Đánh giá thực trạng quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh**

#### **2.3.1. Ưu điểm**

Công tác quản lý văn hóa cũng như trong đó có quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời được TP. Hạ Long quan tâm, đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời ở các cấp cơ bản có trình độ đạt chuẩn, chủ yếu là trình độ đại học, cao đẳng và đa phần là đúng chuyên ngành quản lý văn hóa.

Hoạt động thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm được quan tâm, triển khai hàng năm với việc chủ động ban hành văn bản

hướng dẫn, chấn chỉnh các vi phạm phổ biến trong lĩnh vực quảng cáo. Việc thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm đã hình thành được sự liên kết giữa các đơn vị bàn ngành. Bước đầu hoạt động thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo ngoài trời đạt được một số kết quả tích cực; mức chế tài xử lý vi phạm khá cao, đủ sức răn đe với các đối tượng vi phạm.

### **2.3.2. Hạn chế**

Bên cạnh những mặt tích cực đã đạt được, vẫn còn không ít khó khăn, vướng mắc trong công tác quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long cụ thể:

Tình trạng lộn xộn, mất mỹ quan đô thị đối với quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô và các phương tiện quảng cáo ngoài trời đang là một vấn đề cần quan tâm đối với các cơ quan quản lý.

Quảng cáo ngoài trời hiện nay đang đặt ra nhiều vấn đề bức xúc. Hoạt động quảng cáo còn lộn xộn, tùy tiện, sự cạnh tranh còn thiếu lành mạnh, ảnh hưởng đến lợi ích của người tiêu dùng và lợi ích của nền kinh tế.

Tình trạng lộn xộn, mất mỹ quan đô thị đối với quảng cáo trên bảng, biển, pa-nô và các phương tiện quảng cáo ngoài trời đang là một vấn đề cần quan tâm đối với các cơ quan quản lý. TP. Hạ Long là một trong những đô thị có hệ thống biển quảng cáo nhiều về số lượng và đa dạng về hình thức.

Các biển quảng cáo một số không đúng theo quy chuẩn; vẫn còn những tờ rao vặt được gắn trên các cột điện, trong từng ngõ, khu dân cư; một số băng rôn, rao vặt còn được treo trên dây điện, trên cành cây...

Phát triển quảng cáo chưa đồng đều, chưa gắn liền với tình hình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Việc huy động các tổ chức kinh tế - xã hội, doanh nghiệp tham gia hoạt động quảng cáo còn hạn chế. Việc đẩy mạnh xã hội hoá hoạt động quảng cáo mới chỉ diễn ra ở những thời điểm có các sự kiện lớn, chưa thường xuyên, liên tục.

Đội ngũ cán bộ làm công tác quảng cáo còn thiếu về số lượng, tính chuyên nghiệp chưa cao.

### **2.3.3. Bài học rút ra từ thực tiễn quản lý quảng cáo ngoài trời**

Quy hoạch quảng cáo sẽ là kênh thông tin trực quan quan trọng, hữu hiệu, phản ánh đầy đủ, kịp thời sinh động mọi chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước tới các tầng lớp nhân dân; phục vụ đắc lực công tác tuyên truyền các sự kiện văn hóa - thương mại - du lịch của tỉnh và các địa phương.

Sắp xếp, bố trí hệ thống tuyên truyền, quảng cáo theo hướng hiện đại, đồng bộ, phù hợp với kiến trúc hạ tầng, tốc độ và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước đối với hoạt động quảng cáo, từng bước đưa hoạt động quảng cáo đi vào nề nếp. Tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý Nhà nước, tạo hành lang pháp lý thông thoáng, thực hiện cải cách hành chính trong việc thẩm định cấp phép quảng cáo theo cơ chế “một cửa liên thông”.

#### **Tiểu kết**

Hoạt động quảng cáo ngoài trời và công tác quản lý hoạt động này trên địa bàn TP. Hạ Long đã có những tiến bộ vượt bậc và đạt được những kết quả đáng kể, tạo điều kiện thuận lợi cho các cá nhân, doanh nghiệp trong thực hiện quảng cáo tại địa phương. Nghiên cứu thực trạng quản lý hoạt động quảng cáo thương mại ngoài trời ở thành phố cho thấy thành phố đã chỉ đạo, quản lý hoạt động quảng cáo thương mại ngoài trời trên các phương diện như: xây dựng các kế hoạch, văn bản hướng dẫn thực hiện quy hoạch quảng cáo ngoài trời và áp dụng Luật Quảng cáo; ban hành, tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về quảng cáo; tham mưu, phối hợp với các Sở, ban ngành đề cấp giấy phép thực hiện quảng cáo theo quy định; tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật và thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về quảng cáo.

