

# TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC CHỦ THỂ KINH DOANH TRONG BẢO VỆ THÔNG TIN CÁ NHÂN NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN MÔI TRƯỜNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

TRỊNH HOÀNG MINH\*

*Trong môi trường giao dịch trực tuyến, dữ liệu cá nhân không chỉ có ý nghĩa định danh mà còn mang giá trị kinh tế, dễ bị khai thác nếu thiếu cơ chế kiểm soát hiệu quả. Mặc dù pháp luật Việt Nam đã từng bước xây dựng khung quy định về trách nhiệm của các chủ thể kinh doanh trong việc thu thập, sử dụng, bảo đảm an toàn và chia sẻ thông tin cá nhân, song trong thực tiễn vẫn còn nhiều hạn chế. Bài viết làm rõ trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân kinh doanh và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng trong thương mại điện tử.*

*Từ khóa:* Trách nhiệm pháp lý; chủ thể kinh doanh; bảo vệ thông tin cá nhân; người tiêu dùng; thương mại điện tử.

*In the online transaction environment, personal data serves not only an identification function but also has economic value and is vulnerable to exploitation in the absence of effective control mechanisms. Although Vietnamese law has gradually developed a regulatory framework defining the responsibilities of business entities in collecting, using, safeguarding, and sharing personal information, many practical limitations remain. This article clarifies the legal responsibilities of organizations and individuals engaged in business activities and proposes solutions to enhance the effectiveness of protecting consumers' personal information in e-commerce.*

*Keywords:* Legal responsibility; business entities; personal information protection; consumers; e-commerce.

NGÀY NHẬN: 22/12/2025      NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 20/01/2026      NGÀY DUYỆT: 13/02/2026

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.361.2026.1426>

## 1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử trở thành phương thức giao dịch phổ biến, góp phần mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường cho doanh nghiệp và người tiêu dùng. Tuy nhiên, song hành với sự phát triển đó là những rủi ro ngày càng gia tăng liên quan đến việc thu thập, lưu trữ và

xử lý thông tin cá nhân của người tiêu dùng trên môi trường số. Thực tiễn cho thấy, nhiều tổ chức, cá nhân kinh doanh vẫn chưa tuân thủ nghiêm các quy định pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân, dẫn đến tình trạng lộ

---

\* NCS của Trường Đại học Luật, Đại học Huế

lọt thông tin người tiêu dùng. Trước yêu cầu bảo đảm an toàn, minh bạch và bền vững cho thị trường thương mại điện tử, việc nghiên cứu làm rõ trách nhiệm pháp lý của các tổ chức, cá nhân kinh doanh trong bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng là vấn đề cấp thiết, có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn.

## 2. Quy định pháp luật về trách nhiệm của các chủ thể trong việc bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng trên môi trường thương mại điện tử

### 2.1. Trách nhiệm trong hoạt động thu thập thông tin cá nhân của người tiêu dùng

Pháp luật Việt Nam hiện hành đã có những quy định rõ ràng, chặt chẽ về trách nhiệm của thương nhân, tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc thu thập và xử lý thông tin cá nhân người tiêu dùng trên môi trường số. Các quy định này được ghi nhận trong nhiều văn bản pháp luật khác nhau, phản ánh xu hướng ngày càng coi trọng quyền riêng tư và quyền kiểm soát dữ liệu của người tiêu dùng. Chẳng hạn: Điều 69 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ quy định thương nhân, tổ chức, cá nhân thu thập và sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng phải xây dựng và công bố chính sách bảo vệ thông tin cá nhân với các nội dung: mục đích thu thập thông tin cá nhân; phạm vi sử dụng thông tin; thời gian lưu trữ thông tin; những người hoặc tổ chức có thể được tiếp cận với thông tin đó; địa chỉ của đơn vị thu thập và quản lý thông tin, bao gồm cách thức liên lạc để người tiêu dùng có thể hỏi về hoạt động thu thập, xử lý thông tin liên quan đến cá nhân mình; phương thức và công cụ để người tiêu dùng tiếp cận, chỉnh sửa dữ liệu cá nhân của mình trên hệ thống thương mại điện tử của đơn vị thu thập thông tin.

