

Analysis of Enterprise Internal Audit Risk Prevention Measures in the Internet Era

Huixin Chu

Wave Group Co., Ltd., Jinan, Shandong, 250000, China

Abstract

Internal audit specifically refers to the independent supervision and evaluation of enterprises, through comprehensive measurement and scientific evaluation of internal control efficiency and compliance, can ensure the effective improvement of enterprise value, relevant units need to thorough analysis, to ensure scientific prevention of internal audit risks, make it highly adapt to the development of the development of the Internet strategy. The paper comprehensively explores the specific strategies of scientifically preventing internal audit risks in the development of modern enterprises in the Internet era, hoping to effectively promote the development of modern enterprises.

Keywords

the Internet era; enterprise internal audit; risk prevention

互联网时代企业内部审计风险防范措施探析

楚惠欣

浪潮集团有限公司, 中国·山东 济南 250000

摘要

内部审计具体是指独立监督评价企业各项工作, 通过对内控执行效率与合规性进行综合衡量与科学评价, 能够确保有效提升企业价值, 相关单位需要对其进行深入分析, 确保能够科学防范内部审计风险, 使其高度适应现代互联网时代的发展需求。论文综合探究现代企业互联网时代发展中科学防范内部审计风险的具体策略, 希望能够有效推进现代企业发展。

关键词

互联网时代; 企业内部审计; 风险防范

1 引言

在互联网时代的今天, 企业需要高度重视内部审计工作, 确保能够对企业治理进行科学完善, 强化内部控制, 使其经营风险得到有效降低, 进而确保企业价值能够实现增值, 为了进一步明确现代企业如何更为高效地防范内部审计风险, 特此进行本次研究。

2 完善信息系统

首先, 需要进行信息系统功能的科学完善, 在互联网时代的今天, 企业需要针对内部审计工作科学构建信息系统, 基于流程控制开展各项工作, 确保能够使其风险得到及时防范, 从而实现价值的合理增加, 以深化应用和深化融合为主线, 利用数据平台合理划分相关数据, 将其分为展现层、业务应用层、业务逻辑层、基础数据层等多个层次, 确保能够使其业务模块具体需求得到高度满足, 科学构建监控预警模型, 审计分析模型和指标等。审计系统具体包

括审计数据管理和系统管理两个平台。同时, 还需要设置专项审计、决策支持、风险预警、数据分析、在线作业、审计管理六个业务模块, 为其内部审计构建科学的信息化平台。

其次, 需要强化数据安全防护, 在进行具体工作时, 需要合理开发各项软件, 对其安全系数进行科学审计, 保障数据安全。此时, 需要确保审计软件具有数据活动监控、风险评估、性能审计、敏感数据发现等各项功能, 确保能够对其数据库可能面临的风险进行准确评估。与此同时, 还需要保障数据加密程度, 针对不同用户设置访问权限, 严格管控采集、存储、分析各项数据的具体过程, 确保能够对数据安全进行更为有效的保护^[1]。除此之外, 还需要对数据进行分级管理, 严格基于重要性对数据进行合理划分, 针对不同等级数据设置不同授权权限, 确保能够对数据安全进行有效的保护, 尤其需要保护敏感数据。

最后, 需要进行风险预警模块的科学完善, 科学构建和应用风险预警模块, 可以对其审计风险进行有效的防范和科学控制。科学建立风险信息库, 可以确保有效识别风险, 基于风险发生的涉及金额、影响程度、可能性等各项因素,

【作者简介】楚惠欣(1987-), 女, 中国河北保定人, 本科, 中级会计, 从事企业内部审计研究。

确定风险防范等级,将风险划分为一般防范级、重点防范级与核心防范级等多个等级。在具体建立预警指标时,需要根据目标考核标准细化分解每类业务,确保能够形成明确的关键指标,同时,还需要基于重要性进行预警阈值的合理设置,从而实现风险提示。通过科学应用预警反馈机制,可以实现自动预判和持续监控,并将其异常数据结果及时生成,然后由审计人员对其进行科学有效的甄别和分析判断,向相关业务人员发送需要及时反馈的各项预警消息。此时,业务人员需要针对披露问题进行整改工作,并将反馈意见提交给审计部门,实现闭环管理。

