

简单的问题不一定是重要的问题。而简单的问题不断地问自己，也会产生不同的答案。内部审计工作有重复性的一面，但是审计人员要对一些看似简单的关键问题，不断地自我提问，这样，有可能会产生创新的概念和方法论的框架。

一、什么是内部审计的主要客户？

内部审计的客户可以是被审计单位、管理高层、审计委员会、董事会、股东等等。但如果内部审计不能确定主要的客户，那么，内部审计的资源投入无法产生最大的满意度，或者无法体现最大的价值。内部审计需要明确主要客户，并分析主要客户的需求，针对客户需求提供审计服务。在不同的时期，内部审计的职能侧重不同，内部审计的主要客户可能会不同。所以，内部审计部门需要把主要客户定期进行排序。

二、内部审计能够提供什么有价值的产品？

内部审计的产品是什么？大概可以有：审计报告、咨询建议、整改追踪、风险提示等等。把审计产品定义地越清晰，审计工作的成果也越突出。内部审计部门提供的产品应该是有价值的，而且其价值能够满足组织不同时期的需要。有时候，客户不一定清楚真正需要什么样的审计产品，而是在使用了审计产品之后，发现审计产品确实能够给组织带来价值。还有，内部审计部门要结合自己的实际资源，发挥自己的优势，来“生产”精品，而不是看起来“高大上”的残次品。内部审计部门还要每年审视一下今年的审计产品与往年的会有什么不同。

三、内部审计如何能更好地发展？

内部审计部门在为组织创造价值的同时，也考虑自身的发展。内部审计部门要在组织里发挥越来越大的作用，而不是作为安插“退居二线”管理人员养老的地方。内部审计部门也要为内部审计人员创造更多的发展机会和成长平台。内部审计有了自己的发展和前进的轨道，才有为组织创造价值的动力。企业为客户提供

产品，赚取利润。而企业内部的各个部门，也是在为组织和其他部门提供服务的同时，获得应得的利益。很多审计部门不重视自己的发展，也不重视审计人员的发展，只是一味地埋头干活，最后发现，审计部门的话语权越来越轻，审计人员的流失率严重并且招不来优秀人才的加入。

四、如何以适当的投入来实现更多的审计价值？

内部审计部门也需要进行资源的优化配置，并不断提升工作效率。内部审计部门要通过节约审计资源、缩短工作时间等手段，来实现用更少的资源获得更多的审计价值。增加审计价值并不是通过提高审计人员的工作强度和增加工作时间来实现的，而是需要发现能够创造更多审计价值的机会和路径。这一点，作为CAE应该更多地考虑。