

TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC, CÁ NHÂN VỀ BẢO VỆ THÔNG TIN CÁ NHÂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

TRỊNH HOÀNG MINH*

Tóm tắt: Trước bối cảnh phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, đặc biệt môi trường Internet đang phát triển trên toàn cầu, phục vụ nhu cầu giao dịch của các tổ chức, cá nhân thông qua website điện tử ngày càng phổ biến. Đa số người tiêu dùng lựa chọn phương thức giao dịch trên website thương mại điện tử bởi phương thức này mang lại nhiều tiện ích. Đi kèm với những tiện ích mang lại thì các giao dịch thông qua website thương mại điện tử cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro cần phải quan tâm như thông tin cá nhân của người tiêu dùng bị rò rỉ, mua bán, sử dụng trái phép,... Để hạn chế những nguy cơ đó, bài viết sẽ tập trung phân tích trách nhiệm của tổ chức, cá nhân về bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong thương mại điện tử, từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện pháp luật.

Từ khóa: Tổ chức; cá nhân; bảo vệ thông tin cá nhân; trách nhiệm; thông tin cá nhân; người tiêu dùng; thương mại điện tử.

Abstract: In the context of rapid development of science and technology, particularly the global expansion of the Internet environment, the use of electronic websites by organizations and individuals to conduct transactions has become increasingly widespread. Most consumers choose to transact on e-commerce websites because this method brings many conveniences. Along with the conveniences, transactions through e-commerce websites also pose many risks that need attention, such as consumer personal information being leaked, bought and sold, or used illegally. To limit these risks, the article focuses on analyzing the responsibilities of organizations and individuals in protecting consumers' personal information in electronic commerce, thereby proposing solutions to improve legislation.

Keywords: Organizations; individuals; personal data protection; legal responsibility; consumer rights; personal information; electronic commerce.

Ngày nhận bài: 08/01/2025; Ngày sửa bài: 05/3/2025; Ngày duyệt đăng bài: 25/4/2025.

1. Đặt vấn đề

Theo Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2023 của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam tiếp tục tăng trưởng mạnh. Tính đến tháng 12/2023, Việt Nam nằm trong top 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử cao nhất thế giới (theo

Statista). Riêng trên 5 sàn thương mại điện tử lớn gồm Shopee, Lazada, Tiki, Sendo và Tiktok Shop, đã có 2,2 tỷ đơn vị sản phẩm được giao thành công, tăng 52,3% so với năm 2022¹. Trước thực tiễn này, hệ thống pháp luật Việt Nam đã từng bước thiết lập hành lang pháp lý bảo vệ thông tin cá nhân qua các văn bản như Hiến pháp 2013, Bộ luật Dân sự 2015, Luật Giao dịch điện tử

* NCS., Trường Đại học Luật, Đại học Huế, Email: thminh.dhl23@hueuni.edu.vn

¹ Viện Nghiên cứu chiến lược, chính sách công thương - Bộ Công thương, *Thương mại điện tử - một chặng đường*, truy cập từ <https://vioit.moit.gov.vn/vn/Printer.aspx?nId=5829#:~:text=C%C5%A9ng%20theo%20theo%20B%C3%A1o%20c%C3%A1o,3%25%20so%20v%E1%BB%9Bi%20n%C4%83m%202022>

2023, Luật An toàn thông tin mạng 2015 và mới nhất là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023. Tuy nhiên, các quy định vẫn còn rời rạc, thiếu đồng bộ và chưa xác định rõ cơ chế trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong thương mại điện tử. Liên quan đến vấn đề này, đã có một số công trình nghiên cứu đáng chú ý như: bài viết của Nguyễn Văn Cường về “Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc bảo vệ thông tin của người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam hiện nay”²; bài viết của Lê Minh Hồng, Đỗ Tiến Dũng về “Thực trạng pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân và một số kiến nghị”³ hay Luận án của Trần Thị Hồng Hạnh về “Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân ở Việt Nam”⁴. Tuy nhiên, trước yêu cầu cấp bách từ thực tiễn thương mại điện tử, vẫn cần tiếp tục có những nghiên cứu chuyên sâu hơn để luận giải rõ trách nhiệm của các chủ thể liên quan, từ đó đề xuất những giải pháp hoàn thiện pháp luật phù hợp với bối cảnh hiện nay.