3 建立法律法规

法律法规的科学完善,能够对各项工作的有序开展提供有效的保障,而在中国现阶段,在信息化方面,还没有出台完善的法律法规,针对内部审计工作制定的各项法律规定,已经无法满足互联网时代实施内部审计的各项需求,同时,各项法律规定无法合理规范现代信息化环境下的内部审计工作^[2]。如今,在互联网时代的今天,为内部审计带来了一定的发展机遇。同时,还使其面临一定的挑战,科学构建法律法规体系是非常迫切的一项工作。相关人员需要深入分析互联网时代发展中的审计方法、盈利模式和运营方式,并对现有模式进行科学调整,完善配套政策,为审计工作和互联网时代的深度融合创造良好的政策环境。与此同时,企业还需要进行相关职能部门的合理构建,确保其独立性。同时,还需要针对内部审计科学制定奖惩机制,完善监督环境,确保能够为内部审计工作的有效落实提供更大的制度支撑,进而保障内部审计机构具有更大的独立性。

4 规范审计方法

在互联网时代的今天,企业在具体设置内部审计部门时,需要对咨询公司结构进行参照和借鉴,确保能够更为高效地开展内部审计工作。在现代互联网时代发展中,部分企业选择使用云技术和IT系统平台自动分析财务数据和财务报表。此时,风险分析系统能够自动识别各种问题,通过合理应用,该种方式可以使审计工作时间大大减少,进而实现审计风险的有效降低,在该种状况下,信息检索具有较高的便携性,各项审计资源具有更高的共享化,统一规范内部审计职能,确保能够更为高效地开展内部审计工作,进而保证审计工作得到更大的发展^[3]。

5 转变审计职能

企业在开展内部审计工作时,需要科学评价企业内部各项业务,确保能够使企业得到更大的发展。在现代互联网环境发展中,企业经营模式得到了很大的转变。同时,其内部审计职能也出现了相应的变化,确保传统内部审计能够和互联网技术实现有效结合。企业在具体开展审计工作时,通

过进行企业管理数据的全面收集和科学整理,能够分析阻碍企业进一步发展的重要因素,为管理层决策提供充分的参考依据,确保能够推进企业发展。

6 提升人员素质

首先,需要确保内部审计人员和企业管理层能够正确认识审计风险,强化防范意识。此时,企业管理者需要实时关注国家政策动态和政治经济气候,确保能够充分了解现阶段市场状态,进而保障对审计风险具有更高的认知度,强化防范意识。内部审计人员还需要强化学习,确保能够熟练掌握国家财政法规,熟练应用现代计算机技术,对业务知识进行深入钻研,强化风险防范意识^[4]。与此同时,还需要确保内部审计人员具有更高的业务素质,为了使企业内部审计工作高度适应现代互联网时代发展需求,内部审计人员需要充分掌握法律、工程、审计、线性规划、概率、计算机、统计、企业管理、会计、财务等专业知识。同时,还需要对互联网技术进行合理应用,确保能够科学应用云计算、大数据等手段,合理应用新型审计方法,对其内部审计工作进行更为有效的监督和评价。

其次,需要对职工道德素质进行科学培养,组织职工开展审计道德教育活动,确保审计人员具有更高的自我管理能力和自我约束能力,强化其法治观念,并对其进行定期考核。

最后,企业还需要进行专业人士的科学引进,聘请具有丰富经验的专业人员,确保能够高度适应现代社会发展变化,进而保障更为高效地开展内部审计工作,使内部审计工作充分发挥增加价值、完善治理的工作价值。

7 结语

在互联网时代发展中,企业通过完善信息系统,建立法律法规,规范审计方法,转变审计职能,提升人员素质,能够确保更为高效地开展内部审计工作,使其各种审计风险得到科学防范和及时处理,进而保障对企业进行更为高效的治理,保证企业能够全面贯彻各项方针政策,进而确保内部审计工作能够有效结合,为现代企业建设的进一步发展创造良好的条件,使其高度适应现代互联网时代发展需求。

参考文献

- [1] 王国尚. 施工企业内部审计风险及防范措施分析[J]. 时代经贸, 2019, 473(12): 84-85.
- [2] 丁云. 浅谈中小企业内部审计风险及其风险防范[J]. 中国集体经济, 2019, 600(16): 53-54.
- [3] 肖寒. 大数据环境下内部审计面临的挑战分析[J]. 财经界, 2020, 545(4): 237.
- [4] 王思琦. 对创业型互联网企业审计风险管理问题的几点探讨[J]. 现代营销, 2020(1): 204-205.