

PHÁP LUẬT VỀ TRÁCH NHIỆM CỦA CHỦ QUẢN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG BẢO VỆ DỮ LIỆU CÁ NHÂN NGƯỜI TIÊU DÙNG

● PHẠM GIA BẢO NGỌC¹ - PHẠM THỊ HIỀN²

¹Sinh viên khóa 47, Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh

²Giảng viên, Khoa Luật Quốc tế, Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung phân tích cơ sở lý luận, đặc điểm pháp lý và các quy định hiện hành của pháp luật Việt Nam liên quan đến trách nhiệm của chủ quản nền tảng thương mại điện tử (TMĐT) trong hoạt động thu thập, thông báo và bảo vệ dữ liệu cá nhân người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy pháp luật Việt Nam vẫn còn tồn tại những khoảng trống và hạn chế trong việc xác định trách nhiệm và kiểm soát dữ liệu, đặc biệt trong bối cảnh TMĐT phát triển và xuyên biên giới. Trên cơ sở so sánh thực tiễn và quy định pháp luật của một số quốc gia, bài viết đề xuất hoàn thiện khung pháp lý, cân bằng quyền và lợi ích hợp pháp giữa chủ quản vận hành nền tảng và người tiêu dùng, rút kinh nghiệm để hội nhập quốc tế.

Từ khóa: bảo vệ dữ liệu cá nhân, nền tảng thương mại điện tử, người tiêu dùng.

1. Đặt vấn đề

Dữ liệu cá nhân (DLCN) của người tiêu dùng trên các sàn TMĐT đang trở thành một vấn đề được quan tâm sâu sắc trong thời đại số hoá và bùng nổ mua sắm trực tuyến hiện nay. Khi người tiêu dùng ngày nay hầu hết thực hiện các hoạt động mua hàng, thanh toán và tương tác thông qua nền tảng TMĐT. Chỉ với một lần đăng ký tài khoản, tải app đặt hàng hay thậm chí mới truy cập web để xem sản phẩm đều có thể bị lưu vết dữ liệu. Với sự phát triển nhanh chóng của thời đại công nghệ số, sự xuất hiện của nhiều sàn giao dịch TMĐT cùng

với nguồn dữ liệu lớn khiến việc khai thác DLCN người tiêu dùng trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết, đồng thời cũng đặt ra những thách thức về bảo mật, rủi ro bị thuật toán nền tảng TMĐT khai thác và sử dụng thông tin. Xuất phát từ yêu cầu bảo đảm an toàn dữ liệu và xây dựng môi trường số minh bạch, bài viết nhằm: (i) So sánh khung pháp lý của Việt Nam với các quy định của một số quốc gia; (ii) Chỉ ra những bất cập trong hoạt động bảo vệ dữ liệu của Việt Nam thông qua việc đối chiếu thực tiễn, từ đó đưa ra bài học kinh nghiệm phù hợp với thực tiễn trong nước.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Khái quát chung về chủ quản nền tảng thương mại điện tử

Trước tiên, Khoản 7 Điều 7 Luật Thương mại điện tử năm 2025 (Luật TMĐT năm 2025) quy định “*Chủ quản nền tảng TMĐT*” là tổ chức, cá nhân có quyền quản lý, vận hành và chịu trách nhiệm đối với toàn bộ hoạt động của nền tảng đó, ví dụ: Lazada, Shopee, Tiki. Tương tự, Luật Dữ liệu năm 2024 xác định “chủ quản dữ liệu” được hiểu là cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân thực hiện việc xây dựng, quản lý, vận hành và khai thác dữ liệu theo yêu cầu của chủ sở hữu dữ liệu; còn “chủ sở hữu dữ liệu” là chủ thể có quyền quyết định đối với việc hình thành, phát triển, bảo vệ và xử lý dữ liệu. Như vậy, chủ thể sở hữu và vận hành nền tảng TMĐT không phải là “chủ sở hữu dữ liệu” đối với dữ liệu của người dùng hoặc người bán trên nền tảng, mà đóng vai trò là chủ thể quản trị và khai thác hệ thống dữ liệu.

