

市场营销域下的企业内部控制、 政府支持与创新绩效

崔 婕

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年4月7日; 录用日期: 2024年4月26日; 发布日期: 2024年7月24日

摘 要

随着社会主义市场经济的发展, 为了使企业赢得市场营销竞争中的优势, 降低和防范市场营销中存在的风险, 内部控制和政府的支持都对企业的发展具有重要影响, 并且能够有效推动企业创新能力的提升。本文针对研究课题提出了理论假设, 进行变量设置, 根据假设构建实证模型, 选取科创板上市公司2017~2022年的数据为研究样本, 实证分析了在市场营销域下企业内部控制、政府支持与企业创新绩效的关系, 实证得出以下结论: 1) 政府支持对企业创新绩效有显著正向影响; 2) 内部控制能够有效促进企业创新水平的提升; 3) 政府支持能够强化企业内部控制对其创新水平提升的促进作用。根据以上结论分别为政府和企业提出了合理的建议, 期望实现提高企业市场营销竞争能力的目的。

关键词

市场营销, 内部控制, 政府支持, 企业创新绩效

Enterprise Internal Control, Government Support and Innovation Performance under the Marketing Domain

Jie Cui

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 7th, 2024; accepted: Apr. 26th, 2024; published: Jul. 24th, 2024

Abstract

With the development of socialist market economy, in order to make enterprises win the advan-

tages in marketing competition, and reduce and prevent the risks existing in marketing, internal control and government support have an important impact on the development of enterprises. It can effectively promote the improvement of innovation ability of enterprises. This paper puts forward theoretical hypothesis, sets the variables, builds the empirical model according to the hypothesis, and selects the data of listed companies on the Science and Technology Innovation Board from 2017 to 2022 as the research sample. It empirically analyzes the relationship between enterprise internal control, government support and enterprise innovation performance in the marketing domain, and draws the following conclusions: 1) Government support has a significant positive impact on enterprise innovation performance; 2) The internal control can effectively promote the level of enterprise innovation; 3) Government support can strengthen the promotion effect of enterprise internal control on its innovation level. According to the above conclusions, this paper put forward reasonable suggestions for the government and enterprises respectively, hoping to improve the marketing competitiveness of enterprises.

Keywords

Marketing, Internal Control, Government Support, Enterprise Innovation Performance

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

全面建设社会主义现代化国家，促进共同富裕是我们党矢志不渝的奋斗目标。现阶段，我国经济已经从高速发展阶段逐渐进入高质量发展阶段，科学技术是第一生产力，经济发展模式的转变对企业的创新能力和技术水平提出了更高的要求，在这一背景下，企业面临着市场竞争加剧、消费者需求多样化、营销手段同质化等挑战。如何适应经济新常态，制定有效的市场营销策略，提高市场竞争力，实现可持续发展，成为企业亟待解决的问题。因此，企业必须尽快加强技术和产品研发投入，突破关键核心技术，从而提高自身的核心竞争力。在市场营销领域下对内部控制和政府支持对企业创新能力的具体影响路径进行深入分析，可以为政府制定科学合理补助政策、对促进企业加强内控管理，提高企业的创新绩效有一定的理论借鉴，也能为企业应制定切实可行的市场营销策略，增强市场开拓能力、营销推广能力和品牌影响力提供路径指引。

2. 相关概念界定及理论综述

2.1. 相关概念界定

1、市场营销

营销，即企业将生产的产品通过宣传、促销、组合销售等方式以满足目标消费者需求，使产品能够被消费者关注以产生交易行为的活动。它主要指企业在制定营销策略的同时针对市场变化开展经营活动与销售行为的过程，即制定策略由生产产品向产品的经营销售转化的过程[1]。随着社会经济与科技的快速发展，这为企业带来了良好的发展机遇，使得企业市场营销策略的重要性越来越凸显出来。为了使公司能够健康、稳定地发展，公司必须对市场营销策略的建立给予足够的关注和科学的实施，从而提高公司对市场营销风险的管理和规避能力，提高公司的经济效益，提高公司的行业竞争优势，保证公司的可持续发展[2]。本文主要从我国经济发展进入新常态，在此背景下，企业面临着前所未有的挑战和机遇，