2. Quyền bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Kể từ năm 1992, các bản Hiến pháp Việt Nam đều ghi nhận quyền bất khả xâm phạm đời sống riêng tư, bí mật cá nhân và gia đình là quyền hiến định. Hiến pháp 2013 cụ thể hóa rõ hơn: mọi người có quyền bảo vệ danh dự, uy tín; được bảo đảm an toàn thông tin về đời sống riêng tư, thư tín,

điện thoại, điện tín và các hình thức trao đổi thông tin riêng tư khác. Bộ luật Dân sự 2015 tiếp tục cụ thể hóa quy định này, khẳng định đời sống riêng tư và thông tin cá nhân là bất khả xâm phạm. Đây là nền tảng pháp lý quan trọng để thiết lập trách nhiệm pháp lý của tổ chức, cá nhân trong việc bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Trong bối cảnh người tiêu dùng đóng vai trò trung tâm trong sự phát triển của thị trường và doanh nghiệp, việc bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử ngày càng trở nên cấp thiết. Tuy nhiên, hệ thống pháp luật hiện hành vẫn chưa có quy định rõ ràng, thống nhất về quyền bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong môi trường số, dẫn đến nhiều khoảng trống pháp lý. Do đó, cần thiết phải phân tích và đánh giá cụ thể các vấn đề sau:

Điều 15 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 quy định: “1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh tự mình hoặc ủy quyền, thuê bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng, chỉnh sửa, cập nhật, hủy bỏ thông tin của người tiêu dùng phải bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của người tiêu dùng theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan; 2. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh ủy quyền hoặc thuê bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng, chỉnh sửa, cập nhật, hủy bỏ thông tin của người tiêu dùng thì phải được sự đồng ý của người tiêu dùng. Việc ủy quyền hoặc thuê bên thứ ba

² Nguyễn Văn Cường (2022), “Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc bảo vệ thông tin của người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam hiện nay”, Tạp chí *Tòa án nhân dân*, truy cập từ <https://tapchitoaan.vn/trach-nhiem-cua-to-chuc-ca-nhan-kinh-doanh-trong-viec-bao-ve-thong-tin-cua-nguoi-tieu-dung-theo-phap-luat-viet-nam-hien-nay7660.html>

³ Lê Minh Hồng, Đỗ Tiến Dũng (2020), “Thực trạng pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân và một số kiến nghị”, *Bộ Khoa học và Công nghệ*, truy cập từ <https://mst.gov.vn/thuc-trang-phap-luat-ve-bao-ve-thong-tin-ca-nhan-va-mot-so-kien-nghi-197143631.htm>

⁴ Trần Thị Hồng Hạnh (2018), *Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân ở Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

phải được thực hiện bằng văn bản, trong đó quy định rõ phạm vi, trách nhiệm của mỗi bên trong việc bảo vệ thông tin của người tiêu dùng theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan”. Như vậy, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 đã ghi nhận chi tiết đối với việc bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, việc tổ chức, cá nhân kinh doanh ủy quyền cho bên thứ ba thực hiện thu thập thông tin có được sự đồng ý của người tiêu dùng hay không cũng được quy định ở luật mới. Đạo luật ITE Điều 26 đoạn 1 có nêu rõ rằng “trừ khi có quy định khác theo luật định quy định, việc sử dụng bất kỳ thông tin nào thông qua phương tiện điện tử liên quan đến dữ liệu cá nhân của một người phải được sự đồng ý của người có liên quan”⁵. Theo khoản 5 Điều 7 Luật An toàn thông tin mạng 2015 đã ghi nhận các hành vi bị nghiêm cấm là thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh trái pháp luật thông tin cá nhân của người khác, lợi dụng sơ hở, điểm yếu của hệ thống thông tin để thu thập, khai thác thông tin cá nhân. Ngoài các văn bản pháp luật nêu trên, một số luật khác cũng đề cập đến nội dung bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng như Luật Công nghệ thông tin 2006, Luật Giao dịch điện tử 2023 có hiệu lực ngày 01/7/2024, Luật Thương mại điện tử 2015,... cũng đề cập đến bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng.