Bên cạnh đó, tại Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006 quy định “tổ chức, cá nhân thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác trên môi trường mạng

phải được người đó đồng ý, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác”. Như vậy, việc thu thập, sử dụng và chia sẻ thông tin cá nhân phải có sự đồng ý của chủ thể thông tin. Quy định pháp luật nhằm bảo đảm quyền kiểm soát dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng, tăng cường trách nhiệm bảo mật và ngăn ngừa hành vi lạm dụng thông tin trên môi trường mạng.

### 2.2. Trách nhiệm trong hoạt động sử dụng thông tin cá nhân người tiêu dùng

Trách nhiệm trong hoạt động sử dụng thông tin cá nhân người tiêu dùng đã được quy định cụ thể, chi tiết trong nhiều văn bản quy phạm pháp luật. Chẳng hạn: Điều 17 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015 quy định nguyên tắc giới hạn, mục đích sử dụng, theo đó, thông tin cá nhân chỉ được sử dụng cho mục đích đã thông báo và được chủ thể dữ liệu chấp thuận; mọi trường hợp sử dụng cho mục đích khác đều phải có sự đồng ý bổ sung của người tiêu dùng. Tại điểm b khoản 2 Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006 khẳng định: “tổ chức, cá nhân thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác có trách nhiệm sử dụng đúng mục đích thông tin cá nhân thu thập được và chỉ lưu trữ những thông tin đó trong một khoảng thời gian nhất định theo quy định của pháp luật hoặc theo thỏa thuận giữa hai bên”.

Ngoài ra, trách nhiệm này còn được cụ thể hóa ở khoản 1 Điều 46 Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: “Phạt tiền từ 10.000.000 - 20.000.000 đồng đối với một trong các hành vi vi phạm, như: sử dụng thông tin của người tiêu dùng không phù hợp với mục đích đã thông báo với người tiêu dùng mà không được người tiêu dùng đồng ý theo quy định”.

Như vậy, những quy định này đã góp phần tăng cường tính rắn đẽ, nâng cao trách nhiệm tuân thủ pháp luật của các tổ chức, cá nhân kinh doanh, đồng thời tạo cơ sở pháp

lý quan trọng để bảo vệ quyền kiểm soát dữ liệu và quyền riêng tư của người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử.

### *2.3. Trách nhiệm bảo đảm an toàn đối với thông tin cá nhân của người tiêu dùng*

Bảo đảm an toàn thông tin cá nhân là một trong những trụ cột quan trọng của trách nhiệm bảo vệ dữ liệu trong thương mại điện tử. Nghĩa vụ này được ghi nhận trong nhiều quy định. Chẳng hạn: khoản 3 Điều 16 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015 quy định “Tổ chức, cá nhân xử lý thông tin cá nhân phải xây dựng và công bố công khai biện pháp xử lý, bảo vệ thông tin cá nhân của tổ chức, cá nhân mình”; điểm c khoản 2 Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006 quy định “Tiến hành các biện pháp quản lý, kỹ thuật cần thiết để bảo đảm thông tin cá nhân không bị mất, đánh cắp, tiết lộ, thay đổi hoặc phá hủy”; Điều 6 *Luật Viễn thông* năm 2023 quy định “thông tin riêng của mọi tổ chức, cá nhân chuyển qua mạng viễn thông công cộng được bảo đảm bí mật; doanh nghiệp viễn thông không được tiết lộ thông tin riêng liên quan đến người sử dụng dịch vụ viễn thông, bao gồm thông tin thuê bao viễn thông (tên, địa chỉ, số thuê bao viễn thông và thông tin riêng khác mà người sử dụng cung cấp khi giao kết hợp đồng với doanh nghiệp) và thông tin về việc sử dụng dịch vụ viễn thông (số thuê bao viễn thông gửi, số thuê bao viễn thông nhận, vị trí thiết bị đầu cuối gửi, vị trí thiết bị đầu cuối nhận, thời điểm gửi, nhận, thời lượng liên lạc, địa chỉ internet). Đặc biệt, trong trường hợp hệ thống thông tin bị tấn công làm phát sinh nguy cơ mất thông tin của người tiêu dùng, đơn vị lưu trữ thông tin phải thông báo cho cơ quan chức năng trong vòng 24 giờ sau khi phát hiện sự cố<sup>1</sup>. Đây là một nguyên tắc ngày càng được đề cao trong pháp luật bảo vệ dữ liệu cá nhân hiện nay.

