

企业信息化管理中消费者知情权的实现和保障

熊 念

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月19日; 录用日期: 2024年8月26日; 发布日期: 2024年11月13日

摘 要

信息化建设是传统计算机与互联网技术高速发展并融合的产物, 现阶段已经成为引领产业创新的决定性技术手段。随着信息技术的快速发展, 企业信息化已成为现代企业发展的重要标志。然而, 在信息化过程中, 消费者知情权的实现与保障问题等日益凸显。本文将从消费企业信息化管理中消费者知情权的影响因素以及实现与保障消费者知情权的策略三个方面进行探讨。

关键词

企业信息化, 知情权, 风险, 法律保障

The Realization and Protection of Consumers' Right to Know in Enterprise Information Management

Nian Xiong

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 19th, 2024; accepted: Aug. 26th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

Information construction is the product of the rapid development and integration of traditional computer and Internet technology, and has become the decisive technical means to lead industrial innovation at this stage. With the rapid development of information technology, enterprise informatization has become an important symbol of modern enterprise development. However, in the process of informatization, the realization and protection of consumers' right to know have become increasingly prominent. This article will explore the influencing factors of consumers' right to know in the information management of consumer enterprises, as well as the strategies for realizing and

safeguarding consumers' right to know.

Keywords

Enterprise Informatization, Right to Know, Risk, Legal Protection

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着信息技术的快速发展,企业信息化已成为现代企业发展的必然趋势。然而,在企业信息化过程中,消费者知情权的实现与保障问题一直备受关注。消费者知情权是指消费者在购买和使用商品或服务时,享有了解相关信息的权利,包括产品信息、价格、售后服务等。在传统的商业模式中,消费者往往能获取到相对全面的产品信息,但在企业信息化过程中,这种信息获取的公平性、透明性和准确性却面临诸多挑战。由于信息不对称、企业信息披露不足等原因,消费者知情权的实现往往受到限制。因此,如何保障消费者知情权,提高消费者权益保护水平,已成为企业信息化过程中亟待解决的问题。

2. 企业信息化的基本内涵

信息化是企业整合内外部资源,提高管理效率,提升企业市场竞争力的重要手段。企业信息化实质上是将企业的生产过程、物料移动、事务处理等业务过程数字化,通过各种信息系统网络加工生成新的信息资源,提供给各层次的人们洞悉、观察各类动态业务中的一切信息,以做出有利于生产要素组合优化的决策,使企业资源合理配置[1]。企业信息化的重要内涵就是用现代信息手段改造传统管理,创造新的管理概念和管理体系,缩短管理周期,提高管理水平和效率[2]。目前企业信息化已进入关键阶段,学者从企业信息化水平和影响因素进行了模型构建,并提出了企业应当完善自身信息化建设,健全渠道企业信息化投入机制,完善企业信息化服务体系等建议[3]。企业信息化主要体现在企业财务管理信息化[4]。现有文献主要从经济学的角度出发,对企业信息化体系建设存在的风险进行检视[5],缺少从消费者知情权保障的视角出发,对其进行论述。

企业信息化管理存在以下风险。一是信息技术风险,主要包括数据安全、系统稳定性、网络安全等[6]。二是管理风险,主要包括组织结构调整、员工适应性问题、决策过程透明度等。三是战略风险主要包括战略规划不匹配、技术更新带来的竞争压力等。

3. 企业信息化过程中消费者知情权保护存在的问题

3.1. 信息披露不充分

信息的不对称可能导致消费者在购买产品或服务时处于不利地位,企业亦可能出于商业机密或竞争考虑,对某些信息进行隐瞒或误导性披露,导致消费者无法全面了解产品或服务的信息,可能导致投资者对企业运营状况的误解。企业信息化管理涉及大量的数据和信息,包括财务数据、业务数据、人力资源数据等。如果这些信息没有被充分披露,投资者就难以全面了解企业的运营状况,进而可能导致投资决策的失误。