Qua đó có thể thấy, quyền được bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một trong những quyền cơ bản, quan trọng của mọi công dân nói chung và người tiêu dùng nói riêng, được pháp luật Việt Nam ghi nhận

và bảo vệ. Đây là quyền chính đáng mà bất cứ người tiêu dùng nào khi tham gia vào các giao dịch trong thương mại điện tử cũng được bảo hộ. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra, đây không phải là quyền tuyệt đối, chính vì vậy thông tin cá nhân của người tiêu dùng vẫn có thể bị thu thập, sử dụng trái pháp luật. Vậy trách nhiệm của tổ chức, cá nhân sẽ như thế nào nếu quyền được bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng bị xâm phạm? Để giải quyết được câu hỏi này, bài viết thực hiện phân tích trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng để có cái nhìn rõ nhất về vấn đề này.

3. Trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng

Sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử đã làm thay đổi phương thức giao dịch truyền thống, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong đó, tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử với vai trò trung gian kết nối giữa người bán và người tiêu dùng giữ vai trò quan trọng trong việc đảm bảo môi trường giao dịch an toàn và minh bạch. Gắn liền với đó là trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân là yếu tố then chốt để xây dựng lòng tin và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Quy định tại Điều 24 Nghị định 52/2013/NĐ-CP (sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP) đã đề cập trách nhiệm này. Tuy vậy, thực tế cho thấy vẫn còn nhiều bất cập trong việc thực hiện, đặc biệt là sự chồng chéo, thiếu thống nhất giữa các nhóm chủ thể. Việc phân tích cụ thể từng nhóm sẽ giúp làm rõ khoảng trống pháp lý và bất cập trong thực hiện:

⁵ Andriyanto Adhi Nugroho, Atik Winanti & Surahmad (2020), “Personal Data Protection in Indonesia: Legal Perspective”, *Faculty of Law, UPN Veteran Jakarta, Indonesia*, Tạp chí *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, truy cập từ <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i7.1773>

Thứ nhất, thương nhân, tổ chức, cá nhân sở hữu website thương mại điện tử bán hàng.

Đây là những chủ thể thiết lập website nhằm xúc tiến thương mại, bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trực tuyến. Dù không trực tiếp tham gia vào hoạt động trung gian, nhưng với vai trò là bên thiết kế và quản trị nền tảng giao dịch, họ có trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong quá trình thu thập, lưu trữ và sử dụng dữ liệu. Tuy nhiên, trách nhiệm này hiện chưa được quy định rõ ràng như Luật Giao dịch điện tử hay Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Các quy định cụ thể hơn chủ yếu nằm ở các văn bản dưới luật, điển hình là Điều 27 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP (sửa đổi bởi Nghị định số 85/2021/NĐ-CP), trong đó yêu cầu chủ sở hữu website phải xây dựng chính sách bảo mật và cơ chế tiếp nhận, xử lý yêu cầu liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân. Do đó, tạo ra khoảng trống pháp lý nhất định, bởi lẽ các Nghị định chỉ mang tính chất hướng dẫn thi hành và không có giá trị pháp lý tương đương với luật. Hệ quả là các hành vi vi phạm nếu phát sinh thường gặp khó khăn trong việc áp dụng chế tài rõ ràng, đồng thời gây trở ngại trong quá trình giải quyết tranh chấp hoặc truy cứu trách nhiệm pháp lý. Thực tế cũng cho thấy khoảng trống pháp lý này đang ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng, theo Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023 do iDEA - Bộ Công Thương phát hành, một trong những rào cản lớn đối với người tiêu dùng là lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ (42%). Đồng thời, chỉ có 22%