Tại khoản 3 Điều 5 Luật TMĐT năm 2025, đề cập mạng xã hội TMĐT có chứa đựng tích hợp chức năng liên lạc, đặt hàng, livestream bán hàng và mọi hoạt động chủ yếu được thực hiện để hỗ trợ giao kết hợp đồng, có hoạt động kinh doanh thương mại diễn ra trên nền tảng mạng xã hội (Nguyễn Hoàng Khang, 2025). Ví dụ như Facebook có tính năng cửa hàng “shop” tích hợp cho mua sắm trên ứng dụng. Như vậy, mạng xã hội có thể được điều chỉnh bởi các quy chế pháp lý của nền tảng TMĐT.

Trên phương diện lý luận, các đặc điểm của chủ quản nền tảng TMĐT có thể bao gồm:

Thứ nhất, chủ quản nền tảng TMĐT là chủ thể kinh doanh dịch vụ trung gian số, đóng vai trò tổ chức, thiết lập và vận hành môi trường giao dịch điện tử giữa người bán và người tiêu dùng. *Thứ hai*, hoạt động của chủ quản nền tảng TMĐT được thực hiện hoàn toàn trên môi trường điện tử và không bị giới hạn bởi không gian địa lý. Toàn bộ quy trình từ thiết lập gian hàng, quảng bá hàng hóa, đàm phán, giao kết hợp đồng, thanh toán đến khiếu nại đều được tiến hành trực tuyến. Chính đặc điểm này tạo nên tính liên tục, tức thời và phạm vi tiếp cận toàn cầu của giao dịch TMĐT. Người mua và người bán có thể tham gia giao dịch

ở bất kỳ thời điểm nào và tại bất kỳ quốc gia nào nếu đáp ứng điều kiện truy cập nền tảng. *Thứ ba*, chủ quản nền tảng TMĐT có khả năng tác động mạnh đến hành vi tiêu dùng thông qua thuật toán hiển thị và kiểm soát dữ liệu. Ví dụ, Amazon hiển thị xếp hạng người bán, đánh giá sản phẩm, lịch sử hiệu suất và mức độ uy tín của người bán để định hướng quyết định lựa chọn của người tiêu dùng.

2.2. Khát quát về dữ liệu cá nhân người tiêu dùng và hoạt động bảo vệ dữ liệu cá nhân của chủ quản nền tảng thương mại điện tử

a) DLCN người tiêu dùng trong TMĐT

Từ phương diện ngôn ngữ, thuật ngữ “dữ liệu cá nhân” được hình thành từ 2 yếu tố “dữ liệu” chỉ các thông tin tồn tại dưới dạng vật lý hoặc phi vật lý (dưới dạng thông điệp dữ liệu) và “cá nhân” ám chỉ một con người cụ thể, có danh tính, phân biệt với tập thể. Trong một số trường hợp, “dữ liệu cá nhân” thường được sử dụng tương đương với “thông tin cá nhân”, song xét mặt kỹ thuật pháp lý, hai cụm từ này không hoàn toàn đồng nhất. Trong lĩnh vực khoa học pháp lý, DLCN gắn liền chặt chẽ với quyền riêng tư của con người, do đó để bảo vệ quyền dữ liệu của cá nhân thì cần thiết bảo vệ quyền riêng tư.