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, nhiều doanh nghiệp mới chỉ dừng lại ở việc công bố chính sách bảo vệ thông tin mang tính

hình thức, thiếu đầu tư vào các biện pháp kỹ thuật và quản trị tương xứng với quy mô xử lý dữ liệu, làm gia tăng nguy cơ rò rỉ và xâm phạm thông tin cá nhân. Có 94% website thương mại điện tử bán hàng và 98,4% nền tảng cung cấp dịch vụ trực tuyến công bố chính sách bảo vệ thông tin cá nhân nhưng phần lớn trong số này mang tính hình thức và đối phó hơn là xuất phát từ nhận thức thực chất về quyền lợi của người tiêu dùng<sup>2</sup>. Phần lớn doanh nghiệp chỉ triển khai chính sách nhằm đáp ứng các yêu cầu của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP hoặc theo mẫu hướng dẫn mà thiếu sự đầu tư vào nội dung, tính khả thi và biện pháp thực thi hiệu quả.

### *2.4. Trách nhiệm trong việc điều chỉnh, cập nhật và ngừng sử dụng thông tin cá nhân người tiêu dùng*

Khoản 2 Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006 quy định: “tổ chức, cá nhân thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác có trách nhiệm: tiến hành các biện pháp quản lý, kỹ thuật cần thiết để bảo đảm thông tin cá nhân không bị mất, đánh cắp, tiết lộ, thay đổi hoặc phá hủy; tiến hành ngay các biện pháp cần thiết khi nhận được yêu cầu kiểm tra lại, đính chính hoặc hủy bỏ theo quy định tại khoản 1 Điều 22 của *Luật này*, trong đó cá nhân có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân lưu trữ thông tin cá nhân của mình trên môi trường mạng thực hiện việc kiểm tra, đính chính hoặc hủy bỏ thông tin đó”. Tại mục 3 Điều 18 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015 quy định “Tổ chức, cá nhân xử lý thông tin cá nhân phải hủy bỏ thông tin cá nhân đã được lưu trữ khi đã hoàn thành mục đích sử dụng hoặc hết thời hạn lưu trữ và thông báo cho chủ thể thông tin cá nhân biết, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác”. Theo đó, tổ chức, cá nhân xử lý dữ liệu có nghĩa vụ thực hiện kịp thời các yêu cầu hợp pháp của người tiêu dùng liên quan đến việc kiểm tra, chỉnh sửa hoặc xóa bỏ thông tin cá nhân; đồng thời phải cung

cấp công cụ hoặc phương thức phù hợp để người tiêu dùng thực hiện các quyền này.

Ngoài ra, Điều 73 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP cũng quy định nghĩa vụ: đơn vị thu thập thông tin có nghĩa vụ kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, hủy bỏ thông tin cá nhân của chủ thể thông tin khi có yêu cầu hoặc cung cấp cho chủ thể thông tin công cụ để tự kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh thông tin cá nhân của mình.

*2.5. Trách nhiệm trong việc chia sẻ, chuyển giao và chuyển nhượng thông tin cá nhân của người tiêu dùng cho bên thứ ba*

Quy định về chia sẻ, chuyển giao và chuyển nhượng thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong pháp luật Việt Nam thể hiện rõ định hướng lập pháp nhằm kiểm soát chặt chẽ việc luân chuyển dữ liệu giữa các chủ thể, bảo đảm quyền tự quyết thông tin và ngăn ngừa hành vi thương mại hóa dữ liệu cá nhân. Theo điểm c khoản 1 Điều 17 *Luật An ninh thông tin mạng* năm 2015: “Tổ chức, cá nhân xử lý thông tin cá nhân có trách nhiệm: không được cung cấp, chia sẻ, phát tán thông tin cá nhân mà mình đã thu thập, tiếp cận, kiểm soát cho bên thứ ba, trừ trường hợp có sự đồng ý của chủ thể thông tin cá nhân đó hoặc theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền”. Đối với lĩnh vực thương mại điện tử, khoản 3 Điều 70 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP yêu cầu đơn vị thu thập thông tin phải có cơ chế riêng để chủ thể thông tin được lựa chọn việc cho phép hoặc không cho phép sử dụng thông tin cá nhân của họ trong những trường hợp: chia sẻ, tiết lộ, chuyển giao thông tin cho một bên thứ ba; sử dụng thông tin cá nhân để gửi quảng cáo, giới thiệu sản phẩm và các thông tin có tính thương mại khác.