### Chương 3

## GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO NGOÀI TRỜI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG TỈNH QUẢNG NINH NHỮNG NĂM TIẾP THEO

### 3.1. Xu thế và định hướng phát triển hoạt động quảng cáo ngoài trời

#### 3.1.1. Xu thế động hoạt động quảng cáo ngoài trời hiện nay

Xu thế quảng cáo ngoài trời hiện nay phổ biến nhất là các loại hình, phương tiện dưới đây:

*Biển quảng cáo đèn Led:* Biển quảng cáo đèn Led được làm từ bóng led.

*Biển quảng cáo Trivision - lật 3 mặt:* Biển hiệu quảng cáo Trivision được xem là loại hình quảng cáo ngoài trời thông minh, công nghệ cao, màu sắc hấp dẫn và tiết kiệm chi phí. Trivision khá thích hợp với các địa điểm quảng cáo ngoài trời. Biển Trivision xuất hiện nhiều, phổ biến ở các thành phố lớn, nhộn nhịp sầm uất.

*Biển quảng cáo Neon sign:* là xu hướng biển quảng cáo ngoài trời trong những năm gần đây, Neon sign đang ngày càng phát triển và được nhiều doanh nghiệp, cơ sở tin dùng.

*Bảng biển quảng cáo tấm lớn (Pano, Billboard):* Là một loại hình bảng đặc biệt, bảng biển quảng cáo tấm lớn có kích thước từ khoảng 50m<sup>2</sup> (bảng trong nội thành) đến 250m<sup>2</sup> (bảng biển quảng cáo ngoài trời trên đường cao tốc, đường quốc lộ). Bảng biển quảng cáo tấm lớn được lắp dựng bởi hệ thống cột cứng, chân cột được chôn sâu, đổ bê tông.

*Biển hiệu Mica:* Bảng hiệu Mica là loại bảng hiệu được làm bằng chất liệu nhựa cao cấp, bề mặt rất bóng mịn và màu sắc đa dạng nên đây là loại vật liệu được rất nhiều các cửa hàng, doanh nghiệp sử dụng.

### **3.1.2. Định hướng quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời tại thành phố Hạ Long**

Ngoài những hình thức quảng cáo truyền thống như bảng vẽ, hộp đèn, bảng chiếu điện tử... nhiều công ty quảng cáo trên địa bàn đang khai thác những loại hình quảng cáo ngoài trời hiện đại hiệu quả cáo như sau:

- *Pano, biển bảng tấm lớn* bên đường nhằm thông tin cho đối tượng nhận tin những thông điệp về sản phẩm, doanh nghiệp, các chương trình khuyến mại, khai trương, các sự kiện...

- *Biển quảng cáo đèn Led*: Biển quảng cáo đèn Led được làm từ bóng led. Nó là loại biển quảng cáo khá phổ biến hiện nay. Biển đèn Led sử dụng đèn led điện tử gắn chạy xung quanh viền chữ, các chữ được điều khiển nháy sáng theo nhu cầu bằng chip điện tử để chạy hình ảnh và biểu tượng quảng cáo.

- *Biển quảng cáo Trivision*: Biển hiệu quảng cáo Trivision được xem là loại hình quảng cáo ngoài trời thông minh, công nghệ cao, màu sắc hấp dẫn và tiết kiệm chi phí. Trivision khá thích hợp với các địa điểm quảng cáo ngoài trời. Biển Trivision xuất hiện nhiều, phổ biến ở các thành phố lớn, nhộn nhịp sầm uất.

- *Các biển bảng tại cửa hàng, Bangron, bạt thả*: Đây là phương thức truyền thông điệp về sản phẩm, doanh nghiệp, hay những chương trình khuyến mại, xúc tiến của doanh nghiệp.