người dùng quan tâm đến tiêu chí “thông tin cá nhân được bảo mật” khi lựa chọn nền tảng mua sắm, cho thấy phần lớn website bán hàng không chú trọng công bố chính sách bảo mật rõ ràng về trách nhiệm pháp lý nếu xảy ra lộ lọt thông tin⁶. Từ đó, phản ánh thực trạng nhiều website bán hàng hiện nay chưa chú trọng đúng mức đến việc công bố và thực hiện chính sách bảo vệ thông tin cá nhân, đặc biệt là các biện pháp xử lý và bồi thường khi có vi phạm xảy ra. Ở cấp độ quốc tế, kinh nghiệm từ Liên minh Châu Âu cho thấy cách tiếp cận chặt chẽ và toàn diện hơn. Quy định GDPR xác định rõ ràng bất kỳ tổ chức nào tự vận hành một hệ thống xử lý dữ liệu cá nhân để phục vụ hoạt động kinh doanh đều được coi là tổ chức hoặc cá nhân và phải chịu trách nhiệm tuân thủ các nguyên tắc xử lý dữ liệu như minh bạch, giới hạn mục đích, tối thiểu hóa dữ liệu và bảo mật⁷.

Thứ hai, thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử.

Đây là các chủ thể xây dựng và vận hành sàn giao dịch trực tuyến, nơi diễn ra các hoạt động mua bán giữa nhiều bên. Theo Điều 36 và Điều 46 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP (được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 85/2021/NĐ-CP), những thương nhân và tổ chức này có nghĩa vụ: công bố rõ thông tin người sở hữu website; ban hành, duy trì và giám sát việc tuân thủ quy chế hoạt động sàn giao dịch; yêu cầu người bán cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ khi đăng ký tài khoản; thiết lập cơ chế giao kết hợp đồng trực tuyến phù hợp với quy định pháp luật; áp dụng các biện pháp bảo đảm an toàn thông tin cá nhân của người tiêu

⁶ Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2023), *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023*, tr. 52.

⁷ Điều 5 Quy định chung về bảo vệ dữ liệu của Liên minh Châu Âu năm 2018.

dùng, bao gồm mã hóa, bảo mật và quy định cụ thể về phạm vi sử dụng dữ liệu; xử lý kịp thời hành vi vi phạm pháp luật trên sàn giao dịch, trong đó có gỡ bỏ thông tin hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh trong vòng 24h khi có yêu cầu, rà soát, loại bỏ sản phẩm vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tạm đình chỉ hoặc chấm dứt cung cấp dịch vụ cho thương nhân vi phạm; phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong điều tra, xử lý vi phạm và giải quyết tranh chấp, khiếu nại.

Xét về mặt lý thuyết, pháp luật đã xác lập khá rõ ràng trách nhiệm của các tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử trong việc bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Việc công khai chính sách bảo mật, thiết lập cơ chế giải quyết tranh chấp, kiểm soát nội dung và chủ động phối hợp với cơ quan chức năng là những điều kiện tiên quyết giúp tạo lập lòng tin cho người tiêu dùng trong các giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên trên thực tế, vẫn còn tồn tại khoảng cách đáng kể giữa quy định pháp luật và việc thực hiện trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân. Theo Báo cáo An ninh mạng 2024, tình trạng rao bán và lộ lọt thông tin cá nhân tại Việt Nam ngày càng phức tạp. Riêng lĩnh vực thương mại điện tử ghi nhận hơn 2,4 triệu bản ghi bị rao bán, chưa kể lĩnh vực tài chính trên 10 triệu, dịch vụ hơn 12 triệu và mạng xã hội trên 192 triệu. Các dữ liệu bị rò rỉ bao gồm thông tin nhạy cảm như tài khoản ngân hàng, hồ sơ eKYC và dữ liệu giao dịch. Nguyên nhân chủ yếu là do hệ thống bảo mật yếu kém, lỗ hổng trong kiểm soát nội bộ và thiết bị

