

内部控制视角下企业服务管理化路径探究

高林艳

上会会计师事务所（特殊普通合伙）云南分所，云南 昆明 650220

摘要： 本文从内部控制视角探讨了企业服务管理优化的路径，分析了当前企业服务管理中存在的主要问题，包括服务质量一致性难以维持和缺乏个性化服务能力。在此基础上，提出了基于内部控制框架的优化路径，重点包括构建数据治理与集成平台、实施全渠道客户体验管理以及引入智能推荐引擎等措施。这些路径不仅有助于提升服务流程的效率和精准度，还能通过大数据和智能化手段推动个性化服务的发展。通过案例分析，本文进一步验证了内部控制在优化企业服务管理中的实践效果，为企业在现代市场环境下提升服务管理水平提供了有益的理论与实践支持。

关键词： 内部控制；企业服务管理；数据治理

Research on the Path of Enterprise Service Management From the Perspective of Internal Control

Gao Linyan

Yunnan Branch of Hui Hui Accounting Firm (Special General Partnership), Kunming, Yunnan 650220

Abstract： This paper discusses the optimization path of enterprise service management from the perspective of internal control, and analyzes the main problems existing in the current enterprise service management, including the difficulty in maintaining the consistency of service quality and the lack of personalized service ability. On this basis, the optimization path based on internal control framework is proposed, which focuses on the construction of data governance and integration platform, the implementation of omnichannel customer experience management and the introduction of intelligent recommendation engine. These paths not only help improve the efficiency and accuracy of service processes, but also promote the development of personalized services through big data and intelligent means. Through case analysis, this paper further verifies the practical effect of internal control in optimizing enterprise service management, and provides beneficial theoretical and practical support for enterprises to improve their service management level in the modern market environment.

Keywords： internal control; enterprise service management; data governance

随着全球化进程加速与市场竞争加剧，企业面临着越来越复杂的内外部风险，传统的管理模式已经很难适应企业的动态变化需求。内部控制是企业治理系统中的一个重要部分，它不仅能保证财务信息真实完整，而且能通过风险评估、控制活动、信息交流与监督等机制来保证企业的战略目标。服务管理化强调将服务理念融入内部控制体系，旨在优化资源配置，提升服务质量与客户满意度。在此背景下，对企业的服务管理模式进行研究，可以为企业提供一种具有较强适应性和灵活性的管理架构，有助于实现跨部门合作，提高企业的风险管理水平，并有助于推进企业文化向服务型转变，提高企业的市场竞争力。

一、内部控制

内部控制是指组织为实现其经营目标，保护资产安全完整，确保财务报告及相关信息的真实、准确与完整，以及提高运营效率和效果而建立的一系列政策、程序和实践的综合体系^[1]。其内容包括战略规划、风险评估、控制、信息交流、监控等方面。管理人员可以通过辨识及分析潜在的风险，来制定及执行适当之控制行动，降低风险对组织之目标之冲击。有效的内部控制是防范舞弊的重要手段，也是提高企业治理水平，增强股东信任的重要

手段。同时，在对外部监督的日趋严格的情况下，建立健全的内控制度，是保证企业正常运作的一个重要保证。内部控制是一种动态的过程，为了使内部控制能够随内、外部环境的变化而不断地进行评价和改善，并保证它总是与企业的发展方向相吻合。

