

THÔNG TIN CÁ NHÂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THEO PHÁP LUẬT MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ NHỮNG GỢI MỞ CHO VIỆT NAM

TRỊNH HOÀNG MINH*

Trong kỷ nguyên số hóa, thông tin cá nhân là tài sản quan trọng của người tiêu dùng nhưng cũng dễ bị lạm dụng và vi phạm. Tại Việt Nam, bảo vệ thông tin cá nhân là vấn đề cấp thiết, đặc biệt khi các vụ rò rỉ dữ liệu và hành vi trục lợi gia tăng. Mặc dù, pháp luật Việt Nam đã và đang hoàn thiện các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân song vẫn còn nhiều thách thức cần giải quyết. Nội dung bài viết phân tích khái niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật một số quốc gia trên thế giới và gợi mở định hướng hoàn thiện khái niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam.

Từ khóa: Thông tin cá nhân; người tiêu dùng; bảo vệ thông tin cá nhân; pháp luật Việt Nam.

In the digital era, personal information is vital for consumers but is also highly vulnerable to abuse and violations. In Vietnam, protecting personal data has become an urgent issue, especially amidst increasing data breaches and exploitative practices. Although Vietnam's legal framework on personal data protection has been developing, numerous challenges remain. This article analyzes the concept of consumer personal information under the laws of several countries and offers suggestions for improving the legal definition of consumer personal information in Vietnamese law.

Keywords: Personal information; consumers; personal data protection; Vietnamese laws.

NGÀY NHẬN: 24/9/2024

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 19/3/2025

NGÀY DUYỆT: 16/4/2025

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.351.2025.1162>

1. Đặt vấn đề

Việc bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng ngày càng trở thành mối quan tâm lớn trong bối cảnh phát triển công nghệ số toàn cầu. Nhiều quốc gia đã ban hành các quy định pháp lý nhằm bảo đảm quyền riêng tư và bảo vệ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng trước các rủi ro xâm phạm, sử dụng trái phép. Ở Việt Nam, vấn đề bảo vệ thông tin cá

nhân của người tiêu dùng ngày càng được quan tâm trong bối cảnh sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số và thương mại điện tử. Pháp luật Việt Nam đã và đang dần hoàn thiện các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Tuy nhiên, để đạt được sự bảo vệ toàn diện hơn cần tăng cường thực thi pháp luật và nâng cao nhận thức của

* NCS của Trường Đại học Luật, Đại học Huế

doanh nghiệp và người tiêu dùng về quyền lợi và nghĩa vụ của mình. Do vậy, nghiên cứu pháp luật tại một số quốc gia trên thế giới và gợi mở định hướng hoàn thiện khái niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong pháp luật Việt Nam là cần thiết.

2. Khái niệm về thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật một số quốc gia trên thế giới

a. Pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng

Một là, Liên minh châu Âu (EU). *General Data Protection Regulation* (GDPR) là quy định của EU về bảo vệ dữ liệu cá nhân được áp dụng từ ngày 25/5/2018. GDPR là một trong những khung pháp lý toàn diện nhất thế giới về bảo vệ quyền riêng tư và bảo vệ dữ liệu cá nhân. Mục tiêu chính của GDPR là bảo đảm thông tin cá nhân của người tiêu dùng được xử lý một cách hợp pháp, minh bạch và bảo mật. GDPR không chỉ áp dụng cho các tổ chức và doanh nghiệp trong EU mà còn ảnh hưởng đến bất kỳ tổ chức nào trên toàn cầu nếu họ xử lý thông tin cá nhân của công dân EU. Điều này, làm cho GDPR trở thành một tiêu chuẩn toàn cầu trong việc bảo vệ thông tin cá nhân.