传统的营销方法已经不再适用于当前的市场条件,公司应该改变自己的营销理念,丰富自己的营销方式,提高自己的品牌,并根据自己对网上消费者的需要,提高自己的营销能力,从而改变自己的营销策略[3]。

2、创新绩效

创新最早是由熊彼特提出,随着研究的日益丰富,创新也外延出很多的概念,其中创新绩效就是其中之一。从广义角度来看,创新绩效是企业创新产出的过程,包括创新思维的培养与生成、创新项目的决策与投资、创新产品的研发与执行、创新产出的市场推广等[4];企业创新绩效是企业创新或者更新现有的产品和服务,进而将企业推向新的价值创造的过程[5]。从狭义角度来看,创新绩效是采用新技术后取得的得成绩与效果[6]。广义的创新绩效是创新带来的产品或服务成果增加、创新投入产出的效率增加、管理和制度、市场份额与企业价值等,而狭义的创新绩效是指技术创新带来的创新成果。基于上述理论,本文认为创新绩效是指企业从事技术创新得到的直接成果产出,即新产品的数量和质量,创新的直接成果就是新产品和新技术,这些因素会进一步影响到企业的盈利能力。

3、内部控制

国内外很多专家学者都对内部控制的含义进行了深入研究,但是得到的研究结果并不一致。美国 COSO 委员会发布《内部控制整合框架》中提到了内部控制这一概念,其认为内部控制不是由管理层单独实施的,而是包含了企业的所有者、管理者和全体员工,目的是提升企业的经营管理水平、确保财务数据的真实完整、保证企业各项工作的合法合规。

我国财政部发布《独立审计具体准则第九号——内部控制与审计风险》中提出公司内部控制包括了一系列政策、措施和具体行动,旨在保证企业的平稳健康运行、保证财务数据的真实完整和企业资产的安全,最大限度地避免企业内部人员地违法违规行为,同时对企业经营管理中存在的弊端进行了尽快弥补。上海证券交易所 2006 年颁布《上市公司内部控制指引》中提到,内部控制是由企业的所有者、管理者和全体员工广泛参与的,只要体现为企业制定和实施的一系列规章制度,旨在实现公司的战略目标,有效规避企业生产经营中面临的各种风险。

4、政府支持

政府对企业创新实施的帮扶政策主要包括政府补助政策和税收优惠政策两类。

2006 年 2 月 15 日财政部发布的《企业会计准则第 16 号——政府补助》规定,“政府补助,指的是企业为企业经营生产提供的资金或者技术、培训等支持,但是政府没有通过投入资本而获得企业的股份,政府与企业之间直接建立联系,企业直接获得政府的资产投入,政府的行为不以获得经济回报为目的。税收优惠也是政府在鼓励企业创新中普遍使用的手段,对于创新型企业,政府也给予了税收优惠从而缓解企业的税收压力,促使企业加大在技术创新方面的投入[7]。在经济飞速发展的时代,企业市场营销面临着营销成本上升的挑战,政府支持对于企业更好的进行产品创新,以满足消费者不断升级的需求,提高市场竞争力有很大帮助。

2.2. 理论基础

1、内部控制学说

“内部控制促进论”认为,有效的内部控制是针对企业职责安排、内部结构、审批流程等方面制定和实施的科学合理的规章制度,以规范员工的行为,推动企业创新活动的标准化发展[8]。有效的内部控制能够为公司履行社会责任提供良好的环境,而良好的内部控制环境既可以预防公司经营管理风险,又可以增强公司经营效率,进而稳定企业持续发展,形成良性循环[9]。首先,公司内控的控制人既来自内部,也可以来自公司外部,比如税收控制,政府审计控制。在企业的内部管理中,从公司的管理者到公司的底层员工,都要参与到公司的内部管理中来,必须重视“全员控制”的思想。第二,公司的内控制