Chỉ thị 95/46/EC của Liên minh châu Âu (EU) vào năm 1995 tiếp tục cụ thể hóa DLCN khi nhấn mạnh những thông tin thông qua tên, số, nhân dạng, nơi cư trú, số điện thoại hoặc bất kỳ các yếu tố nào thể chất, sinh lý, tâm lý, kinh tế, văn hóa, xã hội có khả năng nhận diện dưới 2 hình thức trực tiếp hoặc gián tiếp là chủ yếu. Khoản này xây dựng theo hướng liệt kê mà các lĩnh vực mà dữ liệu có thể được xác định là gắn liền với cá nhân, không phải loại trừ như các quy định khác. So với Điều 2a Chỉ thị 95/46/EC, GDPR tiến thêm một bước khi không liệt kê mà chỉ quy định chung hoặc bị hạn chế khi giải thích cũng như không giới hạn DLCN trong một phạm vi nhất định và mở rộng hình thức thể hiện ở dạng điện tử. Ngoài ra, định nghĩa DLCN theo luật này, dữ liệu bị mã hóa (pseudonymised data) về nguyên tắc vẫn được coi là dữ liệu cá nhân nếu vẫn tồn tại khả năng để xác định hợp lý cá nhân cụ thể thông qua việc bổ sung thêm thông tin, chẳng hạn như sử dụng sơ đồ đối chiếu (mapping), hoặc kết hợp với các dữ liệu

khác mà bên kiểm soát hoặc xử lý dữ liệu có thể tiếp cận. Chỉ khi dữ liệu bị ẩn danh hoàn toàn, tức không còn phương tiện hợp lý nào để tái nhận diện một cá nhân cụ thể thì khi đó dữ liệu mới không còn được xem là cá nhân.

Tại Hoa Kỳ, cách tiếp cận về định nghĩa DLCN trên nền tảng TMĐT đa phần mang tính phân mảnh và phi tập trung, phản ánh đặc trưng của hệ thống pháp luật liên bang. Ở cấp độ tiểu bang, Đạo luật về Quyền riêng tư của người tiêu dùng California (CCPA), đưa ra định nghĩa về thông tin cá nhân (TTCN) (sử dụng song song với khái niệm DLCN) là những thông tin có khả năng nhận diện, liên hệ hoặc có thể liên hệ một cách hợp lý với một cá nhân (chủ thể dữ liệu) hoặc hộ gia đình một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Khác với Hoa Kỳ, PIPL của Trung Quốc sử dụng thuật ngữ TTCN trong pháp luật chuyên ngành nhưng chung quy bản chất vẫn hướng đến dữ liệu liên quan cá nhân có thể nhận dạng được, cho dù được ghi lại ở dạng điện tử hoặc bằng các phương tiện khác, ngoại trừ thông tin ẩn danh. Điểm khác biệt là Trung Quốc không thừa nhận dữ liệu giả danh, loại dữ liệu được mã hoá bằng bí danh là DLCN, trong khi GDPR quy định trong trường hợp dữ liệu có thể truy ngược danh tính thật của người sử dụng thì vẫn được xem là DLCN.

b) Bảo vệ DLCN người tiêu dùng trong TMĐT

Theo từ điển tiếng Việt, cụm từ “bảo vệ” được hiểu là một động từ chống lại mọi sự xâm phạm để giữ cho luôn được nguyên vẹn. Dưới góc độ pháp lý, bảo vệ không chỉ là phản ứng thụ động khi có hành vi vi phạm xảy ra mà còn bao hàm việc thiết lập cơ chế phòng ngừa, kiểm soát rủi ro và biện pháp khắc phục hậu quả. Trong đó, “bảo vệ” mang tính chủ động, được thực hiện nhằm đối phó với các hành vi tác động từ bên ngoài nhằm bảo đảm sự toàn vẹn của đối tượng cần bảo vệ. Từ đây có thể suy ra, vấn đề bảo vệ quyền chỉ thực sự đặt ra khi xuất hiện hoặc tồn tại nguy cơ tiềm ẩn về hành vi xâm phạm quyền đó.

