

电商企业内部审计风险因素与对策研究

王 静

一、引言

截至2020年12月31日,国内共有电商上市公司74家,2020年电商上市公司总市值达10.94万亿元,与2019年66家6.45万亿元总市值相比,同比增长69.61%,平均市值1478.38亿元。

由以上数据可以看出,电商企业数量与规模呈快速上升趋势,企业为了长期健康发展需要通过内部审计来健全内部控制,降低企业风险,改善企业经营,提高经济效益。在新形势下,电商企业的发展对审计工作也提出了新的要求。电商企业的审计工作和传统企业审计工作不同,除了对电商企业的财报进行审计,还要对电商企业的交易数据、信息系统等进行审计,采取的审计方法、审计流程、审计技术等都有所不同。因此,电商企业的审计工作面临许多困难和风险。面对这些困难和风险,审计工作者在对电商企业进行审计时,需要掌握电子商务相关知识,充分了解电子商务审计风险的特征,进行匹配的审计程序设计。因此研究电商企业审计风险的特征、成因以及防范,对审计工作者开展面向电商企业的审计工作具有理论和实践双重意义。

二、相关文献述评

1. 电商企业现状及特点

(1)电商企业现状。根据网经社电子商务研究中心《2020年中国电商上市公司市值数据分析报告》显示,在74家电商上市公司中,零售电商类企业数量最多,生活服务电商类企业第二,产业电商类企业第三,跨境电商类企业最少。各类电商企业数量如图1所示。

在74家上市电商企业中,阿里巴巴、美团点评、拼多多分别以41095.25亿元、14552.76亿元、14216.24亿元家公司成为市值超万亿元的企业,三家公司市值之和为

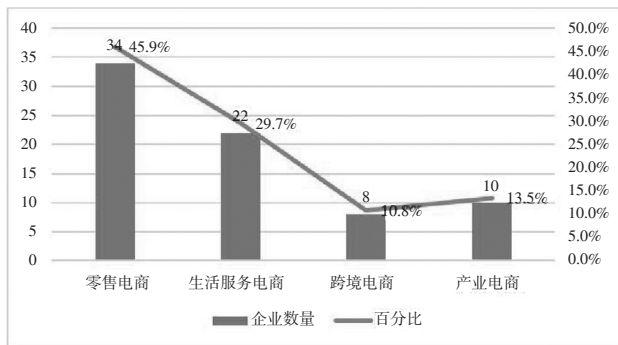


图1 2020年上市电商企业数量

69864.25亿元,占电商上市公司60%以上。市值处于1000亿元至1万亿元的有7家,分别为京东、小米集团、贝壳找房、京东健康、阿里健康、携程、唯品会。从整体数据看,电商上市公司市值整体规模不断扩大,零售电商类、生活服务电商类占据整体市值的98.6%,是上市电商企业的主要构成,各公司市值两极分化严重,从千万元到数万亿元不等。上市电商企业市值如图2所示。

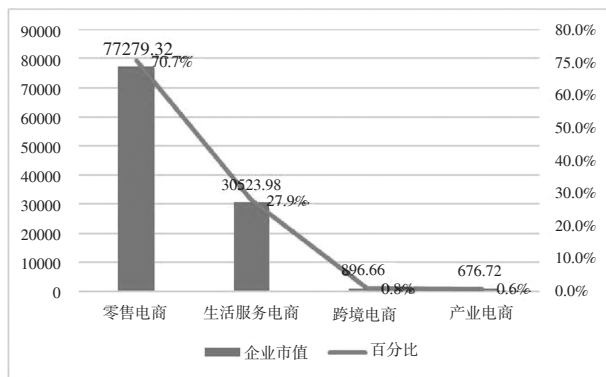


图2 2020年上市电商企业市值

(上接第113页)

就需要给予供应链审计工作高度的重视,全面把控供应链审计关键节点,并且采取可靠的措施,强化供应链审计人员风险意识,优化供应链审计风险防控手段,提升供应链审计人员职业素质,完善供应链审计风险防控制度,提升供应链审计工作效率,降低风险发生概率,保障供应链的运行效率,为企业的长远、稳定发展,创造良好的条件。

基金项目:1.2018年湖南省自然科学基金项目:基于环境保护视角可持续供应管理研究(2018JJ2086)阶段性成果。2.本成果由湖南省应用特色学科工商管理资助。

作者简介:沈航,湖南工学院硕士,副教授,研究方向为环境管理,供应链管理;刘安民,湖南工学院博士,教授,研究方向为生产管理。

原载《中国中小企业》(京),2021.8.196~198

从电商上市公司所在城市的分布数量来看,北京23家排名第一,上海14家排名第二,杭州10家排名第三。“北上杭”三地公司数量47家占整体上市公司数量的63.51%。各公司所在城市还包括:南京、深圳、广州、长沙、武汉、佛山、苏州、芜湖、太原、泉州、青岛、宁波、义乌等城市。