度是为了达到公司的控制目标而设立和执行的。内控的目的既有报表的目的,也有营运、策略等方面的内容,也就是要突出“全面控制”,而非单纯的财务管理。第三,只有在一定的情况下,才可以保证公司的报告、经营和战略目的得以达到,而不能保证 100% 的达到。第四,公司的内部控制是在动态的过程中进行动态的调节,包括制度的制定、实施和效果评估,而在特定的商业活动中,则包括事前控制、事中控制和事后控制[10]。

2、技术创新的学说

在国际形势日趋严峻、激烈的国际竞争之中,技术变革和商业模式创新是企业市场营销面临的重要挑战之一。随着科技的不断进步和创新,新兴技术和商业模式的出现不仅改变了市场的格局,还对企业的市场营销策略提出了新要求。因此,企业需要积极拥抱技术变革和商业模式创新,将发明专利、实用新型专利、外观设计专利申请数量之和作为制造企业创新绩效的度量指标,以应对市场挑战,提高市场营销竞争力。企业的核心能力要靠持续的技术革新来提高。公司的创新途径有:1) 研发新的产品。一种临时不存在于生产性的产品。2) 对新技术的引进。生产流程和设备的更新,使生产更加高效。3) 开拓新的销售渠道。投入到尚未涉足的市场中。4) 对原料的控制。寻找新的原材料供给渠道或者使用新的原材料。5) 企业的革新。为提高经营效能而进行机构改革。

3. 研究设计

3.1. 研究假设

1、内部控制和公司的改革

内部控制制度是现代企业经营管理中的重要一环,它的确立有助于企业明确划分内部各职能部门的权限,保证企业营销活动的协调有序开展,提高了企业营销管理的效率。健全的内部监控体系可以有效地解决信息不对称问题,并在一定程度上约束员工行为,降低损害公司利益的行为;反之,如果内部控制不到位,则会破坏公司的内部治理结构,导致各个层次的人员难以对其进行有效的控制,从而导致公司的内部控制不合理。在以上的研究基础上,我们给出了如下的假定:

假定 1: 在其它情况相同下,公司的创新业绩与公司的内部治理具有显著的正向关系。

2、政府支持和公司的改革

通过对公司进行投资,可以为公司注入大量的现金,增加公司的现金流,为公司的经营和发展提供支撑,从而增强企业的竞争优势,进而扩大市场份额。当前,许多学者认为,通过政府的扶持,可以提高公司的技术水平。孔东民[11]认为,通过对私营公司的扶持,可以提高其公司的创新能力和公司的 CSR 执行能力;杨晔[12]认为,通过国家扶持可以改善公司的运营绩效;陆少秀等[13]认为,国家对公司的扶持可以直接增加公司的总资产,从而增加公司的整体创新业绩。但从获得政府扶持到实现市场化转换的过程中,政府扶持对于提高公司的创新业绩或存在着一定的滞后性作用。据此,假定以下情况:

假定 2: 在其它情况相同下,政府对公司的扶持对公司的革新业绩具有显著的影响。

3、政府支持在公司创新业绩中的调控作用

公司治理结构主要有两个方面:一是通过提升公司的内部治理来加快公司的创新行为,二是由监管机构对公司进行监管和约束。夏立军、方轶强[14]认为,由于缺乏有效的管理环境,公司的内部控制也难以有效地运行。基于以上的调查结果,本论文的研究假定有:

假定 3: 在其它情况相同下,政府的扶持对于公司的内部治理和公司的革新行为具有一定的调节效果。

3.2. 样本的选取与数据来源

本文所选样本数据时间周期为 2017~2022 年,样本数据类型为科创板上市公司数据。为消除极端值、

异常值影响, 本文选择对全部样本数据进行如下处理: 其一, 由于 ST、*ST 类公司处于经营异常的状态, 因而其政府支持与企业创新绩效等项目与正常企业不同, 予以剔除; 其二, 为消除极端值的影响, 对数据进行 1%~99% 的缩尾处理; 其三, 由于部分数据存在缺失, 因而予以剔除。经过上述处理, 本文共得到 3539 个有效样本。

