

经济新常态下广告企业财务内部控制的优化研究

宋伟燕

杭州地铁文化传媒有限公司（杭州日报报业集团城报社），中国·浙江 杭州 310000

【摘要】经济新常态下，广告传媒业成为社会市场中较为活跃的部分。推动广告企业可持续健康发展，对社会经济的稳定与高效建设也有着一定的促进作用。但不可否认的是，当前广告企业财务内部控制中存在诸多问题和短板，这给企业的发展与进步带来了阻力。鉴于此，本文以广告企业财务内部控制为研究对象，首先简要分析了经济新常态与财务内部控制的概念。其次探究了经济新常态下广告企业财务内部控制优化的作用，最后在探寻广告企业财务内部控制困境的基础上提出了相关优化策略，以期广告企业现代化、经济化发展打下坚实的基础。

【关键词】经济新常态；广告企业；财务内部控制

Research on Optimization of Financial Internal Control in Advertising Enterprises under the New Economic Normal

Weiyan Song

Hangzhou Metro Cultural Media Co., Ltd. (Hangzhou Daily Newspaper Group City Newspaper), China ▪ Zhejiang Hangzhou 310000

[Abstract] Under the new economic normal, the advertising and media industry has become a relatively active part of the social market. Promoting the sustainable and healthy development of advertising enterprises also has a certain promoting effect on the stability and efficient construction of the social economy. However, it cannot be denied that there are many problems and shortcomings in the financial internal control of advertising enterprises, which have brought obstacles to their development and progress. In view of this, this article takes the financial internal control of advertising enterprises as the research object, and first briefly analyzes the concepts of the new economic normal and financial internal control. Secondly, the role of optimizing the financial internal control of advertising enterprises under the new economic normal was explored. Finally, based on the exploration of the financial internal control difficulties of advertising enterprises, relevant optimization strategies were proposed in order to lay a solid foundation for the modernization and economic development of advertising enterprises.

[Keywords] The new normal of the economy; Advertising companies; Financial internal control

引言

广告企业在经济新常态背景下受到了社会环境、自身发展方式以及市场经济状况等多重因素的影响，这也导致企业财务内部控制方面存在一定的问题。如若这些问题不能够及时有效解决，将会给广告传媒业的发展带来限制和阻碍。从根本上来讲，良好的内部控制策略，不仅能够确保广告企业财务信息的真实性，同时也有利于推动企业科学开展经营活动，提升资金管理水准。因此，相关管理者应当在经济新常态下，努力破除广告企业财务内部控制的困境，积极探寻优化策略，以更好地助推广告传媒行业的蓬

勃发展。

1 相关概述

1.1 经济新常态

经济新常态所指目标为结构稳增长的经济，而不是总量经济。经济新常态具有以GDP增长为增长方式、经济规模持续扩大等特点。在经济新常态下，我国基础设施逐步完善，众多新技术、新产品开始大量涌现，市场竞争开始转向质量型、差异型的竞争。除此之外，经济新常态推动我国经济呈现中高速增长的趋势，经济结构也在这样的时代背景下不断优化和升级。从根本上来讲，集约型、质量型

是经济新常态与旧常态最突出的差别。

1.2 广告企业

所谓广告企业是指专门从事广告业务经营与管理的企业，也可以将其称为广告代理商。广告企业最早以公司的形式出现在欧美地区，并于19世纪20年代得到了进一步的发展，其服务功能与领域也在不断扩大，一些跨国广告企业也在这一时期以惊人的速度出现在人们面前。广告企业的类型是多种多样的，大体可以将其分为全面服务型 and 有限服务型。在经济新常态下，广告企业应当做好广告策划、制作、发布等多方面的服务，始终坚持依法经营、人才经营、优势经营的原则。

1.3 财务内部控制

财务内部控制是指相关单位为了实现自身的控制目标，制定相应的制度措施及程序，进而实现对财务经济活动的管控。之所以要进行财务内部控制，是因为其能够更好地保证财务报告的准确性与可靠性，更好地遵守法律法规与单位的制度章程，从而为外界建立对企业的信任与信心、维护企业良好形象打下坚实的基础。内部财务控制需要依托控制论进行交易费用的控制活动，相关工作者始终要将内部财务控制作为法人治理结构的重要组成部分，从而指导企业可持续健康发展，尽可能强调企业员工在控制过程中的主客观角色。

2 经济新常态下广告企业财务内部控制优化的作用

2.1 保障广告企业财务信息的真实性

通过调查研究和社会实践发现，之所以要进行财务内部控制，主要是为了更好地保护广告企业的资产，确保财务报告以及相关财务信息的真实性与完整度，推动企业在合法合规的条件下提升自身的经营效益。广告企业在财务内部控制的过程中，应明确部门与岗位的职责，确保财务制度的严谨性。从根本上来讲，经济新常态下财务信息的处理需要借助信息技术等前沿手段，尽可能降低财务数据处理的风险，从而提升财务内部控制的可靠性与及时性。除此之外，企业之间也要保持畅通的沟通与协调，持续提高内外部信息共享水准，及时为相关合作者提供全面的财务信息，有效提高财务信息的透明度。

