

S 公司销售业务内部控制现状、问题及对策

目录

S 公司销售业务内部控制现状、问题及对策.....	1
第 1 章 内部控制理论	1
1.1.1 系统论	1
第 2 章 S 公司销售业务内部控制现状和问题.....	2
2.1 公司概况	2
2.2 公司销售与收款内部控制现状	6
2.3 公司销售业务内部控制问题及原因分析	11
第 3 章 S 公司销售业务内部控制改进措施.....	18
3.1 完善公司销售计划管理	18
3.2 加强电商平台信用管理	20
3.3 改进收入确认计量方法	23
3.4 加强客户服务管理	24
3.5 完善会计系统控制	25

第 1 章 内部控制理论

1948 年, Norbert Wiener 发表的著作《控制论——关于在动物和机器中控制和通讯的科学》标志着控制论的正式诞生。之后该理论广泛应用于管理领域,主要用于研究系统中的信息交流,以及指导系统如何保持相对平衡,使其在不断变化的内外部环境中实现稳定运行。控制论认为,控制系统有三个组成部分,分别是施控主体、受控客体和传递媒介。其中企业的股东和董事会是最大的施控主体,企业的管理层和员工则是不同层次的施控者和受控者,他们通过信息的传递和反馈遵守各种规范,使企业朝着整体的目标运行。控制论包含控制、信息和反馈这三个要素。其中,“控制”是基本理念,它指为实现某一效果,施控主体对受控客体的调节。调节行为要通过信息的传递才能实现,所以“信息”是控制的基础。在系统运行的过程中不仅有信息的传递,还会通过实施控制行为产生相应的信息反馈,反馈原理也是控制论的重要组成部分。信息传递和信息反馈相结合能对受控客体进行更好地控制,通过信息传递对客体进行约束,再将作用效果通过信息反馈回来以检查控制过程中是否有需要改进的地方,从而实现进一步控制,以达到预期的控制目标。除此之外,控制过程还包括对生产经营产生的现金流进行风险评估和识别,并采取措施来防范风险,实现相应的控制目标。

1.1.1 系统论

系统是指由若干要素以一定形式结合而成的特定结构，它不是各个要素功能的简单地相加，而是能通过要素之间的相互作用产生新功能的整体。系统中包含要素、结构、功能三个方面，要重视要素与要素、要素与结构、系统与环境之间的关系 Error! Reference source not found.。

系统观念由来已久，但在 Bertalanffy 发表著作《一般系统论：基础、发展和应用》之后才真正成为一门真正的科学。系统论强调系统的整体性，重点分析各组成部分之间的相互关系和变动的规律性，并考虑内外部环境的动态变化，具有整体性、层次性和动态性的特征。根据系统论的思想，将内部控制也视为一个系统，是一个为了实现某一目标，由许多相互联系的要素组成，并依靠各个要素之间的相互作用有机结合在一起的复杂的人造经济系统。因此在建立和完善内部控制时也应该从整体出发，因为每一个环节或每一个业务流程都会对内部控制的正常运转产生重大影响。系统论还认为运动是系统的生命，现实中的系统都是开放系统，总是要与环境进行物质、能量、信息的交换才能保持系统的正常运行。所以内部控制也要重视内部外环境的变化，保持动态的过程以实现内部控制的有效持续运行

第2章 S 公司销售业务内部控制现状和问题

2.1 公司概况

2.1.1 公司介绍

S 公司于 2017 年在广东省广州市成立，以加快传统企业在电商领域的发展为目标，主要以电子商务的 B2C 模式完成公司的销售。该种商业模式是先从正规的厂商处购买商品，然后借助第三方电商平台进行销售。不同于 C2C，这种模式能更好地保证产品的质量和交易的真实性，所以消费者对其信任度明显提高。在这种模式下，消费者可以随时随地浏览商品信息，在选定商品付款后，S 公司会使用自建的或第三方物流快速将商品送到消费者手中。

S 公司主要经营日化产品，例如洗洁精、洗手液、沐浴液等，其销售渠道是借助第三方电子商务平台进行线上销售和品牌推广。产品来源既包括从外部厂商购入也有通过自身组织生产。与此同时，S 公司发展了自己的物流体系，全国一共有 4 大物流中心，运营的大型仓库超过 200 个，自建物流体系使配送效率大幅度提高，配送服务也对第三方商家开放。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/336150025230011012>