其次,信息披露不充分也可能导致企业面临法律风险。根据相关法律法规,企业有义务向投资者提

供真实、准确、完整的信息。如果企业未能履行这一义务，就可能面临法律责任。

3.2. 披露信息质量不高

由于技术、人力等资源限制，企业可能无法提供高质量、准确的信息，导致消费者知情权受到损害，信息的过度透明也可能引发企业滥用消费者信息的问题。主要包括以下几个类型。一是披露方式落后。许多企业仍然采用传统的纸质或电子文档形式进行信息披露，这种方式不仅效率低下，而且容易出错，难以保证信息的准确性和完整性。二是披露内容不全面。一些企业只披露一些表面的信息，而忽略了关键的内部信息，如财务状况、人力资源、技术研发等。这不仅可能导致投资者和客户对企业缺乏全面的了解，也可能影响企业的决策和战略制定。三是披露时间不及时。一些企业可能因为各种原因，如内部管理混乱、信息处理效率低下等，导致信息披露时间不及时，这不仅可能影响投资者的决策，也可能损害企业的声誉。

3.3. 企业的信息安全保障能力不足

部分企业对信息安全保护和业务安全防护重视不够，未打造安全防御体系，建立统一安全管控手段，落实安全流程制度管理[7]。企业信息化管理中信息安全保障能力不足的原因是多方面的。一方面，企业对于信息安全的重视程度不够，缺乏完善的信息安全管理制度和措施，导致信息安全事件频发。另一方面，企业信息化建设中存在技术和管理上的缺陷，如系统漏洞、弱密码、人为疏忽等，这些都为黑客和恶意攻击者提供了可乘之机。此外，企业员工的信息安全意识淡薄，缺乏必要的信息安全培训和知识，也是导致信息安全问题的一个重要原因。

3.4. 消费者信息素养不高

在实践中，我们发现消费者信息素养不高的问题制约了企业信息化管理的实施效果。对于消费者来说，获取、处理和利用信息的能力是决定其是否能够适应信息化社会的重要因素。然而，当前许多消费者在信息获取、处理和利用方面存在明显不足，无法满足企业信息化管理的需求。这不仅影响了企业的信息化进程，也制约了企业的竞争力和发展潜力。消费者的信息素养直接影响其对信息的获取、理解和利用能力，从而影响其知情权的实现。

4. 实现与保障消费者知情权的策略

4.1. 加强法律法规建设

政府应该进一步完善相关法律法规，为企业在信息化过程中的消费者知情权保护提供坚实的法律保障。这一举措不仅可以保障企业在市场竞争中的公平性，还能有效地保护消费者的合法权益。首先，法律应当明确企业在信息化过程中的消费者知情权保护责任。企业在信息化过程中，应当承担起明确的消费者知情权保护责任。这意味着企业应该向消费者提供真实、准确、完整的信息，以便消费者做出明智的消费决策。企业还应该及时更新信息，确保消费者能够获取到最新、最准确的信息。其次，对侵犯消费者知情权的行为进行严厉打击，企业信息化过程中严重侵犯他人人身权益的行为应对企业适用惩罚性赔偿。对于侵犯消费者知情权的行为，政府和社会各界应该形成合力，进行严厉打击。这包括但不限于虚假宣传、误导性广告、隐瞒产品或服务缺陷等行为。对于这些行为，相关部门应该依法进行调查、取证、处罚，以维护市场秩序和公平竞争。

4.2. 加强企业信息披露制度

企业应建立完善的信息披露制度的重要性不言而喻。在现代商业环境中，消费者对企业产品的需求

日益增长，他们不仅需要产品或服务的基本功能，更需要了解产品的全部信息，以便做出明智的消费决策。因此，企业有责任向消费者提供全面、真实、准确的产品或服务信息。

首先，企业应明确信息披露的内容和方式。这包括产品的质量、性能、安全性能、售后服务等各个方面。此外，企业的经营理念、价值观、企业文化等软性信息也应该纳入披露的范围。在披露方式上，企业可以采用官方网站、社交媒体、新闻发布会等多种渠道，确保消费者能够方便地获取信息。除了企业自身的努力，政府也应在其中发挥重要作用[8]。政府应加强监管，确保企业遵守相关法规，特别是对于涉及消费者权益的产品或服务，政府应加强监管力度，确保企业真实、准确地披露相关信息。同时，政府还应建立健全的法规体系，明确企业信息披露的标准和规范，对违反规定的企业进行严厉处罚，以维护市场的公平和秩序。另外，社会各界的参与也是必不可少的。消费者组织、媒体、学术界等社会力量可以发挥舆论监督的作用，对企业的信息披露行为进行监督和评价，促使企业更好地履行社会责任。