Bên cạnh đó, tại Điều 17 *Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân* năm 2025, quy định cụ thể sáu trường hợp chuyển giao hợp pháp, gồm “a) Chuyển giao dữ liệu cá nhân khi có sự đồng ý của chủ thể dữ liệu cá nhân; b) Chia sẻ dữ liệu cá nhân giữa các bộ phận trong cùng

một cơ quan, tổ chức để xử lý dữ liệu cá nhân phù hợp với mục đích xử lý đã xác lập; c) Chuyển giao dữ liệu cá nhân để tiếp tục xử lý dữ liệu cá nhân trong trường hợp chia, tách, sáp nhập cơ quan, tổ chức, đơn vị hành chính và tổ chức lại, chuyển đổi hình thức sở hữu doanh nghiệp nhà nước; chia, tách, sáp nhập, hợp nhất, kết thúc hoạt động đơn vị, tổ chức; đơn vị, tổ chức được thành lập trên cơ sở kết thúc hoạt động của đơn vị, tổ chức khác; d) Bên kiểm soát dữ liệu cá nhân, bên kiểm soát và xử lý dữ liệu cá nhân chuyển giao dữ liệu cá nhân cho bên xử lý dữ liệu cá nhân, bên thứ ba để xử lý dữ liệu cá nhân theo quy định; đ) Chuyển giao dữ liệu cá nhân theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; e) Chuyển giao dữ liệu cá nhân trong các trường hợp quy định tại khoản 1 Điều 19 của *Luật này*”. Đáng chú ý, khoản 2 Điều 17 của *Luật này* quy định “việc chuyển giao dữ liệu cá nhân trong các trường hợp quy định tại khoản 1 Điều này có thu phí hoặc không thu phí thì không được xác định là mua, bán dữ liệu cá nhân”. Như vậy, quy định về chia sẻ, chuyển giao và chuyển nhượng thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong pháp luật Việt Nam thể hiện rõ định hướng lập pháp nhằm kiểm soát chặt chẽ việc luân chuyển dữ liệu giữa các chủ thể, bảo đảm quyền tự quyết thông tin và ngăn ngừa hành vi thương mại hóa dữ liệu cá nhân.

Mặc dù hệ thống pháp luật Việt Nam đã xây dựng khung quy định tương đối đầy đủ về trách nhiệm của các chủ thể trong bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử, song quá trình thực thi trên thực tế vẫn bộc lộ nhiều bất cập.

*Thứ nhất*, cơ chế thu thập thông tin cá nhân và xin ý kiến đồng ý của người tiêu dùng còn mang tính hình thức. Nhiều doanh nghiệp sử dụng điều khoản mặc định hoặc chính sách bảo vệ thông tin phức tạp, khó tiếp cận, khiến người tiêu dùng khó nhận biết đầy đủ phạm vi và mục đích xử lý dữ

liệu; đồng thời, thiếu cơ chế lưu vết để chứng minh sự đồng ý khi phát sinh tranh chấp.

*Thứ hai*, việc sử dụng thông tin cá nhân chưa được kiểm soát chặt chẽ theo đúng mục đích đã được chấp thuận. Pháp luật chưa làm rõ ranh giới giữa mục đích ban đầu và mục đích phát sinh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng sử dụng dữ liệu cho hoạt động tiếp thị, phân tích hành vi hoặc chia sẻ nội bộ mà không xin lại sự đồng ý của người tiêu dùng. Nghĩa vụ xóa hoặc hủy dữ liệu sau khi hoàn thành mục đích sử dụng cũng chưa được thực thi nghiêm túc.

*Thứ ba*, trách nhiệm bảo đảm an toàn thông tin cá nhân chưa được thực hiện tương xứng với quy mô xử lý dữ liệu. Nhiều doanh nghiệp chỉ công bố chính sách bảo vệ thông tin mang tính đối phó, thiếu đầu tư vào các biện pháp kỹ thuật và quản trị cần thiết; nghĩa vụ thông báo sự cố chủ yếu hướng tới cơ quan quản lý, chưa bảo đảm đầy đủ quyền được biết của người tiêu dùng bị ảnh hưởng.