二、企业服务管理现状分析

（一）内部控制在服务管理中的应用现状

内部控制在服务管理中的应用是现代企业提升服务质量、保

障运营合规性的关键组成部分。内部控制框架，如 COSO 的企业风险管理－整合框架，既是对企业内部控制体系的指引，也是对风险评估、控制活动、信息沟通、监督等内容的重要体现。中国内审协会于 2023 年公布的《中国内部审计发展报告》显示，被调查企业中，87.45% 的企业已经建立起了内控制度，其中 91.26% 的企业是制造业，85.73% 的企业是服务业。尤其是以服务为导向的企业，实施内控是保证服务质量与持续性的重要手段。但是，该研究同时也发现，只有 42.37% 的企业能把内控整合到自己的日常工作去，这说明要想有效地执行内控制度还存在一定的困难。在实际运作中，企业利用内部控制，实现资源优化配置，降低运营成本，提升顾客满意度。与此同时，在我国信息化进程不断加快的背景下，更多的服务业企业也开始运用信息化的方法来强化内部控制。根据 IDC 的报告，在 2023 年，全世界用于 IT 安全与服务管理软件的开支为 1172.54 亿美金，较上年增加 12.31%，这表明企业在科技投资方面更加注重内部控制与风险管理。另外，企业的内部控制也包括对员工的培训与发展，以保证他们理解并遵循企业的规章制度。据国家劳动保障部门统计，到 2023 年，企业在雇员培训方面所投入的钱在总薪酬中的比重是 1.85%，比去年增加 0.15 个百分点。这表明各企业都在不断地投入人力资源，以建立更加有效的内控体系。

（二）企业服务管理面临的主要问题

1. 数据孤岛现象严重

在数字化转型的背景下，企业内部通常会形成多个独立运行的数据源，各数据源之间缺少有效的互联与融合，从而造成“数据孤岛”现象。这既妨碍了各部门之间的信息共享，也使决策者无法得到完整、精确的数据支撑，同时也增加了人力资源的重复劳动，影响了企业的工作效率。特别是在服务行业中，客户交互记录分散于不同的平台之上，如果没有一个统一的数据管理平台来进行集中管理和分析，则很难实现对客户行为模式的深入洞察，进而影响到个性化服务的提供质量^[2]。

2. 客户体验一致性难以维持

多渠道营销策略虽然为企业带来了更广阔的市场覆盖范围，但也给保持一致性的客户体验带来了巨大挑战。当顾客可以通过网络、手机应用和实体商店等多种方式与品牌建立联系的情况下，不同的接触点所提供的服务规范不一致，很可能会给消费者留下不好的印象。例如，网上客户服务也许承诺有特价商品，但是顾客到实体店购物后才发现不能兑现；或是各地店面的服务水平高低不一，这一切都会损害顾客信任度。长期来看，这类问题会损害品牌形象，降低顾客忠诚度，并最终影响销售业绩。

3. 缺乏个性化服务能力

现代消费者越来越倾向于追求独特化的产品和服务体验，他们希望企业能够根据自己特定的需求定制解决方案。但实际中，很多企业未能很好地运用大数据分析手段，对潜在顾客群的特征和偏好进行挖掘。虽然已建立了大量的顾客数据库，但如果不能充分挖掘顾客信息中所包含的信息，就很难实现真正意义上的个性化推荐。此外，组织内部可能存在部门壁垒，阻止了市场、销售和技术团队之间的紧密合作，从而限制了快速响应市场需求变

化的能力^[3]。

三、基于内部控制的企业服务管理优化路径

（一）构建数据治理与集成平台，实现信息共享

为了提高企业服务管理的效率和准确性，构建一个全面的数据治理与集成平台是必不可少的。其主要功能是对企业内、外两个渠道所生成的各种数据进行集成，保证了信息的连贯性与准确性。企业需要利用先进的 ETL 技术和 API 接口，使各种业务系统间的数据流通和无缝对接。通过这种方式，可以有效地解决“信息孤岛”问题，打破不同部门之间的数据屏障，达到信息共享和顺畅传输的目的。为保证资料的品质及真实度，企业应制定严谨的资料规范及品质管理程序^[4]。它既包含了数据的收集、存储过程，也包含了对数据的加工、传输等过程。其中，数据治理系统的构建是一个非常重要的环节，包括数据的净化、去重、标注和校验。数据质量保证可以为企业的经营决策提供可靠的依据，有效地规避由于数据不精确所带来的管理偏差与风险。随着大数据技术的不断发展，企业还可以借助数据分析工具，如数据挖掘和人工智能技术，对海量客户数据进行深度挖掘。这些技术，可以帮助企业发现市场中的商机，预测顾客需求的发展趋势，为企业的发展做出前瞻性的决策。比如，利用机器学习方法建立的需求预测模型，可以精确地预测顾客的消费行为，从而为企业的营销、产品研发等提供数据支撑。