4.3. 建立多元化纠纷解决机制

在企业追求高效和自动化的过程中，信息流通的速度加快，也使得消费者的知情权更容易受到侵害。当消费者的知情权受到侵害时，一个多元化的纠纷解决机制的建立就显得尤为重要，它能够有效地保护消费者的合法权益。首先，多元化纠纷解决机制不仅包括传统的诉讼方式，还应包括调解、仲裁、和解等多种方式。这些方式各有优势，可以针对不同的情况进行选择。例如，调解和仲裁通常更注重双方的和解意愿，有助于减少纠纷的对抗性，使双方能在平和的环境下解决争议。而和解则更注重双方的沟通，通过对话达成共识，这种方式对于消费者来说尤其重要，因为它可以避免消费者在纠纷中感到孤立和无助。其次，为了使多元化纠纷解决机制能够有效地发挥作用，企业应当积极配合。企业应当公开其信息，确保消费者在购买产品或服务时能够获得充分的信息。同时，企业也应当设立专门的机构或人员负责处理消费者投诉和纠纷，确保消费者的问题能够得到及时有效的解决。此外，企业还应当定期对纠纷解决机制的效果进行评估和改进，使其能够适应不断变化的市场环境。再者，政府也应当发挥其监管作用，制定相关法律法规，确保多元化纠纷解决机制的有效运行。同时，政府也应当提供一定的资金支持，帮助建立和完善多元化的纠纷解决机制。此外，政府还可以通过宣传和教育，提高公众对消费者权益的认识，增强消费者的维权意识。

4.4. 提升消费者的信息素养

首先，消费者应了解如何获取信息。如今，互联网上充斥着各种各样的信息，消费者可以通过搜索引擎、社交媒体、新闻网站等多种途径获取信息。然而，获取信息并非目的，关键在于如何从海量信息中筛选出有价值的内容。因此，消费者需要掌握一些基本的筛选技巧，如关键词搜索、信息分类、对比分析等，以便更快、更准确地找到所需信息。其次，消费者需要提高自身的信息辨别能力。网络上的信息良莠不齐，消费者在获取信息时需要具备一定的判断力，能够辨别信息的真伪、来源、可信度等信息质量。此外，消费者还应具备一定的批判性思维，对信息进行深入分析和解读，以便更好地理解 and 利用信息。最后，消费者应学会如何利用信息。在掌握了获取和辨别信息的方法后，消费者应将所学知识运用到实际生活中。例如，消费者可以利用获取到的商品价格信息进行购物决策，利用市场趋势信息进行投资决策等。同时，消费者还应关注政府和社会组织发布的公告、政策等信息，了解相关法律法规，以便更好地保护自己的知情权。

5. 结论

企业信息化构成中消费者知情权的实现与保障是一个重要的问题。我们需要从多个角度出发，包括信息披露制度、信息质量、消费者信息素养以及纠纷解决机制等方面，来全面保障消费者的知情权。只

有这样，我们才能推动企业的信息化进程，同时保护消费者的合法权益，实现企业和消费者的共赢。在企业的信息化过程中，消费者知情权的实现与保护问题不容忽视。只有通过加强法律法规建设、建立透明的信息披露机制、提升消费者的信息素养以及引入第三方监督，才能有效地平衡企业信息化与消费者知情权的保护，实现二者的和谐发展。这不仅有助于维护消费者的合法权益，也有利于推动企业的健康发展，促进整个社会的繁荣稳定。

参考文献

- [1] 李翔, 李颖. 企业信息化评估与规划之路[M]. 北京: 机械工业出版社, 2015.
- [2] 梁祖安. 企业信息化建设面临的问题及对策探讨[J]. 企业改革与管理, 2022(13): 174-176.
- [3] 蔡飞. 我国企业信息化现状、问题和对策研究[J]. 经济师, 2022(9): 9-12.
- [4] 左申俊. 企业财务管理信息化研究[J]. 投资与合作, 2024(6): 166-168.
- [5] 王奇. 企业信息化数据中心平台构建研究[J]. 网络安全和信息化, 2024(6): 84-86.
- [6] 葛洪. 浅析安全管理信息化建设在企业管理创新中的重要作用[J]. 中国市场, 2024(16): 67-70.
- [7] 钟伟军. 企业信息化建设现状及发展趋势分析[J]. 商讯, 2023(17): 149-152.
- [8] 蔡文春, 吴祥素, 魏重庆. 信息披露, 优化上市企业内控管理[J]. 云端, 2024(26): 126-128.