*Thứ tư*, quyền yêu cầu chỉnh sửa, cập nhật hoặc xóa bỏ thông tin cá nhân của người tiêu dùng chưa được bảo đảm hiệu quả do thiếu quy định cụ thể về thời hạn xử lý và chế tài đối với hành vi chậm trễ hoặc không phản hồi.

*Thứ năm*, cơ chế kiểm soát việc chia sẻ, chuyển giao thông tin cá nhân cho bên thứ ba còn nhiều hạn chế; sự đồng ý của người tiêu dùng chưa được tách bạch rõ ràng, trong khi trách nhiệm pháp lý giữa bên chuyển giao và bên nhận dữ liệu chưa được xác định cụ thể, làm phát sinh khoảng trống trách nhiệm trong thực tiễn.

### **3. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm của chủ thể kinh doanh trong việc bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng trong thương mại điện tử**

*Một là*, đối với trách nhiệm thu thập thông tin cá nhân. Cần chuẩn hóa nội dung và hình thức thể hiện sự đồng ý của người tiêu dùng theo hướng rõ ràng và có thể kiểm chứng. Trên cơ sở Điều 17 *Luật An toàn*

*thông tin mạng* năm 2015 và Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006, pháp luật cần bổ sung quy định bắt buộc các chủ thể kinh doanh phải áp dụng cơ chế “đồng ý chủ động”; đồng thời, lưu vết điện tử về thời điểm, nội dung và phạm vi đồng ý để làm căn cứ chứng minh khi phát sinh tranh chấp. Đối với Điều 69 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, cần cụ thể hóa yêu cầu về chính sách bảo vệ thông tin cá nhân, không chỉ dừng lại ở việc “công khai” mà phải quy định rõ các tiêu chí tối thiểu về tính dễ hiểu, khả năng truy cập và khả năng lựa chọn của người tiêu dùng. Trường hợp chính sách chỉ mang tính hình thức hoặc sao chép mẫu, cần được coi là hành vi vi phạm nghĩa vụ cung cấp thông tin. Trong bối cảnh Điều 25 *Luật An ninh mạng* năm 2025 mở rộng nghĩa vụ xác thực, lưu trữ và cung cấp dữ liệu, cần bổ sung nguyên tắc cân bằng giữa nghĩa vụ bảo đảm an ninh mạng và quyền kiểm soát dữ liệu của người tiêu dùng, đặc biệt là nghĩa vụ thông báo cho chủ thể dữ liệu khi thông tin của họ được thu thập hoặc xử lý theo yêu cầu của cơ quan nhà nước, trừ trường hợp pháp luật có quy định hạn chế.

*Hai là*, đối với trách nhiệm sử dụng thông tin cá nhân. Cần làm rõ khái niệm “mục đích sử dụng” và tiêu chí xác định việc thay đổi mục đích trong Điều 17 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015. Pháp luật nên quy định rõ “mọi hình thức sử dụng dữ liệu cho hoạt động tiếp thị, phân tích hành vi hoặc chia sẻ nội bộ vượt ra ngoài mục đích giao dịch ban đầu đều được coi là thay đổi mục đích và phải xin lại sự đồng ý của người tiêu dùng”. Đối với nghĩa vụ lưu trữ và xóa dữ liệu được ghi nhận tại khoản 2 Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006, cần thiết lập thời hạn lưu trữ cụ thể gắn với từng nhóm mục đích sử dụng, tránh tình trạng doanh nghiệp lưu trữ dữ liệu vô thời hạn. Việc không xóa hoặc hủy dữ liệu sau khi mục đích sử dụng chấm dứt cần được xác định là hành vi vi phạm độc lập, có chế tài tương xứng.