GDPR đưa ra các nguyên tắc chính nhằm bảo đảm việc xử lý dữ liệu cá nhân diễn ra một cách hợp pháp và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, như: (1) Tổ chức phải thu thập và xử lý dữ liệu cá nhân một cách minh bạch, công bằng và theo đúng pháp luật. (2) Dữ liệu chỉ được thu thập cho các mục đích cụ thể, rõ ràng và không được sử dụng ngoài mục đích đó. (3) Chỉ thu thập và xử lý dữ liệu cần thiết để đạt được mục đích đã xác định. (4) Dữ liệu cá nhân phải chính xác và được cập nhật thường xuyên. (5) Dữ liệu chỉ được lưu trữ trong khoảng thời gian cần thiết cho mục đích đã định và tổ chức phải áp dụng các biện pháp kỹ thuật và tổ chức để bảo vệ dữ liệu khỏi việc truy cập trái phép, mất mát, hoặc rò rỉ¹. Một trong những yêu cầu lớn nhất của GDPR là doanh nghiệp phải có

được sự đồng ý rõ ràng và minh bạch của người tiêu dùng trước khi thu thập và xử lý dữ liệu cá nhân. Với các quy định nghiêm ngặt về sự đồng ý, bảo mật và trách nhiệm của doanh nghiệp, GDPR đã nâng cao quyền lợi của người tiêu dùng và thúc đẩy doanh nghiệp nâng cao trách nhiệm trong việc bảo vệ thông tin cá nhân.

Hai là, Luật Bảo vệ thông tin cá nhân (APPI) của Nhật Bản. Ban hành lần đầu vào năm 2003 (sửa đổi vào năm 2017 và 2020) là khung pháp lý chính của Nhật Bản về bảo vệ dữ liệu cá nhân. APPI là một trong những luật đầu tiên ở châu Á điều chỉnh việc thu thập, sử dụng và quản lý dữ liệu cá nhân, phản ánh sự quan tâm ngày càng tăng đối với quyền riêng tư trong bối cảnh số hóa. Mục tiêu chính của APPI là bảo vệ quyền riêng tư của cá nhân và thiết lập các quy định nghiêm ngặt về cách thức các tổ chức có thể xử lý dữ liệu cá nhân, đặc biệt là trong bối cảnh kinh tế số và giao dịch quốc tế². APPI đã thiết lập một chuẩn mực cao trong khu vực về bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, việc bảo vệ dữ liệu cá nhân ngày càng trở nên quan trọng. APPI không chỉ bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng Nhật Bản mà còn tạo ra một môi trường kinh doanh an toàn và minh bạch, thúc đẩy niềm tin của người tiêu dùng đối với các tổ chức và doanh nghiệp.

Ba là, tại Hoa Kỳ, pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân không tập trung vào một đạo luật liên bang duy nhất mà được điều chỉnh bởi nhiều đạo luật theo từng bang và lĩnh vực khác nhau. Mặc dù, mỗi bang và lĩnh vực có cách tiếp cận riêng về bảo vệ dữ liệu nhưng xu hướng chung là tăng cường quyền lợi của người tiêu dùng trong việc kiểm soát thông tin cá nhân của họ.

(1) *California Consumer Privacy Act* (CCPA) - Quy định bảo vệ quyền riêng tư tại bang California. Theo đó, CCPA, có hiệu lực từ tháng 01/2020, là một trong những luật

bảo vệ dữ liệu cá nhân nghiêm ngặt nhất tại Hoa Kỳ. Luật này chỉ áp dụng cho các doanh nghiệp hoạt động tại bang California hoặc doanh nghiệp bên ngoài nhưng có xử lý dữ liệu của cư dân California³.

(2) *Gramm-Leach-Bliley Act (GLBA)* - Bảo vệ thông tin tài chính cá nhân. GLBA, hay còn gọi là Financial Modernization Act of 1999, là luật liên bang bảo vệ thông tin cá nhân trong lĩnh vực tài chính. GLBA áp dụng cho các tổ chức tài chính như ngân hàng, công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán và các tổ chức tín dụng⁴.

(3) *Federal Trade Commission Act (FTC Act)* - Bảo vệ người tiêu dùng trực tuyến. FTC Act trao quyền cho Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ (FTC) giám sát và bảo vệ người tiêu dùng khỏi các hành vi lừa đảo và gian lận liên quan đến thu thập và sử dụng thông tin cá nhân. FTC chịu trách nhiệm giám sát các vi phạm liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân trực tuyến và có thể đưa ra các biện pháp trừng phạt đối với doanh nghiệp vi phạm⁵.