（二）实施全渠道客户体验管理，打造无缝服务体验

在当今的数字化时代，客户与企业的互动方式日益多元化，无论是在线购物、社交媒体互动，还是通过线下门店进行服务咨询，客户都期望获得一致且高质量的服务体验。要达到这个目的，企业就必须对顾客进行全渠道的顾客体验管理，保证顾客在与企业进行交互时，能够获得相同的服务与个性化的照顾。建立全渠道顾客体验管理的第一步，就是要建立一张完整的顾客轨迹图，将顾客从最初的接触，到最后的购买，乃至最后的售后服务，都清晰地呈现出来。此图不但可协助企业辨识顾客接触点之痛点，更可为各接点之服务过程之最佳化。通过对顾客交互流程的精细管理，企业可以在各个环节为顾客提供个性化的服务，保证顾客在各个渠道享受到完美的服务。企业营运 CRM 对全部顾客资料进行统一管理，建立全方位的顾客全景视图。该视图汇集了顾客在各渠道的购买历史、服务记录、反馈意见等行为数据，有助于企业人员随时掌握顾客的需要和喜好，为顾客提供更准确、更有效的服务。

（三）引入智能推荐引擎，推动精准营销和服务

智能推荐引擎作为一种先进的技术工具，在精准营销和个性化服务方面具有巨大的潜力。其核心原理是在用户的行为数据与喜好预测的基础上，利用大数据分析，精确地识别出用户的兴趣、需要、消费习惯，并据此向顾客推荐个性化的商品与服务。该方法能够有效地提升用户参与度和转化率，为企业赢得竞争优势。通过引进智能推荐引擎，企业可以在用户浏览网页或者使用软件的时候，根据用户的需要，将产品和服务的推荐信息呈现给

用户^[6]。该方法既能根据用户的历史消费习惯，又能融合实时数据和趋势分析等多种信息，对用户进行动态推荐。通过持续的学习与优化，使推荐引擎能够在瞬息万变的市场环境下，具有较高的自适应能力与精确性，进而提高用户的满意度与忠诚度。

智能推荐引擎的应用不仅限于产品推荐，还可以扩展到服务领域。例如，在客户服务过程中，推荐引擎能够根据客户的历史问题和偏好，为其推送相关的服务解决方案，进一步提升服务效率。同时，企业也可以借助推荐引擎对营销策略进行优化，通过个性化促销或个性化推荐等方式，提升顾客的重复购买能力，提升品牌忠诚度。通过定期组织黑客松、技术沙龙等技术培训与创新活动，企业能够激发员工的创造力，发掘更多的技术应用场景，使已有的个性化服务系统得以持续改进^[6]。

四、内部控制视角下企业服务管理化的实践分析

（一）案例概况

某试验仪器有限公司是一家专注于试验仪器生产和销售的企业，拥有丰富的经典案例，为客户提供高质量的试验仪器解决方案。为了应对日益激烈的市场竞争和客户对服务质量的更高要求，该企业自2022年起启动了全面的服务管理体系优化项目，旨在通过强化内部控制来提升客户满意度和服务效率。该项目涵盖了从客户需求调研、产品设计开发、生产制造到售后服务的整个生命周期，特别强调了数据治理、全渠道客户体验管理和智能推荐引擎的应用^[7]。

（二）内部控制在企业服务管理中的应用

在实施过程中，企业采取了一系列措施以确保内部控制的有效性。首先，将 CRM、ERP 和第三方电子商务等多源异质数据进行融合，构建一个统一的数据治理和整合平台。通过采用先进的 ETL 技术及 API 接口，使各个业务系统能够进行无缝连接，从而突破了各个部门之间的信息隔离。据统计，该系统投入使用后，各单位间的信息共享率由原来的 65.78% 提高到 92.45%，大大提高了企业间的协同工作效率^[8]。