Ba là, đối với trách nhiệm bảo đảm an toàn thông tin cá nhân. Tại khoản 3 Điều 16 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015, cần chuẩn hóa các biện pháp kỹ thuật và quản trị tối thiểu mà doanh nghiệp thương mại điện tử phải áp dụng, thay vì chỉ yêu cầu chung chung về “bảo vệ thông tin cá nhân”. Pháp luật có thể tiếp cận theo hướng phân loại doanh nghiệp theo quy mô xử lý dữ liệu và mức độ rủi ro để áp dụng yêu cầu bảo vệ tương ứng. Bên cạnh đó, đối với nghĩa vụ khắc phục và báo cáo sự cố trong vòng 24 giờ, cần bổ sung nghĩa vụ thông báo trực tiếp cho người tiêu dùng bị ảnh hưởng; đồng thời quy định rõ hậu quả pháp lý khi doanh nghiệp chậm hoặc không thực hiện nghĩa vụ thông báo nhằm tăng cường trách nhiệm giải trình.

Bốn là, đối với trách nhiệm điều chỉnh, cập nhật và ngừng sử dụng thông tin cá nhân. Trên cơ sở Điều 21 *Luật Công nghệ thông tin* năm 2006, cần quy định rõ thời hạn tối đa để doanh nghiệp xử lý yêu cầu chỉnh sửa, xóa hoặc ngừng sử dụng dữ liệu cá nhân, coi việc chậm trễ hoặc không phản hồi là hành vi vi phạm quyền dữ liệu cá nhân. Đối với Điều 18 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015, cần bổ sung tiêu chuẩn tối thiểu đối với các công cụ kỹ thuật cho phép người tiêu dùng tự cập nhật hoặc kiểm soát dữ liệu, bảo đảm khả năng tiếp cận thực tế, không mang tính hình thức. Ngoài ra, cần tăng cường chế tài đối với hành vi từ chối hoặc gây cản trở việc thực hiện quyền của người tiêu dùng, gắn trách nhiệm này với nghĩa vụ bảo vệ quyền riêng tư thay vì chỉ coi là lỗi vận hành kỹ thuật.

Năm là, đối với trách nhiệm chia sẻ, chuyển giao và chuyển nhượng thông tin cá nhân cho bên thứ ba. Trên cơ sở Điều 17 *Luật An toàn thông tin mạng* năm 2015 và Điều 70 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, cần chuẩn hóa cơ chế đồng ý riêng biệt đối với việc chia sẻ và chuyển giao thông tin cá

nhân, tách bạch với sự đồng ý chung khi tham gia giao dịch. Đối với Điều 17 *Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân* năm 2025, cần bổ sung cơ chế đánh giá tác động trước khi chuyển giao dữ liệu, đặc biệt trong trường hợp chuyển giao cho bên thứ ba hoặc chuyển giao xuyên biên giới nhằm kiểm soát rủi ro xâm phạm quyền riêng tư ngay từ giai đoạn đầu. Đồng thời, pháp luật cần quy định rõ trách nhiệm liên đới giữa bên chuyển giao và bên nhận dữ liệu, bao gồm nghĩa vụ bồi thường thiệt hại khi xảy ra rò rỉ, lạm dụng hoặc sử dụng sai mục đích, qua đó, khắc phục khoảng trống trách nhiệm trong thực tiễn thương mại điện tử.

#### Chú thích:

1. Chính phủ (2013). *Khoản 3 Điều 72 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử*.

2. Bộ Công Thương - Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (2022). *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2022*, tr. 38.

#### Tài liệu tham khảo:

1. Trần Thị Hồng Hạnh (2018). *Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân ở Việt Nam hiện nay*. Luận án Tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

2. Ebers, M., & Sein, K. (Eds.) (2025). *Privacy, Data Protection and Data-driven Technologies*. Routledge.

3. *Thương mại điện tử và kinh doanh có trách nhiệm tại Việt Nam*. <https://vov.vn>, ngày 20/11/2023.

4. *Thương mại điện tử đóng vai trò tiên phong, dẫn dắt nền kinh tế số*. <https://kinhthedoithi.vn>, ngày 21/11/2025.

5. *Bài học từ các mô hình quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*. <https://thuonghieucongluan.com.vn>, ngày 27/11/2025.

6. *Trách nhiệm pháp lý của doanh nghiệp trong kinh doanh online và thương mại điện tử tại Việt Nam*. <https://tapchicongthuong.vn>, ngày 09/01/2026.

7. *Quy định mới tăng cường quản lý, bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử*. <https://danchuphapluat.vn>, ngày 13/01/2026.