b. Khái niệm về thông tin cá nhân của người tiêu dùng

Việc xác định rõ nội hàm thông tin cá nhân của người tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Để làm rõ thông tin cá nhân nào cần được bảo vệ, các nhà lập pháp thường phải trả lời câu hỏi: mục đích của việc bảo vệ là gì? Khi đã xác định được mục đích này, phạm vi của thông tin cá nhân của người tiêu dùng cần bảo vệ sẽ được thu hẹp lại, từ đó, các quyền bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng sẽ được ghi nhận. Đồng thời, những yêu cầu về xử lý thông tin cá nhân đối với các bên xử lý dữ liệu sẽ được đưa ra sao cho phù hợp với mục tiêu của đạo luật. Việc làm rõ khái niệm về thông tin cá nhân của người tiêu dùng giúp xác định chính xác những loại thông tin nào được pháp luật bảo vệ và cần tuân thủ theo các quy định pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Theo *Quy định chung về bảo vệ dữ liệu (GDPR)*, khái niệm về thông tin cá nhân là bất kỳ thông tin nào liên quan đến một cá nhân đã được xác định hoặc có thể được xác định trực tiếp hoặc gián tiếp, đặc biệt là bằng cách tham chiếu đến một yếu tố định danh, như: tên, số nhận dạng, dữ liệu vị trí hoặc các yếu tố cụ thể về thể chất, sinh lý, di truyền, tinh thần, kinh tế, văn hóa hoặc xã hội của cá nhân đó. Điều này, bao gồm các thông tin cơ bản, như: tên, địa chỉ, số điện thoại, địa chỉ IP và các thông tin nhận diện khác trong môi trường trực tuyến⁶.

Theo *California Consumer Privacy Act (CCPA)*, thông tin cá nhân được định nghĩa là bất kỳ thông tin nào xác định, liên quan đến, mô tả hoặc có thể được liên kết trực tiếp hoặc gián tiếp với một cá nhân hoặc hộ gia đình cụ thể, bao gồm nhiều loại thông tin có thể dùng để nhận dạng một người tiêu dùng, như: tên, địa chỉ, số điện thoại, dữ liệu sinh trắc học, lịch sử mua hàng, hành vi trực tuyến, và các thông tin định danh khác⁷.

Luật Bảo vệ thông tin cá nhân (PIPL) của Trung Quốc, thông tin cá nhân được định nghĩa là bất kỳ thông tin nào liên quan đến một cá nhân đã được xác định hoặc có thể được xác định, được ghi nhận dưới dạng điện tử hoặc bất kỳ hình thức khác. Điều này bao gồm thông tin, như: tên, ngày sinh, số định danh cá nhân, dữ liệu địa điểm, thông tin liên hệ, và bất kỳ dữ liệu nào khác có thể dùng để nhận diện một cá nhân. PIPL quy định rõ ràng các quyền của người tiêu dùng trong việc kiểm soát thông tin cá nhân của họ, bao gồm quyền truy cập, chỉnh sửa, và yêu cầu xóa bỏ thông tin, cũng như quyền phản đối việc xử lý thông tin trong một số trường hợp nhất định⁸.

Như vậy, từ các quy định nêu trên có thể rút ra một số kết luận quan trọng về khái niệm và phạm vi bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng: cả ba quy định pháp luật (GDPR, CCPA và PIPL) đều định nghĩa thông tin cá nhân rất rộng, bao gồm bất kỳ thông tin nào có thể xác định trực tiếp hoặc

gián tiếp một cá nhân giúp bảo vệ mọi khía cạnh của quyền riêng tư và bảo đảm rằng mọi dữ liệu cá nhân đều được coi là thông tin cần bảo vệ. Các quy định này đều mở rộng định nghĩa thông tin cá nhân bao gồm nhiều loại dữ liệu khác nhau, như: dữ liệu sinh trắc học, hành vi mua sắm, lịch sử duyệt web, và các yếu tố định danh khác, như: địa chỉ IP, lịch sử giao dịch, dữ liệu vị trí... Điều này cho thấy, sự nhận thức về rủi ro đối với quyền riêng tư của người tiêu dùng trong môi trường kỹ thuật số ngày càng cao.