người dùng dễ bị tấn công mã độc. Thực trạng này cho thấy cơ chế giám sát và xử lý vi phạm của các doanh nghiệp thương mại điện tử chưa đáp ứng yêu cầu pháp lý, đặc biệt trong minh bạch chính sách bảo mật và phản ứng với sự cố dữ liệu⁸. Thực trạng trên cho thấy, dù pháp luật đã quy định rõ nghĩa vụ, nhưng cơ chế cưỡng chế, giám sát và xử lý vi phạm vẫn chưa đủ mạnh. Việc thiếu minh bạch trong chính sách bảo mật, thiếu cảnh báo rủi ro cho người dùng và không có hệ thống kiểm soát độc lập khiến người tiêu dùng đứng trước nguy cơ bị xâm phạm thông tin cá nhân mà không có biện pháp bảo vệ hiệu quả. Ở một số quốc gia có hệ thống pháp luật tiên tiến như Trung Quốc, quy định về trách nhiệm của nền tảng trung gian đã được thiết kế theo hướng ràng buộc chặt chẽ hơn. Cụ thể, quy định rằng các nền tảng cung cấp dịch vụ internet có lượng người dùng lớn phải “thiết lập hệ thống quản lý dữ liệu cá nhân chuyên biệt”⁹. Đồng thời phải thực hiện đánh giá tác động bảo vệ dữ liệu trước khi xử lý quy mô lớn hoặc chuyển dữ liệu ra nước ngoài¹⁰. Cách tiếp cận này cho thấy vai trò của nền tảng không chỉ là trung gian kỹ thuật, mà còn là chủ thể chịu trách nhiệm tích cực trong việc bảo vệ quyền riêng tư và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Thứ ba, trách nhiệm của người bán, cung cấp dịch vụ trên sàn thương mại điện tử.

Trong hoạt động thương mại điện tử, người bán và nhà cung cấp dịch vụ có thể tồn tại dưới hai hình thức: (i) tự thiết lập và vận hành website thương mại điện tử để

⁸ NCS - Công ty An ninh mạng Quốc gia Việt Nam (2024), *Báo cáo tình hình An ninh mạng Việt Nam năm 2024*, truy cập từ <https://www.ncs.vn/an-ninh-mang-2024>

⁹ Điều 58 Luật Bảo vệ thông tin cá nhân của Trung Quốc năm 2021 (PIPL).

¹⁰ Điều 59 Luật Bảo vệ thông tin cá nhân của Trung Quốc năm 2021 (PIPL).

bán hàng và (ii) sử dụng nền tảng của bên thứ ba như Shopee, Lazada, Tiki, TikTok Shop để kinh doanh. Với trường hợp (i), pháp luật đã có quy định cụ thể về trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng tại Điều 27 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP (sửa đổi bởi Nghị định số 85/2021/NĐ-CP), yêu cầu chủ sở hữu website phải công bố chính sách bảo mật, thiết lập cơ chế truy cập, chỉnh sửa và xử lý khiếu nại liên quan đến dữ liệu cá nhân. Tuy nhiên, với trường hợp (ii) người bán hàng hoạt động trên nền tảng do bên thứ ba cung cấp thì trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân vẫn chưa được pháp luật xác lập rõ ràng, dẫn đến lỗ hổng đáng kể trong việc kiểm soát hành vi thu thập, sử dụng và chia sẻ thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Thực tế cho thấy, nhiều hành vi sử dụng trái phép thông tin cá nhân để gọi điện, gửi tin nhắn quảng cáo không mong muốn có thể bắt nguồn từ chính người bán, nhưng lại rất khó xử lý do không có chế tài riêng biệt. Theo Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2023 (EBI 2023) của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), khảo sát gần 7.000 doanh nghiệp cho thấy chỉ khoảng 18% người bán trên sàn thương mại điện tử có chính sách công bố thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng, phản ánh mức độ tuân thủ và nhận thức pháp lý còn rất hạn chế trong cộng đồng người kinh doanh trực tuyến¹¹. Mặt khác, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 chỉ đề cập nghĩa vụ bảo vệ thông tin cá nhân ở cấp độ nguyên tắc chung, chưa phân định trách nhiệm cụ thể giữa các chủ thể như sàn giao dịch, người bán,

đơn vị vận chuyển..., trong khi người tiêu dùng lại phải trực tiếp cung cấp thông tin cho tất cả các khâu trong quá trình giao dịch. Việc thiếu quy định chi tiết và chế tài riêng đối với người bán khiến cho các hành vi vi phạm khó bị phát hiện và xử lý triệt để, đồng thời tạo ra khoảng trống pháp lý đáng lo ngại trong bối cảnh số lượng người kinh doanh cá nhân trên sàn thương mại điện tử ngày càng gia tăng. Pháp luật Trung Quốc quy định rõ trách nhiệm dân sự của cả người dùng mạng và nhà cung cấp dịch vụ mạng trong trường hợp xâm phạm quyền và lợi ích dân sự bao gồm cả quyền riêng tư của người khác thông qua hệ thống mạng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ không kịp thời xử lý khi được thông báo về hành vi vi phạm, họ có thể bị liên đới chịu trách nhiệm với người vi phạm¹².

