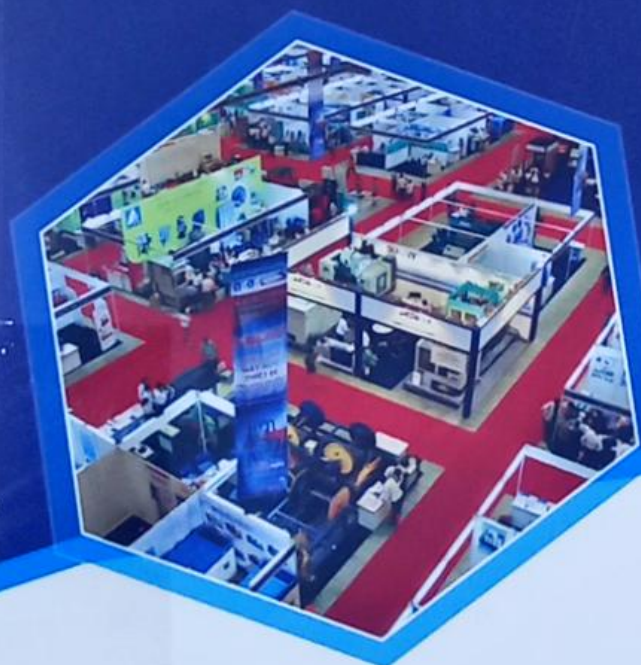


BỘ CÔNG THƯƠNG

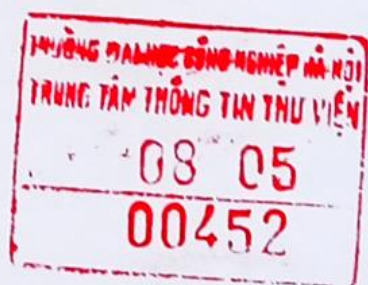
# HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI -  
NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT**



**NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**

**Hà Nội - 2016**

## LỜI NÓI ĐẦU

Xúc tiến thương mại là một hoạt động rất quan trọng và cần thiết trong quá trình kinh doanh của công ty. Trong nhiều tình thế hiệu lực của hoạt động này có tác dụng quyết định đến kết quả của hành vi mua bán hàng hóa và thông báo cho công chúng biết về những thông tin quan trọng về sản phẩm như chất lượng và tác dụng của sản phẩm.

Khoản 10 Điều 3 Luật Thương mại 2005 quy định: *"Xúc tiến thương mại là hoạt động thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội mua bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ, bao gồm hoạt động khuyến mại, quảng cáo thương mại, trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ và hội chợ, triển lãm thương mại."*

Xúc tiến thương mại là cầu nối giữa doanh nghiệp với khách hàng, hoặc giữa các doanh nghiệp với nhau trong cùng một dây chuyền sản xuất, một hệ thống phân phối sản phẩm. Xúc tiến thương mại thể hiện năng lực, uy tín, hình ảnh công ty, cho người tiêu dùng thấy doanh nghiệp có gì, có thể làm gì và sẵn sàng làm gì. Với các bạn hàng, đối tác, xúc tiến thương mại góp phần thúc đẩy các mối quan hệ hợp tác hai bên cùng có lợi, đẩy mạnh sự lưu thông, phân phối hàng hóa.

Xúc tiến thương mại tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tồn tại và phát triển trên thị trường một cách bình đẳng, hiệu quả với nguồn lực của mình. Bên cạnh đó, xúc tiến thương mại cũng có thể giúp doanh nghiệp phát huy thế mạnh hoặc rút ngắn khoảng cách với các doanh nghiệp dẫn đầu thị trường. Xúc tiến thương mại tác động và góp phần

làm thay đổi cơ cấu tiêu dùng. Nhu cầu của người tiêu dùng không cố định, họ luôn có những nhu cầu ở dạng tiềm ẩn và vai trò của xúc tiến thương mại là phải đánh thức những nhu cầu đó và kích thích người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho những sản phẩm mới.