2.2 推动经营活动合理开展

经济新常态下，广告企业持续优化财务内部控制，能够更好地推动经营活动合理开展。从一方面来讲，良好的财务内部控制，可以帮助广告企业积极应对经营过程中的多重风险，通过严格的审批流程以及内部核算方式，从根源上减少徇私舞弊、挪用公款的问题，保障广告公司的财务稳定。在这样的环境下，企业的经营活动也可以得到更好地保障，无论是人力、物力还是财力资源都能够得到更好地调配。从另一方面来讲，财务内部控制水准的提升，能够有效提高广告企业在行业内部的声誉，企业内部通过制定与明确制度规范、监督管理标准，减少潜在的矛盾和纠纷，获得其他合作企业的支持与信任，这也为企业在未来得到多重机遇奠定了基础。

2.3 提升资金管理水准

经济新常态下，广告企业通过优化自身财务内部控制方式，明确财务的操作规程，可以有效规范企业的内部财务活动，杜绝资源浪费和滥用的现象，使财务的执行效率得到稳步提升。值得注意的是，良好的财务内部控制优化策略的实施，可以保证广告企业的资金安全，帮助企业积极地克服各类财务难题，科学的管理广告企业的资金，更好的把握市场机遇，进而进行良好的资金配置与投资决策。可以见得，财务内部控制的优化对于提升资金管理水准有着积极的作用。

3 经济新常态下广告企业财务内部控制的困境

3.1 财务观念滞后，人才培养重视不足

广告企业的主要任务是做好广告的经营与管理工作，而往往缺乏对于财务目标的清晰认知，同时并没有认识到财务管理工作的重要意义，这也致使广告企业仅聚焦于短期的销售收入与利润，而缺少对于财务内部控制长期的思考，同时，这也成为导致广告企业无法具有针对性地制定财务内部控制策略的根本原因。一些广告企业短期追求利润而忽视长期投资重要性的现象，不仅很难满足市场对于广告的需求，同时也可能错失众多发展机会。除此之外，广告公司为了节约成本，并没有积极更新企业内部财务人员知识，致使他们数据分析和解决问题的能力存在短板。最后，广告企业对于财务内控人才培养不够重视，特别是内部控制人才管理者选拔的过程中，仅关注其技术能力，而综合素养没有得到全面把控，进而导致内部控制人才匮乏的现象频发。

3.2 财务内部控制体系存在短板

通过调查研究发现，经济新常态下广告企业财务内部控制存在体系不健全的问题，具体表现在以下两个方面。一方面，众多广告企业缺乏自主创新能力，尽管越来越多的广告企业已经充分认识到了财务内部控制对于企业良性发展的重要意义，但是在实际执行工作中仍然存在不合理之处。例如，部分企业存在关注短期效益而忽视长期发展的状况，导致内部控制工作无法得到充分落实。此外，一些企业依旧沿用传统的财务内部控制管理方式，无法根据当今时代的发展状况，优化财务内控手段。从另一方面来讲，广告企业财务内部控制的岗位存在不科学之处，之所以会出现这样的问题，主要是企业相关管理者并没有予以内部控制工作足够的重视，难以按照严格的标准和流程，落实财务内部控制工作。部分广告企业为了节约自身的工作成本，往往聘请兼职人员落实财务工作，这也成为影响财务内部控制效果发挥的重要因素。

3.3 财务信息化水准亟待提升

经济新常态下，信息技术在广告企业财务内部控制的过程中得到了广泛使用。我国众多企业也已经开始落实财务信息化管理方式，但不可否认的是，仍有一些广告企业的信息化管理水准亟待提升。从一方面来讲，一些企业并没有根据自身实际发展需要合理优化和完善财务管理系统，

进而导致财务管理系统功能不全、安全事故频发等问题出现。这样一来,难以保证财务信息的完整度和科学性,使相关财务工作者在数据处理的过程中存在一定风险。从另一方面来讲,众多财务管理者缺乏较高的信息技术素养,这是由于广告企业的财务工作者较为繁忙,无法及时更新自身的知识储备,没有时间落实严格且系统的信息技术培训,导致在应用大数据技术时存在一定的困难,最终出现工作效率低、财务内部控制管理水平难以提升的问题。

3.4 财务内部控制制度有待提高

财务内部控制制度有待完善已经成为广告企业财务工作中应当重点关注的问题,若广告企业想在今后的经营管理活动中提升自身的经济效益,就需要持续优化财务内部控制制度。然而,通过调查研究可以发现,尽管已经有很多广告企业建立了财务内部控制制度,但由于制度不完善、不科学的问题导致最终落实的制度与发展需求不匹配,制度就如同空中楼阁一般,无法为企业内部控制工作的落实奠定良好基础,久而久之内部财务的隐患也开始浮出水面。总之,这对于企业的长远发展会是一种严重的阻碍。