Thứ tư, trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng.

Bảo vệ thông tin cá nhân không chỉ là nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh mà còn là trách nhiệm của chính người tiêu dùng. Khoản 1 Điều 16 Luật An toàn thông tin mạng 2015 quy định: “Cá nhân tự bảo vệ thông tin cá nhân của mình và tuân thủ quy định của pháp luật về cung cấp thông tin cá nhân khi sử dụng dịch vụ trên mạng.” Tuy nhiên, trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển nhanh chóng, trách nhiệm này vẫn chưa được người tiêu dùng thực hiện đầy đủ, thể hiện qua sự hạn chế về nhận thức, thói quen chia sẻ thông tin tùy tiện và khả năng tự bảo vệ còn thấp.

Một là, nhiều người tiêu dùng vẫn còn tâm lý chủ quan, dễ dàng chia sẻ thông

¹¹ VECOM - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2023), *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023 (EBI 2023)*, truy cập từ <https://vecom.vn/bao-cao-ebi-2023>

¹² Điều 36 Luật Trách nhiệm bồi thường thiệt hại Trung Quốc năm 2009.

tin cá nhân như số điện thoại, địa chỉ, tài khoản mạng xã hội, hình ảnh cá nhân... mà không kiểm tra kỹ chính sách bảo mật hoặc độ tin cậy của nền tảng giao dịch. Theo Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023, chỉ có 22% người tiêu dùng cho rằng chính sách bảo mật là tiêu chí quan trọng khi lựa chọn nền tảng mua sắm, trong khi 42% lại lo ngại bị lộ thông tin cá nhân. Điều này phản ánh sự thiếu đồng bộ giữa ý thức cảnh giác và hành vi lựa chọn dịch vụ, khiến người tiêu dùng trở thành mắt xích yếu trong chuỗi bảo mật thông tin cá nhân. Theo thống kê từ Cục An toàn Thông tin - Bộ Thông tin & Truyền thông, Bộ Công an, 70% các trường hợp lừa đảo qua mạng xã hội như Zalo và Facebook, cũng như các thủ đoạn giả mạo website, đã được ghi nhận trong các vụ lừa đảo trực tuyến tại Việt Nam¹³.

Hai là, người tiêu dùng thiếu kỹ năng giám sát và kiểm soát thông tin sau khi đã cung cấp. Trong nhiều trường hợp, người tiêu dùng không biết cách yêu cầu nền tảng hoặc người bán điều chỉnh, xóa thông tin, hoặc không biết khiếu nại ở đâu khi phát hiện hành vi sử dụng trái phép. Việc không nắm rõ các quyền được pháp luật bảo vệ, như quyền yêu cầu truy cập, chỉnh sửa, hủy bỏ thông tin cá nhân, theo quy định tại Điều 9, Điều 10 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023, dẫn đến tình trạng thụ động và dễ bị xâm hại mà không có phản ứng pháp lý hiệu quả. Cách tiếp cận này cũng được khẳng định trong pháp luật quốc tế, điển hình là Quy định

GDPR, theo đó người tiêu dùng với tư cách là chủ thể dữ liệu có quyền yêu cầu truy cập vào dữ liệu cá nhân mà các tổ chức đang xử lý, đồng thời có thể yêu cầu chỉnh sửa, xóa bỏ hoặc phản đối việc tiếp tục xử lý¹⁴. Đây là cơ chế quan trọng nhằm bảo đảm quyền tự chủ trong việc kiểm soát và bảo vệ dữ liệu cá nhân. Việc này mở đường cho các hành vi khai thác dữ liệu không minh bạch từ bên thứ ba hoặc các công cụ quảng cáo tích hợp. Bên cạnh đó, thói quen sử dụng mạng xã hội và ứng dụng thương mại điện tử thiếu kiểm soát cũng làm gia tăng rủi ro rò rỉ thông tin. Nhiều người tiêu dùng sử dụng tài khoản liên kết hoặc đồng ý “cho phép truy cập toàn bộ danh bạ, thư viện ảnh” mà không hiểu rõ hệ quả. Ví dụ, trên VnExpress có phản ánh trường hợp chưa từng đăng ký vay tiền nhưng lại bị gọi điện đòi nợ tín dụng, với kẻ cho vay viện dẫn thông tin cá nhân như Chứng minh nhân dân, địa chỉ, email. Người dùng không thể xác định nguồn rò rỉ thông tin cá nhân và cũng không biết mình cần liên hệ cơ quan nào để yêu cầu kiểm tra hay bồi thường¹⁵.