Cả ba khung pháp lý đều nhấn mạnh việc trao quyền kiểm soát cho người tiêu dùng, bao gồm: quyền truy cập, chỉnh sửa, xóa bỏ và phản đối việc xử lý dữ liệu cá nhân. Điều này, thể hiện sự cam kết bảo vệ quyền lợi của cá nhân trong việc kiểm soát thông tin cá nhân của mình giúp tăng cường sự minh bạch và tin cậy đối với quá trình xử lý dữ liệu của các tổ chức. GDPR, CCPA và PIPL đều yêu cầu doanh nghiệp phải có sự đồng ý rõ ràng và minh bạch của người tiêu dùng trước khi thu thập, sử dụng, hoặc chia sẻ thông tin cá nhân. Các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân ngày càng tiến tới việc bảo vệ toàn diện và trao quyền kiểm soát mạnh mẽ cho người tiêu dùng, giúp họ giữ vững quyền lợi trong môi trường số hóa đang phát triển.

Thông tin cá nhân của người tiêu dùng có thể được hiểu theo hai cấp độ: *theo nghĩa hẹp*, thông tin cá nhân của người tiêu dùng chỉ bao gồm các thông tin cơ bản giúp xác định danh tính trực tiếp, như: tên, địa chỉ, số điện thoại, email, số chứng minh nhân dân, mã số thuế, hoặc các thông tin nhận dạng chính thức khác. *Theo nghĩa rộng*, thông tin cá nhân bao gồm cả những dữ liệu miêu tả hoặc liên quan đến cá nhân mà có thể được sử dụng để nhận diện gián tiếp. Thông tin cá nhân của người tiêu dùng không chỉ giới hạn ở các dữ liệu cụ thể mà còn bao gồm nhiều thông tin liên quan đến hành vi và đặc điểm cá nhân giúp xác định danh tính một cách chính xác hơn thông qua việc kết hợp các yếu tố khác nhau.

3. Gợi mở định hướng hoàn thiện khái niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong quy định pháp luật của Việt Nam

Trong bối cảnh xã hội hiện đại với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trở thành một nội dung quan trọng trong các chính sách pháp lý của Việt Nam. *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng* năm 2023 không chỉ đưa ra các quy định về thông tin cá nhân mà còn chi tiết hóa so với các quy định trước đây. Thông tin cá nhân của người tiêu dùng được hiểu là bất kỳ dữ liệu nào có thể xác định hoặc nhận diện danh tính của người tiêu dùng, bao gồm nhưng không giới hạn ở: họ và tên, ngày sinh; địa chỉ, số điện thoại; thông tin về số căn cước công dân, hộ chiếu, hoặc mã số thuế...⁹. So với các quy định trước đây, *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng* năm 2023 đã tăng cường các quy định bảo vệ thông tin cá nhân, đặc biệt là yêu cầu về sự đồng ý của người tiêu dùng và quyền yêu cầu xóa bỏ thông tin.

Tuy nhiên, pháp luật chưa phân biệt rõ ràng giữa thông tin cá nhân thông thường và thông tin cá nhân nhạy cảm trong nhiều văn bản khác nhau. Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 của Chính phủ về bảo vệ dữ liệu cá nhân có đề cập đến dữ liệu nhạy cảm nhưng chưa làm rõ các biện pháp bảo vệ đặc thù cho các loại dữ liệu này, cũng như thiếu các hướng dẫn cụ thể cho việc xử lý và bảo vệ thông tin nhạy cảm một cách an toàn hơn so với thông tin cá nhân thông thường. Dù có các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân nhưng cơ chế giám sát và thực thi các quy định này chưa đủ mạnh mẽ. Việc xử lý các vi phạm về thông tin cá nhân thường gặp khó khăn do thiếu các quy định rõ ràng về hình thức xử lý và mức độ trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân vi phạm.

Từ việc nghiên cứu khái niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật tại một số quốc gia trên thế giới, có thể rút ra một số gợi mở định hướng hoàn thiện khái

niệm thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong quy định pháp luật Việt Nam như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện khái niệm và định nghĩa về thông tin cá nhân. Cần có một định nghĩa rõ ràng và toàn diện hơn về khái niệm "danh tính" trong luật pháp, bao gồm không chỉ họ và tên mà còn các thông tin định danh khác, như: dữ liệu sinh trắc học, dữ liệu vị trí, hoặc hành vi trực tuyến.