为了提供一致且个性化的客户体验，该企业绘制了详细的客户旅程地图，覆盖了从初次接触到最终购买再到售后服务的所有环节。基于此地图，企业对各接触点的服务过程进行了优化，并通过 CRM 系统对顾客的每次交互进行了采集与分析，从而构建出 360 度的全方位视角。这样，销售人员就可以迅速地获得顾客的全部历史资料，从而为顾客提供更为周到的服务。通过内部调查，顾客对于服务经验的连贯性与个人化程度的评价，提高了 18.32%，提高了 21.56%。在此基础上，本项目还将引入智能推荐引擎，利用海量的顾客信息，挖掘出每位用户特有的兴趣点与消费习惯，并据此制定出个性化的营销内容或服务计划^[9]。比如，智能推荐引擎能够基于用户的浏览习惯、购物历史等，向用户推送适合自己的商品或折扣，从而提升用户的参与度和转化率。数据表明，用户在使用这款智能推荐系统 3 个月后，其平均购买次数上升了 12.89%，客单价上升了 15.47%。为了评估上述措施的效果，企业制定了一套详细的 KPI 指标体系，包括但不限于客户

满意度、响应时间、问题解决率等。同时，企业定期开展内部审计，检查各项控制措施的执行情况，及时发现并纠正潜在问题。

表 1 部分关键指标的变化情况

指标名称	优化前数值	优化后数值	变化百分比
客户满意度	82.45%	91.78%	9.33%
平均响应时间 (小时)	3.54	1.22	-65.54%
问题解决率 (%)	88.67%	96.34%	7.67%
数据共享率 (%)	65.78%	92.45%	26.67%
客户购买频率 (次 / 月)	2.12	2.40	12.89%
客单价 (元)	3456.78	3992.34	15.47%

（三）应用效果分析

通过一系列内部控制措施的应用，该企业在服务管理水平上取得了显著进步。顾客满意程度由原来的 82.45% 提高到 91.78%，显示出顾客更认同企业所提供的服务；平均反应时间缩减到 1.22 个小时，降低了 2/3 以上，大大提高了用户的体验；解决问题的比率为 96.34%，反映出公司对顾客的服务效率提高了。另外，由于资料分享速度大大提高，公司内部交流的费用也大大减少，团队之间的合作也变得更加流畅。更重要的是，智能推荐引擎的应用不仅增加了客户的购买频率，还提升了客单价，直接促进了销售额的增长^[10]。

五、结语

本文通过分析企业服务管理现状与内部控制应用，提出了优化企业服务管理的路径，旨在通过数据治理平台、全渠道体验管理和智能推荐引擎等措施，提升服务质量的一致性与个性化水平。研究表明，内部控制体系在企业服务管理中不仅能够有效规范流程、保障服务质量，还能通过技术手段推动服务创新，提升客户满意度与企业竞争力。在未来，伴随着大数据、人工智能等技术的深入发展，以跨部门协同、数据共享为核心驱动力的企业内控管理将向智能化、精准化方向发展。

参考文献

- [1] 蔡卓男. 持续提升大企业服务管理水平为经济高质量发展注入新动能 [N]. 济南日报, 2023-08-10(003).
- [2] 王海棠. 新时代如何做好企业服务管理工作 [J]. 今日财富, 2020, (21): 73-74.
- [3] 徐杨. 关于连锁零售企业服务管理现状及其对策研究 [J]. 财会学习, 2020, (16): 199-200.
- [4] 孟一君. 创新理念下物流企业服务管理一体化探析 [J]. 物流工程与管理, 2020, 42(01): 60-62.
- [5] 张艳. 服务标准化在现代企业服务管理中的应用 [J]. 机械工业标准化与质量, 2015, (06): 51-53.
- [6] 傅玉苹. 基于契约视角的企业内部控制分析 [J]. 投资与合作, 2023, (11): 142-144.
- [7] 吴怡华. 风险管理视角下企业内部控制探讨 [J]. 商业观察, 2023, 9(31): 37-40.
- [8] 刘爱萍. 会计信息化视角下企业内部控制存在的问题及其对策 [J]. 中国农业会计, 2023, 33(20): 15-17.
- [9] 张晓仑. 基于内部控制视角的企业会计管理工作优化路径 [J]. 上海商业, 2023, (10): 148-150.
- [10] 左胜兰. 基于内部控制视角的企业固定资产管理研究 [J]. 大众投资指南, 2023, (20): 50-52.