２０００年，中国加入世界贸易组织的进程加快，外贸经营环境面临新变化。网络营销作为经济贸易财会领域的重要内容，面向一线人员的业务指导与操作规范。本资料结合当时的行业环境与工作实际，围绕网络营销的基本情况、主要做法、存在问题和对策建议进行梳理归纳，供有关单位和从业人员参考。

从网络营销的实际运行情况看，内部审计与专项检查已经成为日常工作中较为常见的环节，资金管理、审计监督等基础性内容受到普遍关注。在国有企业改革与脱困工作深入推进，企业财务管理受到重视的背景下，各单位对进出口业务的重视程度明显提高，原始凭证的审核与记账逐步走向规范。总体而言，这一阶段的工作呈现出由经验型向制度型转变的特点。

受制于当时的技术条件和管理水平，网络营销在推进过程中仍存在一些突出问题：一是内控制度不健全，不相容岗位未有效分离；二是手工记账工作量大，月末结账周期偏长；三是存货与往来账核对不及时，账实不符。这些问题在不同单位的表现程度不一，但都不同程度地影响了工作的整体质量与效率。

针对上述情况，建议从以下几个方面着手改进：健全内控制度，落实岗位分离与授权审批；推行会计电算化，提高核算效率与准确性；坚持定期对账与盘点，做到账实相符。同时，应把制度建设和人员培训放在重要位置，坚持边实践、边总结、边完善，逐步形成适合本单位实际的工作路子。

从具体做法上看，资产负债与损益表编制是检验工作成效的重要环节。围绕财务报表与内部控制两项内容，不少单位在实践中已经摸索出一些行之有效的做法：把责任落实到岗到人，把标准细化到每一道工序，把检查贯穿到工作全过程，并注意把检查结果与日常考核结合起来。这些做法

所需投入不大，但对提高工作质量的作用比较实在，值得在同类单位中加以推广。

在操作层面，还应当注意把握节奏与方法。条件成熟时，可通过简报、通报等形式通报情况，便于相互借鉴。各环节的原始记录应当及时填写、如实填写，做到事事有据、件件可查。

另外，相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。

另外，同时要重视资料的积累与保管，为后续的分析研究和决策提供可靠依据。

另外，需要注意的是，各项措施应结合本单位实际条件量力而行，不宜脱离基础盲目铺开。

另外，此外，还应加强部门之间的沟通协作，减少重复劳动，形成工作合力。

另外，各环节的原始记录应当及时填写、如实填写，做到事事有据、件件可查。

另外，在此基础上，还应定期开展总结与交流，把行之有效的做法固定下来并逐步推广。

另外，对工作中出现的新情况新问题，应及时向上级反映并研究解决办法，避免久拖不决。

另外，对反复出现的老问题，应从制度和流程上找原因，而不是简单

依靠加班补救。

另外，从长远看，人才培养和制度建设是两项基础性工作，需要持续投入、久久为功。

另外，推进过程中还要注意听取一线人员的意见，把好的做法及时吸收到制度中来。

另外，遇到跨部门事项，宜事先明确牵头单位与配合单位，避免互相推诿。