- *Quảng cáo thông qua các phương tiện giao thông*: Xe bus là phương tiện giao thông được sử dụng ở tỉnh Quảng Ninh và địa bàn Tp Hạ Long trong mấy năm gần đây nó xuất hiện khi mà hệ thống xe bus công cộng ra đời, còn trước đó, loại hình này chỉ có tính tự phát tức là doanh nghiệp tự vẽ hay thuê vẽ những thông tin ngắn gọn về doanh nghiệp hay sản phẩm, dịch vụ của mình lên các xe chở hàng của mình để tự quảng cáo nên ít mang tính chuyên nghiệp và không có chiến lược quảng cáo rõ ràng.

## **3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh những năm tiếp theo**

### **3.2.1. Tuyên truyền giáo dục, nâng cao nhận thức**

Tiếp tục tăng cường tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật quảng cáo theo hướng làm thay đổi nhận thức của xã hội về vai trò của quảng cáo. Ngành quảng cáo là ngành công nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với kinh tế - văn hóa - xã hội. Để đề án đi vào hoạt động có hiệu quả, UBND tỉnh Quảng Ninh và Sở VHHT cần tiếp tục tăng cường hoạt động truyền truyền phổ biến pháp luật về quảng cáo bằng một số biện pháp sau:

### **3.2.2. Tăng cường về nguồn lực**

Cần tiếp tục củng cố tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về quảng cáo ở cấp thành phố. Cần chú trọng công tác phối hợp giữa các ngành, các cấp để tăng cường hiệu lực quản lý. Lĩnh vực quảng cáo là lĩnh vực quản lý rộng và phức tạp cần tăng cường lực lượng cho bộ phận giúp việc và tham mưu ở Sở VHHT thực hiện quản lý về quảng cáo, phối hợp với các ban, ngành, quản lý Hội nghề nghiệp chủ động hướng dẫn tổ chức các nhân làm quảng cáo. Tăng cường bộ máy, điều chỉnh, bổ sung nhân sự cho công tác quản lý về quảng cáo ngoài trời có hiệu quả.

### **3.2.3. Hoàn thiện về cơ chế chính sách**

Hoàn thiện hệ thống pháp luật, tạo môi trường thuận lợi để pháp luật đi vào cuộc sống. Một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh, minh bạch, ít lỗ hổng, không chồng chéo, mâu thuẫn sẽ tự mình có sức mạnh để đi vào cuộc sống, được xã hội chấp nhận và tuân thủ. Sau thời gian triển khai thực hiện các quyết định, chỉ thị của UBND tỉnh Quảng Ninh và TP.Hạ Long, những kết quả đạt được trong công tác quản lý nhà nước về quảng cáo đã từng

bước khẳng định về tính khả thi của Luật Quảng cáo và các văn bản hướng dẫn quản lý hoạt động quảng cáo.

### ***3.2.4. Ban hành quy hoạch quảng cáo ngoài trời mới và cải cách thủ tục hành chính giải quyết hồ sơ thông báo sản phẩm quảng cáo***

Hiện nay, các Sở VH TT đều có bộ phận một cửa, thực hiện việc tiếp nhận giải quyết hồ sơ xin cấp phép thực hiện quảng cáo theo hướng công khai, đơn giản thuận tiện cho tổ chức, cá nhân. Theo đó, hiện thủ tục hành chính trong lĩnh vực quảng cáo cũng đã đơn giản hơn trước đây, cụ thể là tổ chức, cá nhân xin phép thực hiện quảng cáo chỉ phải nộp hồ sơ xin phép và nhận kết quả tại một cửa liên thông là Sở VH TT.

### ***3.2.5. Tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm***

Hoạt động thanh kiểm tra, xử lý quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP Hạ Long vừa qua đã có sự phát triển mạnh, xử lý có hiệu quả tình trạng quảng cáo, rao vặt lộn xộn, nội dung, hình thức quảng cáo không phù hợp, làm xấu cảnh quan, thiếu văn hóa, nhất là ảnh hưởng mỹ quan đô thị.

Giám sát nghiêm những quy định về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo theo điều 7 Luật Quảng cáo, nhất là thuốc lá, rượu có nồng độ cồn từ 20 độ trở lên; sản phẩm sữa thay thế sữa mẹ dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi; sản phẩm dinh dưỡng bổ sung dùng cho trẻ dưới 06 tháng tuổi; bình bú và vú ngậm nhân tạo; các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích dục; súng săn và đạn súng săn, vũ khí thể thao và các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích động bạo lực và các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo khác do chính phủ quy định khi có phát sinh trên thực tế.