Ba là, cơ chế hỗ trợ người tiêu dùng tự bảo vệ thông tin vẫn còn thiếu và yếu. Các công cụ để người tiêu dùng kiểm tra việc thu thập, xử lý, chia sẻ thông tin của các website thương mại điện tử còn ít phổ biến; các sàn giao dịch cũng chưa tích cực trong việc cung cấp báo cáo minh bạch về hoạt động dữ liệu cá nhân. Trong khi đó, hoạt động đào tạo về công nghệ số và nâng cao nhận thức bảo vệ thông tin cá nhân cho

¹³ Báo Điện tử Chính phủ (2024), *Bảo vệ người dân trước thực trạng lừa đảo trên mạng*, truy cập từ <https://baohinhphu.vn/bao-ve-nguoi-dan-truoc-thuc-trang-lua-dao-tren-mang-10224102214005444.htm>

¹⁴ Điều 15 Quy định chung về bảo vệ dữ liệu của Liên minh Châu Âu (GDPR) năm 2018.

¹⁵ VnExpress (2022), *Dữ liệu người Việt bị thu thập và lợi dụng thế nào*, truy cập từ <https://vnexpress.net/du-lieu-nguoi-viet-bi-thu-thap-va-loi-dung-the-nao-4498747.html>

người tiêu dùng chưa được tổ chức rộng rãi, đặc biệt ở nhóm người dùng lớn tuổi hoặc vùng nông thôn.

Từ các phân tích trên có thể thấy, trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng tuy đã được pháp luật quy định, nhưng việc nhận thức và thực thi còn yếu, chủ yếu do tâm lý chủ quan, thiếu kiến thức pháp luật và sự hỗ trợ còn hạn chế từ phía các nền tảng.

4. Một số giải pháp hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Thứ nhất, bổ sung quy định pháp lý cụ thể về trách nhiệm của người bán trên sàn thương mại điện tử.

Hiện nay, trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân chủ yếu được pháp luật ghi nhận đối với các tổ chức vận hành sàn giao dịch thương mại điện tử, trong khi người bán dù có khả năng tiếp cận và sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng, lại chưa bị ràng buộc rõ ràng về trách nhiệm pháp lý. Từ đó dẫn đến tình trạng nhiều hành vi sử dụng, chia sẻ trái phép thông tin cá nhân của người tiêu dùng xuất phát từ người bán nhưng không thể xử lý triệt để do thiếu căn cứ pháp luật cụ thể. Do đó, cần sửa đổi, bổ sung Điều 86 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP theo hướng mở rộng đối tượng chịu trách nhiệm, không chỉ giới hạn ở hành vi “thu thập” thông tin mà bao gồm cả các chủ thể có khả năng tiếp cận, lưu trữ và xử lý thông tin cá nhân trong quá trình giao dịch. Từ đó giúp khép kín cơ chế kiểm soát, đồng thời tăng tính răn đe đối với các hành vi vi phạm xuất phát từ chính người bán hàng trên sàn thương mại điện tử.

Thứ hai, tăng cường cơ chế xử phạt đối với hành vi mua bán trái phép thông tin cá nhân.