Thứ hai, củng cố thêm cơ chế bảo mật thông tin. Các doanh nghiệp và tổ chức phải được yêu cầu áp dụng những biện pháp bảo mật kỹ thuật cao hơn, chẳng hạn như: mã hóa dữ liệu, bảo vệ bằng mật khẩu, hệ thống xác thực đa yếu tố, phân quyền truy cập rõ ràng cho nhân viên... Cần có sự giám sát và đánh giá định kỳ về việc tuân thủ các quy định bảo vệ thông tin cá nhân của các tổ chức, doanh nghiệp. Các vi phạm phải được xử lý nghiêm túc và công khai để tăng tính răn đe.

Thứ ba, nâng cao nhận thức của người tiêu dùng. Nhà nước, các tổ chức xã hội và các doanh nghiệp cần tổ chức các chiến dịch truyền thông để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về quyền của họ đối với thông tin cá nhân. Người tiêu dùng cần được thông báo rõ ràng về quyền truy cập, chỉnh sửa và yêu cầu xóa bỏ thông tin cá nhân khi cần thiết. Cùng với đó, khuyến khích người tiêu dùng kiểm tra và đưa ra các quyết định chủ động trong việc chia sẻ thông tin cá nhân; được cung cấp quyền truy cập dễ dàng vào dữ liệu của mình để có thể kiểm soát ai sử dụng thông tin đó và sử dụng cho mục đích gì.

Thứ tư, tiếp thu kinh nghiệm từ quốc tế. Trong đó, EU và Hoa Kỳ đã đi đầu trong việc xây dựng và áp dụng các quy định chi tiết, toàn diện về bảo vệ thông tin cá nhân. GDPR của EU nhấn mạnh sự đồng ý rõ ràng của cá nhân, quyền xóa dữ liệu và quyền di chuyển dữ liệu tạo ra một hệ thống bảo vệ mạnh mẽ

và minh bạch. CCPA của California trao quyền kiểm soát lớn hơn cho người tiêu dùng về dữ liệu cá nhân, đặc biệt trong thương mại điện tử. Trung Quốc với PIPL đã xây dựng cơ chế bảo vệ dữ liệu nghiêm ngặt, tập trung vào dữ liệu nhạy cảm và quyền kiểm soát của cá nhân đối với dữ liệu của họ.

4. Kết luận

Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng không chỉ là nhiệm vụ của Nhà nước mà còn là trách nhiệm của các doanh nghiệp và người tiêu dùng trong việc bảo đảm an toàn cho dữ liệu cá nhân. Pháp luật Việt Nam cần được cập nhật liên tục để bắt kịp với xu hướng quốc tế và sự phát triển của công nghệ; đồng thời, xây dựng một hệ thống bảo vệ dữ liệu mạnh mẽ, minh bạch, hiệu quả nhằm bảo đảm quyền lợi và niềm tin của người tiêu dùng trong bối cảnh hiện nay □

Chú thích:

1. 6. *General Data Protection Regulation (GDPR)*. <https://gdpr-info.eu>, truy cập ngày 12/9/2024.
2. *Đạo luật Bảo vệ thông tin cá nhân Nhật Bản (APPI)* năm 2017.
3. 7. *California Consumer Privacy Act (CCPA)*. <https://oag.ca.gov>, truy cập ngày 12/9/2024.
4. *Gramm-Leach-Bliley Act (GLBA)*. <https://www.ftc.gov>, truy cập ngày 12/9/2024.
5. *Federal Trade Commission Act (FTC Act)*. <https://www.ftc.gov>, truy cập ngày 12/9/2024.
8. *Luật Bảo vệ Thông tin cá nhân (PIPL)* của Trung Quốc năm 2021.
9. Quốc hội (2023). *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng* năm 2023.

Tài liệu tham khảo:

1. Đoàn Thị Tố Uyên, Trần Xuân Ngọc, Lò Hải Yến. *Pháp luật một số quốc gia về chuyển đổi giới tính*. Tạp chí Quản lý nhà nước số 349, (tháng 02/2025).
2. *Luật Bảo vệ thông tin cá nhân Trung Quốc chính thức có hiệu lực*. <https://nhandan.vn>, ngày 12/9/2024.