Như vậy hoạt động xúc tiến thương mại không chỉ là những biện pháp hỗ trợ cho chính sách giá, chính sách sản phẩm mà còn trực tiếp nâng cao hiệu quả của những chính sách đó, cũng chính là nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Xúc tiến thương mại là vấn đề được Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm, đã có nhiều văn bản pháp luật quy định về vấn đề này như: Luật Thương mại năm 2005, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP của Chính phủ ngày 4/4/2006, Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC ngày 06/7/2007, Nghị định số 100/2011/NĐ-CP của Chính phủ ngày 28/10/2011...

Để đáp ứng yêu cầu tìm hiểu và thực thi các quy định pháp luật về hoạt động xúc tiến thương mại, Nhà xuất bản Công Thương xuất bản cuốn: ***“Hoạt động xúc tiến thương mại - những điều cần biết”***. Nội dung cuốn sách gồm 85 câu hỏi và trả lời, ngắn gọn, dễ hiểu. Hy vọng đây là cuốn sách bổ ích và được nhiều độc giả quan tâm.

Xin trân trọng giới thiệu!

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

## *Phần I*

### **HỎI - ĐÁP**

## **VỀ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI**

### **I. KHUYẾN MẠI**

*Câu hỏi 1: Khuyến mại được hiểu như thế nào?*

*Trả lời:* Khoản 1, Điều 88 Luật Thương mại số 36/2005/QH11 của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XI, kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 14 tháng 6 năm 2005, có hiệu lực kể từ ngày 01/01/2006 (sau đây gọi tắt là Luật Thương mại năm 2005) quy định: Khuyến mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân nhằm xúc tiến việc mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ bằng cách dành cho khách hàng những lợi ích nhất định.

*Câu hỏi 2: Thương nhân thực hiện khuyến mại là thương nhân thuộc một trong các trường hợp nào?*

*Trả lời:* Khoản 2, Điều 88 Luật Thương mại năm 2005 quy định thương nhân thực hiện khuyến mại là thương nhân thuộc một trong các trường hợp sau đây:

- Thương nhân trực tiếp khuyến mại hàng hóa, dịch vụ mà mình kinh doanh;
- Thương nhân kinh doanh dịch vụ khuyến mại thực hiện khuyến mại cho hàng hóa, dịch vụ của thương nhân khác theo thỏa thuận với thương nhân đó.

## MỤC LỤC

	Trang
<b>Phần I. HỎI - ĐÁP VỀ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI</b>	5
I. Khuyến mại	5
II. Quảng cáo thương mại	43
III. Trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ	55
IV. Hội chợ, triển lãm thương mại	62
V. Thành lập và hoạt động văn phòng đại diện của tổ chức xúc tiến thương mại nước ngoài tại Việt Nam	80
VI. Xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động xúc tiến thương mại	93
<b>Phần II. THÔNG TƯ LIÊN TỊCH SỐ 07/2007/TTLT-BTM-BTC CỦA BỘ THƯƠNG MẠI - BỘ TÀI CHÍNH NGÀY 06/7/2007 HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN MỘT SỐ ĐIỀU VỀ KHUYẾN MẠI VÀ HỘI CHỢ, TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI QUY ĐỊNH TẠI NGHỊ ĐỊNH SỐ 37/2006/NĐ-CP NGÀY 04/4/2006 CỦA CHÍNH PHỦ QUY ĐỊNH CHI TIẾT LUẬT THƯƠNG MẠI VỀ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI.</b>	109

# **HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI - NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT**

*Chịu trách nhiệm xuất bản:*

Giám đốc - Tổng Biên tập

**Nguyễn Minh Huệ**

Biên tập: **Nguyễn Thị Thanh Thảo**

Chế bản: **Lê Xuân Hùng**

Trình bày bìa: **Nguyễn Hữu Vương**

---

**NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG**

**Trụ sở:** 655 Phạm Văn Đồng, Bắc Từ Liêm, Hà Nội

**Điện thoại:** (04) 3934 1562      **Fax:** (04) 3824 2551

**Website:** <http://nhaxuatbanconghuong.com>

**Email:** [nxbct@moit.gov.vn](mailto:nxbct@moit.gov.vn)