Có thể thấy, pháp luật Việt Nam vẫn chưa có quy định riêng biệt về khái niệm “bảo vệ DLCN người tiêu dùng trong TMĐT”. Tuy nhiên từ sự kết hợp và luận giải các quy định hiện hành để đưa ra định nghĩa phù hợp. Tại khoản 4 Điều 2 Luật

Bảo vệ DLCN năm 2025, trong đó “*bảo vệ DLCN là việc cơ quan tổ chức, cá nhân sử dụng lực lượng, phương tiện, biện pháp để phòng, chống hoạt động xâm phạm DLCN*”. Trước đó, khoản 5 Điều 2 Nghị định số 13/2023 ghi nhận “*hoạt động phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm liên quan đến cá nhân*”. Cả 2 quy định đều có điểm chung là hoạt động bảo vệ không dừng lại ở giai đoạn phòng ngừa mà còn bao gồm việc phát hiện, ngăn chặn và xử lý các vi phạm, trong đó không thể hiểu đơn giản là giữ bí mật thông tin mà là toàn bộ các biện pháp nhằm bảo đảm dữ liệu được xử lý hợp pháp, an toàn trên cơ sở tôn trọng quyền của chủ thể dữ liệu.

Từ những phân tích trên, có thể rút ra khái niệm sau: “Bảo vệ DLCN trên nền tảng TMĐT là tổng thể các biện pháp pháp lý, kỹ thuật được thực hiện bởi cơ quan nhà nước, tổ chức và cá nhân, nhằm đảm bảo rằng DLCN của người tiêu dùng được thu thập, lưu trữ, xử lý và chia sẻ một cách hợp lý, minh bạch và an toàn, phù hợp với quyền cùng lợi ích hợp pháp của chủ thể dữ liệu”.

3. Trách nhiệm pháp lý của chủ quản nền tảng thương mại điện tử trong bảo vệ dữ liệu cá nhân người tiêu dùng

Thứ nhất, trách nhiệm trong việc thu thập, thông báo và xác lập sự đồng ý của người tiêu dùng

Trách nhiệm đầu tiên của chủ quản nền tảng TMĐT trong hoạt động thu thập DLCN người tiêu dùng đó là trách nhiệm cung cấp công khai thông tin. Việc cung cấp công khai thông tin được thực hiện theo quy định tại Điều 15, 16 Luật TMĐT năm 2025 đó là đảm bảo tính chính xác, đầy đủ, rõ ràng nội dung và tổ chức thực hiện về điều kiện hoạt động, điều kiện giao dịch trên nền tảng TMĐT. Hơn nữa, tại Điều 9, Điều 11 Luật Bảo vệ DLCN 2025 quy định xác lập sự đồng ý của người tiêu dùng trong thu thập thông tin dữ liệu người tiêu dùng được pháp luật quy định thông qua việc đồng ý hoặc không đồng ý, do đó để thực hiện được trách nhiệm này thì chủ quản nền tảng TMĐT cần phải xây dựng được hệ thống lưu trữ dữ liệu đối với DLCN của người tiêu dùng.

Tiếp đến, chủ quản nền tảng TMĐT có trách nhiệm thông báo về hoạt động thu thập DLCN đến

người tiêu dùng. Trách nhiệm được ghi nhận tại Điều 29 Luật Bảo vệ DLCN năm 2025, Điều 6 Nghị định số 356/2025/NĐ-CP đó là lưu trữ sự đồng ý và chứng minh sự đồng ý của người tiêu dùng khi có tranh chấp xảy ra. Tuy tên điều luật của Điều 29 là bảo vệ DLCN đối với các nền tảng mạng xã hội, dịch vụ truyền thông trực tuyến, tuy nhiên phạm vi áp dụng cần được hiểu theo mục tiêu bảo vệ chủ thể dữ liệu mà không giới hạn ở tên gọi của loại hình nền tảng. Kể cả khi Luật TMĐT năm 2025 không quy định trực tiếp nghĩa vụ thông báo trước khi thu thập DLCN, chủ quản nền tảng TMĐT vẫn phải tuân thủ yêu cầu này theo Luật Bảo vệ DLCN năm 2025.