### **Tiểu kết**

Trên cơ sở phân tích những xu thế tương lai của quảng cáo ngoài trời chương ba đã nêu những giải pháp có tính toàn

diện, có mối quan hệ tương trợ, tác động nhằm hoàn thiện chính sách của tỉnh Quang Ninh nói chung và TP. Hạ Long nói riêng đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời.

Tuy nhiên, tùy vào quy hoạch chung của tỉnh, chiến lược phát triển kinh tế xã hội và định hướng phát triển của các doanh nghiệp có thể lựa chọn những trọng tâm, trọng điểm có ý nghĩa kích hoạt sự lan tỏa đến toàn bộ hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn.



## KẾT LUẬN

Cùng với sự phát triển kinh tế, hoạt động quảng cáo ngoài trời của Việt Nam nói chung tại TP. Hạ Long nói riêng không ngừng phát triển và đã đạt được những thành tựu nhất định, góp phần phát triển kinh tế xã hội cho TP. Hạ Long và tỉnh Quảng Ninh. Kinh tế thị trường ngày càng cạnh tranh mạnh mẽ hơn nên hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long sẽ có cơ hội phát triển đa dạng, phong phú về loại hình.

Quảng cáo ngoài trời tại TP. Hạ Long hình thành và phát triển trong thời gian qua còn chưa được đánh giá đúng mức, phương tiện và hình thức quảng cáo còn mang tính tự phát. Bên cạnh đó, sự phát triển của hoạt động quảng cáo không đi cùng với việc nâng cao năng lực quản lý phù hợp làm cho hoạt động quảng cáo của thành phố đi sản vẫn trong tình trạng chưa hiệu quả, xứng tầm của một thành phố vùng trọng điểm kinh tế.

Bên cạnh những thành quả đạt được, hoạt động quản lý quảng cáo ngoài trời cũng còn một số nhược điểm tác động đến nhiều lĩnh vực của đời sống - xã hội. Nó ảnh hưởng đến các giá trị văn hóa, thuần phong mỹ tục, cảnh quan môi trường, bộ mặt đô thị... Buộc các cơ quan chức năng phải quan tâm, giải quyết nếu muốn một TP. Hạ long tỉnh Quảng Ninh phát triển ổn định và bền vững.

Theo xu thế chung, những năm gần đây, hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thị thành phố Hạ Long phát triển sẽ mạnh mẽ hơn cùng với tăng trưởng kinh tế của thành phố. Nên quảng cáo ngoài trời ngày càng gia tăng về số lượng, đa dạng về loại hình, phương tiện quảng cáo.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích mang lại thì hoạt động quảng cáo cũng còn tồn tại nhiều hạn chế cần phải kịp thời quản lý, điều chỉnh. Tuy đã có cố gắng nhất định trong việc xây dựng các văn bản dưới pháp luật tạo hành lang pháp lý quản lý hoạt động quảng cáo, thực hiện cải cách thủ tục hành chính, nhưng cho đến nay hệ thống pháp luật từ trung ương đến

địa phương trong lĩnh vực này còn nhiều bất cập, lúng túng và chậm trong công tác thi hành; Đặc biệt sự phối hợp giữa các ban, ngành liên quan còn hạn chế... Từ đó, đặt ra những đòi hỏi phải có những biện pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo nói chung, quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn TP. Hạ Long nói riêng.

Việc tìm ra và thực hiện các biện pháp phù hợp sẽ giúp cơ quan quản lý nhà nước có thể quản lý ngành này một cách hiệu quả trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng hội nhập sâu rộng với khu vực và thế giới. Nếu ngành quảng cáo có được sự đầu tư và phát triển phù hợp sẽ đáp ứng nhu cầu quảng bá, xây dựng thương hiệu, không chỉ cho các doanh nghiệp đơn lẻ, mà còn từng bước xây dựng thương hiệu quốc gia.

Như trên đã trình bày, nghiên cứu về quản lý hoạt động quảng cáo ngoài trời trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường, đẩy mạnh CNH, HĐH đất nước trong tình hình hiện nay là một đòi hỏi tất yếu khách quan và cấp thiết, đặc biệt đối với TP. Hạ Long đang nỗ lực phấn đấu trở thành thành phố phát triển ngành công nghiệp xanh, trong thời gian tới tốc độ đô thị hóa và CNH mạnh. Đó cũng là những luận điểm xuyên suốt được tác giả giải quyết trong luận văn với khả năng nhận thức của mình.