(2)电商企业特点。电商企业与传统企业相比,更加依赖于互联网技术、信息技术,因此形成了具有鲜明特色的企业特征。具体来说有以下特点。

第一,交易平台化。电商企业实现交易必须依靠网络平台来实现,通过在网络平台上发布商品或服务信息,客户在网络平台上进行信息浏览,并下单支付购买。

第二,交易成本低。首先电商企业大多没有线下实体店,因此省去大量的实体店经营成本,如租金、水电费、人工成本等。其次电商企业通过网络使商品可直达消费者终端,省去生产端到消费端中间的若干环节,从而降低成本。

第三,客户范围广。因电商网络交易的显著特征,客户通过网络访问即可完成交易,没有地域限制和时间限制。

第四,营销精准度高。电商交易过程中形成大量客户数据,利用客户数据进行客户消费行为、消费偏好等分析,可以实现向客户精准推送所需商品或服务信息,实现精准营销、智能营销。

第五,企业数字化程度高。电商企业信息系统应用程度高,具备数据从采集、传输、存储、计算、应用的相关技术和工具。通过数据应用,实现资源链接、数据资产、信息反馈以及决策赋能。

2. 审计风险相关研究

2017年财政部颁布了《中国注册会计师执业准则》,在传统审计风险理论上,考虑电子商务的特点,给出了电子商务环境下的审计风险解释:电子商务审计风险是指与电子商务有关的财务报表存在重大错报时注册会计师发表不恰当审计意见的可能性。

陈希晖,黄涛,路昊宽(2021)对涉及内部审计的相关法律、国务院及其相关部门关于内部审计的相关文件进行了梳理,从法规层次提升、准则体系完善等方面剖析了我国内部审计法规制度的不足,并提出了相关建议。

杨皓,史元,马磊(2021)重点研究未来经营风险和商誉值降低情况下对审计师决策的影响。研究从审计意见、审计收费层面解释了审计师决策,在对2008至2018年沪深A股上市企业研究后发现,未来经营风险、商誉减值比率以及审计收费之间的关系,并提出了企业内外部协同治理,降低未来经营风险、引入高质量外部审计等

对策与建议。

李曼,姜林佑(2020)通过对内部审计独立性、内部审计人员的专业胜任能力、内部审计质量的过程控制三个影响内部审计质量的影响因素进行分析,发现内部审计质量对改善企业财务报告质量,提高组织效益以及降低外部审计费用的作用。同时提出了未来内部审计质量的研究方向:一是从政府角度出发,衡量内部审计质量的效果;二是可以从经济、政治、管理、国家治理等多学科角度进行内部审计质量的进一步探讨。

惠志鹏(2021)认为移动互联网时代新零售企业的商业模式出现了较大变化,因此审计模式需进行相应的创新以适应时代发展和提升审计质量。瑞幸咖啡依托互联网技术实现了快速扩张,但其商业模式的不可持续性导致其管理层进行财务舞弊。移动互联网时代以瑞幸咖啡为代表的新零售企业更适合采用数据式审计模式,在审计过程中以商业模式、原始销售数据、信息系统及交易循环等为重点审计内容,通过实地调查,关键信息技术、数据分析等技术在审计中的应用,实现对新零售企业财务信息数据的验证,提高审计工作效果。

任丽(2019)以新COSO框架下的企业风险导向审计模式为研究课题,回顾了我国风险导向内部审计模式应用现状,并探讨基于新COSO框架的风险导向审计模式的优化路径及应用。从具体案例公司出发,结合新COSO框架对现有风险导向内部审计模式提出了增加审计业务内容、把握风险评估重点等优化措施,以更好地应对新时期的挑战。

元媛(2018)以天猫商城的审计业务为案例,深入、详细研究了企业的经营风险和审计风险,并从电子商务企业和注册会计师两个角度提出多方面相关对策和建议,进而为注册会计师今后的审计工作提供一定的参考依据。

三、电商企业内部审计风险成因分析

1. 外部环境风险

(1)电商企业审计的相关法律法规不健全。电子商务相关的法律法规的建设与电子商务的迅猛发展态势未能紧密联系,导致与电商有关的法律法规不健全或缺失。近年来,我国加大了在电子商务法律法规方面的建设力度,在2019年1月1日《中华人民共和国电子商务法》正式实施,对电子商务交易和审计都有规范性的指导。但因其实施时间短,还存在一些不足,电子商务审计相关的法律法规不完善,我国现行审计准则对电子商务涉及不全面,没有明确的审计标准以及相应的审计流程。很多审计工作者在电商企业审计中仍采取的是传统审计方式,使得审计风险增加。