本文数据均来源于国泰安数据库, 数据分析软件为 stata 15.0。

3.3. 变量操作性定义

1、被解释变量

企业创新绩效(LnPatent)。创新绩效以专利申请数量为标准, 其数量越多, 则说明企业在创新技术上投入越多, 相对应的企业就有较好的创新绩效。

2、解释变量

内部控制有效性(Ic)采用“迪博内部控制指数”来衡量。并对所选择指数进行进一步处理, 以减小噪声误差带来的计算影响。

3、调节变量

本文调节变量选择为政府支持(Sub), 为消除量纲影响, 本文选择以政府补助金额的对数予以替代。

4、控制变量

为了更准确的分析内部控制、政府支持与企业创新绩效的关系, 本文综合考虑影响企业创新绩效的多项影响因素, 引入多个控制变量。

企业规模(Size), 经营活动现金流量(Cfo), 资产负债率(Lev), 独董比例(Independent), 企业成立年限(Age), 股权集中度(Shrcr1), 企业成长性(Tobinq1)。变量定义如表 1 所示:

Table 1. The variable operational definition table

表 1. 变量操作性定义表

变量类型	变量名称	变量符号	变量说明
被解释变量	企业创新绩效	Patent	企业创新绩效采用年度内公司专利数量来衡量, 并进行加 1 取对数处理
解释变量	内部控制有效性	Ic	迪博内部控制指数
调节变量	政府支持	Sub	企业获得政府补助金额取对数
控制变量	企业规模	Size	企业平均总资产的自然对数
	经营活动现金流量	Cfo	经营活动现金流量净额/平均总资产
	资产负债率	Lev	平均总负债与平均总资产的比值
	独董比例	Independent	独立董事人数占董事会总人数的比重
	企业成立年限	Age	企业成立至今年限
	股权集中度	Shrcr1	第一大股东持股比例衡量
	企业成长性	Tobinq1	(年末股票总市值 + 负债账面价值)/资产总计

3.4. 模型构建

为检验本文提出的假设, 构建如下回归模型:

为验证假设 1, 本文借助了线性回归方程构建了模型 1 为内部控制(Ic)与创新绩效之间的相关性分析; 为验证假设 2, 本文借助了线性回归方程构建了模型 2 为政府支持(sub)与创新绩效之间的显著性分析结

果；为验证假设 3，本文借助了线性回归方程构建了模型 3 为政府支持对内部控制与企业创新绩效调节效应的分析。

4. 实证结果与分析

4.1. 描述性统计分析

为了解释变量的数据特征，先对相关变量进行描述性统计，描述性统计如表 2 所示：

Table 2. Descriptive statistical analysis
表 2. 描述性统计分析

变量名称	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
Lnpatent	3359	2.570	1.840	0	8.070
Ic	3359	0.660	0.110	0	0.980
Sub	3359	10.77	4.240	1.640	16.57
Size	3359	21.91	1.510	19.31	27.47
Cfo	3359	0.0500	0.0700	-0.290	0.300
Lev	3359	0.390	0.210	0.0300	0.850
Independent	3359	0.380	0.0600	0.250	0.670
Age	3359	13.08	4.410	2	24
Shrcr1	3359	37.49	15.32	6.410	82.50
Tobinq1	3359	2.280	1.400	0.910	9.610

表 2 列示了企业创新绩效、内部控制、政府补助以及其他控制变量的分析结果。据表 2，创新绩效标准差为 1.840，最小值为 0(全年无专利产出)，最大值为 8.070，说明各个企业创新绩效差距很大。从内部控制(Ic)来看，标准差为 0.110，最小值为 0，最大值为 0.980，这反映了企业不同，其在内控制度的建立和执行情况上存在着较大的差异。从政府支持(sub)，内部控制标准差为 4.240，最小值为 1.640，最大值为 16.57，由此看出，各个企业政府支持情况相差较大。

4.2. 相关性分析

相关性分析如表 3 所示，反映了变量之间的显著水平，分析结果表明与内控体系有效性越高，其对企业绩效的促进作用就越明显；企业自身的影响因素，即政府支持力度的情况，支持力度越大越能促进企业绩效，其影响关系是正面的。分析结果初步支持验证了本文所作的假设 1 和 2。