4 经济新常态下广告企业财务内部控制的优化策略

4.1 提升财务内部控制人员综合素质

为了能够有效解决财务观念落后、人才培养重视不足的问题,经济新常态下广告企业应当努力提升财务内部控制人员的综合素质。首先,广告企业应制定科学合理的人才引进计划,不断提高聘用人才的门槛,以更好地保障聘请的财务内部控制工作人员具有专业的职业素养和技能,从而为优化企业的内部控制人才结构打下坚实的基础。其次,做好广告企业内部控制人员的培训工作也是尤为重要的,通过定期与不定期相结合的培训方式,提升员工的工作水准,使其能够在未来的工作中更好地履行自身职责,在培训交流的过程中员工也可以树立良好的内部控制管理观念,提升自身的管理意识。最后,需要严格把控引进人才的职业道德素养,杜绝人员财务舞弊、腐败等行为,从而为广告企业营造良好的财务内部控制风气。

4.2 优化财务内部控制体系

当前,广告企业要不断优化与健全财务内部控制体系,通过以下三种方式,有效解决财务内部控制体系存在短板的现象。首先,广告企业应当持续完善自身的岗位制度,明确每位财务工作者的工作任务,如若发现滥用职权的问题可以第一时间追踪到人。除此之外,合理应用岗位轮换制度,始终坚持岗位不相容的基本原则,做好岗位与职责的合理配置。其次,努力优化与完善财务内部控制制度。广告企业要根据自身在经济新常态下的发展情况,完善财务分配制度,积极监督与管理财会工作,确保财务活动的统一管理。最后,应当努力构建监督管理机制,确保财务内部控制能够得到落实。企业应当在广泛的社会实践中,积极提升风险应对能力,通过应用科学有效的手段实现风险的分散,确保自身的可持续健康发展。

4.3 完善广告企业财务内部控制信息系统

经济新常态下,持续优化广告企业财务内部控制信息系统是推动企业发展的重要方式。近年来,我国广告企业业务量持续增大,传统的财务内部控制方式已经难以满足企业自身发展需要,因此,企业相关工作者应当努力搭建信息化平台,搭建财务内部控制系统,通过优化控制机制的形式助推企业可持续健康发展。在广告企业发展的过程中,持续优化业务流程和内部控制措施,有效实施自动化监控预警,提升数据应用的准确性以及科学性,从而为财务的运营管理提供有力支撑。同时,通过数据的分析和预警的方式,可以帮助广告企业及时洞察潜在的信息风险和违法行为。总的来讲,伴随着广告企业外部经济环境的变化和企业战略调整,只有持续完善财务内部控制信息系统,才能够灵活的满足广告企业各方面需求,助力企业自身转型升级。

4.4 优化内外部控制环境,实现沟通与合作

优化广告企业财务内部控制环境是降低财务风险、提升财务管理综合水准的重要方式。首先,广告企业在落实财务内部控制工作时,应当结合自身的企业文化,使企业员工能够充分认识到财务内部控制的重要意义,不断增强员工的内部控制意识,使其能够积极主动地参与到相关工作来,推动财务内部控制顺利开展。其次,持续加大财务内部控制的执行力度也是尤为重要的,这也是保障内部控制制度贯彻落实的重要前提条件。除此之外,企业也要根据自身的长远发展需要构建沟通体系,使自身在内部控制的过程中与内外部进行有效沟通和合作。例如广告企业要与审计部门、相关监督管理部门取得密切的联系,保障自身在法律法规和相关政策落实的前提下,提升内部控制的整体效率。最后,通过有效的内外部沟通,也可以在第一时间发现内部控制工作中的问题,确保一体化管理制度得到稳健落实。

结束语

综上所述,财务内部控制的水平从某种程度上会影响到广告企业日常经营管理工作的顺利开展,这对于广告企业的发展也有着一定的作用和影响。因此,今后相关广告企业工作者应当不断提升对企业财务内部控制的重视程度,通过多种方式提升财务内部控制的水准和成效,从根源上杜绝经济新常态下广告企业财务内部控制可能存在的问题,最终推动广告传媒行业的平稳、健康发展与进步。

参考文献:

- [1] 李来刚. 经济新常态下国有企业加强财务内部控制对策分析[J]. 乡镇企业导报, 2022(8): 0145-0147.
- [2] 高慧玲. 新常态下房地产企业财务内部控制优化思考[J]. 中国中小企业, 2020, No. 293(04): 121-122.
- [3] 曾琪. 经济新常态下国有企业内部控制机制优化研究[J]. 2021. DOI: 10.12276/j.1672-2507.2021.02.024.
- [4] 王春丽. 基于经济新常态下的房地产企业财务内部控制策略探究[J]. 市场周刊·理论版, 2019.