(2)网络环境安全性风险。网络平台是一个开放、虚拟的环境,电商企业的经营离不开网络环境的支撑。但网络平台存在诸多风险,比如软硬件设备不足、网络病毒入侵、黑客攻击等可能导致企业信息的泄露,交易信息的篡改等。而网络系统的瘫痪会造成无法交易的情况,对电商企业是致命的打击。信息的丢失会影响审计人员的判断,审计证据缺失等风险。

2. 审计主体风险

(1)审计人员的专业化程度不足。电子商务审计包括审计财务数据和审计信息系统,因此审计人员除了应具备传统审计相关知识和相应的实际工作经验外,还应掌握电子商务交易相关的专业知识,以及计算机应用的技能。如果缺乏对信息系统、计算机的认识,对信息系统的真实性无法进行判断与识别,会使得审计工作不到位,审计风险识别不充分,因此产生相应的审计风险。

(2)信息、数据等技术在审计中的应用不完善。目前,电商企业发展迅速,企业信息化程度较高,信息系统愈加复杂,数据规模急剧增加。但企业审计数据分析技术与方法缺乏系统性研究,企业审计信息化平台建设不完善。具体表现在:总体分析的系统性、经常性不到位;数据分析方法、建模标准不完善;智能分析应用不足。

3. 审计对象风险

(1)审计证据获取难度大。电商企业的业务、交易、财务等数据都是以电子形式储存,电子数据存在易篡改、毁灭的情况。这对于审计过程中的数据获取不利,审计风险增加。审计人员要确保审计时系统中数据的真实性、完整性。此外,电商企业数据处于动态增加状态,审计人员在获取数据时要在系统数据动态增加的情况加获取,查询、访问、获取数据的难度大大增加,无形中增加了审计风险。

(2)电商企业内部审计缺乏独立性。内部审计工作缺乏权威和独立性,容易受到管理层的影响,不能充分发挥其自身的审计监督职能。另外,企业内部审计部门与企业内部其他部门间没有建立有效的沟通机制,缺乏必要的沟通与联系。

四、电商企业审计风险防范对策

1. 积极完善相关法律法规,建立电商企业内部监督机制

当前针对我国电子商务及电子商务审计的相关法律制度仍在不断建设、完善,对于电商审计方面制度存在的欠缺,需要加强对注册会计师的审计行为规范,对电子商务审计相关准则进行完善。同时制定明确的电

商企业的经营行为规范,从软硬件多方面保障网络系统的安全,提高电商交易的安全性,保护电商企业以及消费者的利益。

同时,企业要建立必要的监督机制,促使审计工作者自觉规范自身的言行举止,提高工作人员的责任意识,改变企业审计过程中可能存在审计人员职责不清等问题,确保审计工作的顺利开展,降低审计风险的发生。

2. 培养优秀审计人才,加强数据分析应用

为了提高审计管理水平,以培养复合型电子商务审计人才为目标,加大对企业内部审计人员的管理和培训。加强审计人员的审计业务、政策法规、经济理论、数据分析、计算机应用等知识技能的培训,提升审计人员的业务工作能力。

加强数据分析技术在电商企业审计中的应用。以资金检查为企业常态化审计机制;建立企业审计数据分析技术方法创新标准体系;确立以数据为中心的体系架构,建立企业审计大数据智能分析平台。

3. 优化电商企业审计组织结构

信息自上而下的传递在经过组织内部不同层级后会发生信息失真,为了避免信息失真,确保内部审计信息完整、准确、迅速地传递,需要优化审计工作的业务路径和组织层级。可采取的措施有:缩短审计流程的路径,简化信息传递程序,扩大管理幅度;减少信息传递的层级,使得信息传递更为精准,提高信息传达的效率与准确度,避免信息孤岛现象。此外,在内部审计部门中增设数据分析部门,引进数据领域的专家来进行数据集中分析,指导并协助内部审计部门开展基于数据分析的审计。

五、结语

电商企业要想健康、长久发展,必须重视内部审计工作,在对自身内部审计风险分析基础上,规范和完善内部审计机制,加强复合型审计人才培养,实施数据分析技术与智能平台的建设,提高企业风险防控能力。特别是在信息化、数据化程度日益加深的挑战和机遇下,电商企业要意识到环境变化给企业带来的影响,企业内部审计工作要结合当下情况与需求,进行适应性的调整 and 改革,确保企业内部审计工作的效率和质量,为企业发展提供有力保障。

本文为陕西省教育厅专项科研项目,项目名称:精准扶贫背景下陕西农村电子商务发展模式创新研究,编号:18JK1064。

作者单位:西安欧亚学院

原载《行政事业资产与财务》(武汉),2021.16.108~110