Thứ hai, trách nhiệm trong việc quản lý, chia sẻ, xử lý dữ liệu cá nhân người tiêu dùng

Trong việc quản lý, chia sẻ, xử lý DLCN người tiêu dùng của chủ quản nền tảng TMĐT thì theo khoản 6 Điều 29 Luật Bảo vệ DLCN năm 2025, chủ quản nền tảng phải có trách nhiệm bảo mật, đảm bảo an toàn thông tin DLCN người tiêu dùng. Trách nhiệm của chủ quản nền tảng TMĐT trong quản lý, chia sẻ, xử lý DLCN người tiêu dùng là sự cụ thể hóa quyền được xem, chỉnh sửa, yêu cầu chỉnh sửa và quyền yêu cầu cung cấp, xóa, hạn chế xử lý DLCN; gửi yêu cầu phản đối xử lý DLCN của cá nhân với tư cách là người tiêu dùng. Bên cạnh đó, cũng như việc thu thập thông tin DLCN người tiêu dùng thì tại Điều 4 Luật Bảo vệ DLCN năm 2025 quy định khi chủ quản nền tảng TMĐT tiến hành chia sẻ, xử lý DLCN người tiêu dùng thì phải đảm bảo quyền của người tiêu dùng trong việc được biết, quyền đồng ý và từ chối đối với việc chia sẻ, xử lý DLCN của mình.

Tuy nhiên, pháp luật hạn chế chia sẻ, cung cấp chuyển giao thông tin DLCN của người tiêu dùng trong trường hợp chủ quản nền tảng TMĐT coi đây là nguồn lợi để chuyển giao, mua bán xâm phạm quyền lợi của người tiêu dùng do đó đặt ra giới hạn trong việc lưu trữ DLCN người tiêu dùng.

Thứ ba, về việc chuyển dữ liệu cá nhân người tiêu dùng xuyên biên giới

Theo Điều 20 Luật Bảo vệ DLCN năm 2025, việc chuyển DLCN ra nước ngoài chỉ được phép khi tổ chức, cá nhân lập và gửi hồ sơ đánh giá tác động của việc chuyển DLCN xuyên biên giới đến cơ quan chuyên trách trong thời hạn 60 ngày kể từ

khi bắt đầu chuyển dữ liệu, trừ một số ngoại lệ luật định. Luật xác định rõ 3 trường hợp được chuyển DLCN xuyên biên giới và Điều 17 Luật Bảo vệ DLCN năm 2025, quy định cụ thể 6 trường hợp chuyển giao hợp pháp. Khi thuộc trường hợp được chuyển DLCN xuyên biên giới thì tiến hành đánh giá tác động xử lý DLCN. Việc đánh giá tác động xử lý DLCN được thực hiện bởi cơ quan nhà nước có thẩm quyền cụ thể là Bộ Công an. Số lần đánh giá là 1 lần cho suốt thời gian hoạt động của bên kiểm soát DLCN.

Ví dụ, tại nền tảng Shopee ghi nhận điều khoản chuyển dữ liệu của người dùng như sau: “Thông tin và/hoặc DLCN của bạn có thể được chuyển ra nước ngoài, lưu trữ hoặc xử lý bên ngoài quốc gia của bạn cho một hoặc nhiều mục đích. Shopee sẽ chỉ chuyển DLCN của bạn ra nước ngoài khi phù hợp với các quy định của pháp luật về bảo vệ DLCN”. Trong khi đó, Tiktok không ghi nhận điều khoản cho phép chuyển DLCN ra nước ngoài, tuy nhiên nền tảng lại quy định về điều khoản chia sẻ TTCN khách hàng. Có thể thấy đây là cách Tiktok loại trừ điều khoản trách nhiệm khi chuyển DLCN ra nước ngoài.