Các quy định tại điểm b khoản 5 Điều 63 Nghị định số 98/2020/NĐ-CP và khoản 2 Điều 101 Nghị định số 15/2020/NĐ-CP đã thiết lập khung xử phạt đối với hành vi tiết lộ, chuyển nhượng hoặc mua bán thông tin cá nhân khi chưa được sự đồng ý của người tiêu dùng. Tuy nhiên, cần hoàn thiện cơ chế thực hiện pháp luật bằng cách nâng cao năng lực điều tra trong môi trường số, ứng dụng các công nghệ để truy vết và xử lý hành vi xâm phạm thông tin cá nhân, đồng thời thiết lập các kênh phản ánh nhanh chóng và hiệu quả nhằm kết nối người tiêu dùng, nền tảng thương mại điện tử và cơ quan quản lý nhà nước trong việc tiếp nhận và giải quyết vi phạm. Ngoài ra, mức xử phạt hiện nay cũng cần được rà soát theo hướng tăng nặng đối với hành vi vi phạm có yếu tố thương mại hóa thông tin cá nhân của người tiêu dùng, đặc biệt là với thông tin nhạy cảm như thông tin tài chính, định danh sinh trắc học, hồ sơ eKYC.

Thứ ba, hoàn thiện quy định về việc công khai, gỡ bỏ và xử lý thông tin cá nhân bị công bố trái phép trên nền tảng thương mại điện tử.

Để bảo vệ kịp thời thông tin cá nhân của người tiêu dùng khi phát hiện thông tin cá nhân bị công bố sai lệch, không có căn cứ hoặc sử dụng vào mục đích không được cho phép, cần bổ sung nội dung tại Điều 31 Thông tư số 47/2014/TT-BCT. Cụ thể, cần quy định rõ thời hạn xử lý, trách nhiệm gỡ bỏ nội dung vi phạm, cũng như cơ chế giải trình từ phía đơn vị vận hành nền tảng khi có phản ánh từ người tiêu dùng. Quy định này sẽ giúp tạo điều kiện pháp lý rõ ràng để

cá nhân có thể yêu cầu khắc phục hậu quả, đồng thời buộc sàn giao dịch và người bán nâng cao trách nhiệm trong việc tiếp nhận và xử lý khiếu nại liên quan đến thông tin cá nhân của người tiêu dùng.

5. Kết luận

Bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử là vấn đề cấp thiết, gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế số. Mặc dù pháp luật đã có những quy định ban đầu, nhưng vẫn tồn tại nhiều khoảng trống, đặc biệt trong việc phân định rõ trách nhiệm giữa các chủ thể như sàn giao dịch, người bán và người tiêu dùng. Thực tiễn cho thấy việc thực hiện còn hạn chế, cơ chế giám sát và xử lý vi phạm chưa hiệu quả, trong khi nhận thức của người tiêu dùng vẫn còn thấp. Vì vậy, cần tiếp tục hoàn thiện pháp luật theo hướng mở rộng trách nhiệm cho các bên có quyền truy cập thông tin cá nhân, đồng thời tăng cường công cụ kiểm soát, chế tài xử lý và nâng cao năng lực tự bảo vệ của người tiêu dùng nhằm củng cố niềm tin trong môi trường thương mại điện tử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội (2013), *Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội Chủ nghĩa Việt Nam*, ban hành ngày 28/11/2013.
2. Quốc hội (2015), *Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13*, ban hành ngày 19/11/2015.
3. Quốc hội (2023), *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15*, ban hành ngày 20/6/2023.
4. Quốc hội (2023), *Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15*, ban hành ngày 22/6/2023.

5. Chính phủ (2014), *Nghị định số 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website thương mại điện tử*, ban hành ngày 05/12/2014.

6. Chính phủ (2020), *Nghị định số 15/2020/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử*, ban hành ngày 03/02/2020.

7. Chính phủ (2013), *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử*, ban hành ngày 16/5/2013.

8. Chính phủ (2020), *Nghị định 98/2020/NĐ-CP quy định 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*, ban hành ngày 26/8/2020.

9. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2023), *Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023*.

10. Luật Trách nhiệm bồi thường thiệt hại Trung Quốc năm 2009.

11. Luật Bảo vệ thông tin cá nhân Trung Quốc năm 2021 (PIPL).

12. Quy định chung về bảo vệ dữ liệu của Liên minh Châu Âu (GDPR) năm 2018.

13. VECOM - Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2023), *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023 (EBI 2023)*, truy cập từ <https://vecom.vn/bao-cau-ebi-2023>

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