4. Một số khó khăn khi triển khai quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân người tiêu dùng của chủ quản nền tảng thương mại điện tử trên thực tiễn

Một là, chưa có sự thống nhất trong quy định của pháp luật về các thông tin cá nhân người tiêu dùng mà nền tảng TMĐT được phép thu thập, việc các thông tin thu thập phụ thuộc vào từng nền tảng cụ thể khi xây dựng thuật toán quản lý thu thập DLCN người tiêu dùng tạo nền tảng mình. Hơn nữa, lại chưa đảm bảo về quyền đồng ý, quyền góp ý của người tiêu dùng đối với việc thu thập, đồng ý xác lập, thu thập nội dung thông tin DLCN, người tiêu dùng thể hiện quyền của mình ở dạng đồng ý hoặc không đồng ý mà không được quyền góp ý, thay đổi các nội dung trong việc thu thập thông tin.

Hai là, việc thực hiện trách nhiệm của các chủ quản nền tảng chỉ dừng lại ở việc công khai chứ chưa thực hiện dưới dạng thông báo, tức là, các chủ quản nền tảng TMĐT thực hiện công khai trách nhiệm của mình mà chưa có sự thông báo

đến người tiêu dùng về cách thức thực hiện việc quản lý, chia sẻ, xử lý DLCN của người tiêu dùng. Căn cứ theo Điều 37 Luật Bảo vệ DLCN quy định về trách nhiệm thông báo của chủ quản nền tảng TMĐT, đồng thời dẫn chiếu hình thức xin ý kiến được quy định tại Điều 6 Nghị định số 356/2025/NĐ-CP.

Ba là, điểm hạn chế nổi bật trong TMĐT đối với DLCN đó là chưa ghi nhận quyền chuyển DLCN trong danh mục Quyền của chủ thể dữ liệu, nên cá nhân hầu như không có công cụ pháp lý để tự do di chuyển dữ liệu của mình, đồng nghĩa với việc giảm khả năng kiểm soát DLCN và hạn chế sự phát triển của TMĐT cạnh tranh dựa trên dữ liệu. Kéo theo việc thiếu các quy định về các loại giấy tờ, tài liệu hồ sơ đánh giá tác động xử lý DLCN, đồng thời thiếu quy trình thủ tục cụ thể trong đánh giá tác động DLCN người tiêu dùng.

5. Đề xuất một số giải pháp

Đối với những bất cập đã chỉ ra, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, bổ sung quy định về cơ chế quản lý trong thực hiện trách nhiệm của chủ quản nền tảng TMĐT trong thu thập, xác nhận thu thập DLCN

người tiêu dùng cụ thể về cơ quan có trách nhiệm quản lý, hình thức quản lý, báo cáo thực hiện trách nhiệm, cơ chế xử lý sai phạm trong thực hiện trách nhiệm, kiểm soát thỏa thuận, hợp đồng mẫu trong thu thập xử lý DLCN người tiêu dùng.

Thứ hai, đưa ra hướng quy định rõ về chia sẻ, xử lý DLCN người tiêu dùng bên cạnh rõ ràng về mặt đồng ý thì cần làm rõ về thời gian xử lý, lưu trữ DLCN. Hạn chế việc các nền tảng quy định điều khoản thỏa thuận theo hướng “theo quy định của pháp luật” nhưng pháp luật lại đang thiếu hướng dẫn liên quan.

Thứ ba, cần bổ sung cơ chế đa dạng thay vì chỉ yêu cầu “đánh giá tác động” trong 60 ngày, có thể kể đến như ban hành mẫu thỏa thuận SCCs áp dụng trực tiếp cho doanh nghiệp. Bổ sung quyền đồng ý của chủ thể DLCN trong việc chuyển DLCN xuyên biên giới thành ngoại lệ khi tiến hành chuyển DLCN xuyên biên giới. Đây là công cụ quan trọng để tăng tính cạnh tranh, ngăn tình trạng “khóa chặt người dùng” của các nền tảng lớn. Đồng thời, Việt Nam nên xây dựng quy định riêng về cookies và công cụ theo dõi trực tuyến, theo hướng yêu cầu cơ chế đồng ý chi tiết, có thể rút lại bất cứ lúc nào.■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

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

Chính phủ. (2023). Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Nguyễn Hoàng Khang. (2025). Tổng quan các kênh e-Commerce tại Việt Nam. <https://www.brandcamp.asia/blog/366-tong-quan-cac-kenh-e-commerce-tai-viet-nam>

Quốc hội. (2025). Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân (Luật số: 91/2025/QH15 ngày 26/6/2025)

Quốc hội. (2025). Luật Thương mại điện tử (Luật số: 122/2025/QH15 ngày 10/12/2025).

Quốc hội. (2023). Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Luật số: 19/2023/QH15 ngày 20/6/2023).

Council of Europe. (1981). Convention for the protection of individuals with regard to automatic processing of personal data (European Treaty Series No. 108). <https://www.coe.int/en/web/data-protection/convention108-and-protocol>

Nghị viện châu Âu & Hội đồng Liên minh châu Âu. (1995). Chỉ thị số 95/46/EC ngày 24/10/1995 về bảo vệ dữ liệu cá nhân đối với việc xử lý dữ liệu cá nhân và việc tự do di chuyển dữ liệu.

Ủy ban Thường vụ Đại hội đại biểu nhân dân toàn quốc. (2021). Luật Bảo vệ Thông tin cá nhân của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (viết tắt là PIPL). Đại hội đại biểu nhân dân toàn quốc nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa. http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2021-12/29/c_694559.htm

Trinh, H. T. T., Nguyen, D. L., & Le, T. T. (2025). Regulatory framework for personal data protection in e-commerce: Perspective from Vietnam. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), Article 215. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06100-3>

European Data Protection Supervisor (2021). Pseudonymous data: Processing personal data while mitigating risks. https://edps.europa.eu/press-publications/press-news/blog/pseudonymous-data-processing-personal-data-while-mitigating_en

Mourby, M., Mackey, E., Elliot, J., Gowans, H., Wallace, J., Bell, J., Nicholls, H., Whitton, T., & Kaye, J. (2018). Are ‘pseudonymised’ data always personal data? Implications of the GDPR for administrative data research in the UK. *Computer Law & Security Review*, 34(2), 222–233. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.01.002>

Nation Institute of Standards and Techbology (2010). Guide to protecting the confidentiality of personally identifiable information (PII) (NIST Special Publication 800-122. U.S.

Department of Commerce.State of California Department of Justice. (n.d.). California Consumer Privacy Act (CCPA). Office of the Attorney General. <https://oag.ca.gov/privacy/ccpa>

Tilleke & Gibbins. (2025). Vietnam’s new personal data protection law: A closer Look. <https://www.tilleke.com/insights/vietnams-new-personal-data-protection-law-a-closer-look/?utm>.

Ngày nhận bài: 22/4/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 01/5/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/5/2026

LEGAL RESPONSIBILITIES OF E-COMMERCE PLATFORM OPERATORS IN PROTECTING CONSUMERS’ PERSONAL DATA

● PHAM GIA BAO NGOC¹

● PHAM THI HIEN²

¹Student, Ho Chi Minh City University of Law

²Lecturer, Faculty of International Law, Ho Chi Minh City University of Law

ABSTRACT:

This study examines the theoretical foundations, legal characteristics, and current Vietnamese regulations governing the responsibilities of e-commerce platform operators in collecting, notifying, and protecting consumers’ personal data. The findings indicate that Vietnamese law continues to reveal gaps and limitations in the allocation of responsibility and the governance of personal data, particularly amid the rapid development of domestic and cross-border e-commerce. Drawing on a comparative analysis of legal frameworks and regulatory practices in selected jurisdictions, the study proposes directions for improving Vietnam’s legal framework to better balance the legitimate rights and interests of platform operators and consumers while deriving lessons for international integration.

Keywords: personal data protection, e-commerce platforms, consumers.