另外，本文对分析模型中自变量和控制变量的相关关系进行了验证，结果表明，相关系数小于 0.6，方差膨胀因子小于 2，说明变量之间关系不显著，不存在多重共线性的问题。

4.3. 回归分析

内部控制与企业创新绩效的回归分析见表 4 所示。

模型 1 为内部控制(Ic)与创新绩效之间的相关性分析，回归分析结果表明两者之间呈正相关，说明通过改善企业创新技术发展的内部控制可以促进企业创新绩效的提高，假设 1 成立。

模型 2 为政府支持(sub)与创新绩效之间的显著性分析结果，结果显著，相关性系数为 1.849。这说明政府支持力度越大，进而帮助促进企业创新绩效的提升，本文假设 2 得到验证。

Table 3. Correlation analysis
表 3. 相关性分析

	lnpatent	Sub	ic1	size	cfo	lev	independent	age	shrcr1	tobinq1
lnpatent	1									
Sub	0.066 [*]	1								
ic1	0.135 ^{***}	0.027	1							
size	0.504 ^{***}	-0.009	0.166 ^{***}	1						
cfo	0.071 [*]	0.029	0.099 ^{***}	0.020	1					
lev	0.340 ^{***}	0.011	-0.00200	0.646 ^{***}	-0.099 ^{***}	1				
independent	0.203 ^{***}	0.029	0.064 [*]	0.223 ^{***}	-0.104 ^{***}	0.055	1			
age	-0.165 ^{***}	0.043	-0.124 ^{***}	-0.147 ^{***}	0.111 ^{***}	0.018	-0.255 ^{***}	1		
shrcr1	0.179 ^{***}	0.073 ^{**}	0.036	0.308 ^{***}	-0.045	0.127 ^{***}	0.196 ^{***}	-0.116 ^{***}	1	
tobinq1	-0.143 ^{***}	-0.014	-0.061 [*]	-0.394 ^{***}	0.099 ^{***}	-0.381 ^{***}	-0.053	0.187 ^{***}	-0.140 ^{***}	1

注：***、**和*分别代表在 1%、5%和 10%的显著性水平上显著。

Table 4. Regression analysis of internal control and enterprise innovation performance
表 4. 内部控制与企业创新绩效的回归分析

	模型 1	模型 2	模型 3
Sub	0.0299 ^{**} (2.22)		0.0293 ^{**} (2.17)
ic		1.849 ^{***} (3.37)	0.823 [*] (1.69)
Sub*ic			0.0180 [*] (1.73)
size	0.537 ^{***} (9.77)	0.517 ^{***} (9.25)	0.524 ^{***} (9.37)
cfo	2.302 ^{**} (2.58)	2.269 ^{**} (2.53)	2.202 ^{**} (2.45)
lev	0.803 ^{**} (2.13)	0.887 ^{**} (2.33)	0.862 ^{**} (2.26)
independent	2.501 ^{**} (2.46)	2.580 ^{**} (2.53)	2.498 ^{**} (2.45)
age	-0.0447 ^{***} (-3.24)	-0.0415 ^{***} (-2.99)	-0.0431 ^{***} (-3.11)
shrcr1	0.00169 (0.43)	0.00258 (0.65)	0.00188 (0.47)
tobinq1	0.110 ^{**} (2.41)	0.108 ^{**} (2.37)	0.111 ^{**} (2.42)

续表

Constant	-10.61*** (-9.19)	-10.46*** (-9.05)	-10.81*** (-9.28)
Observations	3359	3359	3359
R-squared	0.287	0.284	0.289
F	37.86	37.32	30.44

模型 3 为政府支持对内部控制与企业创新绩效调节效应的分析，交乘项的回归系数为 0.018，并且在 10%的水平上显著，由此说明，政府支持对企业内控执行对创新绩效的关系存在正向调节效应，假设 3 成立。

4.4. 稳健性检验

如表 5 所示，为了增加文章研究结果的稳健性，对于遗漏重要变量、互为因果、样本选择偏误两大内生性问题对文中假设进行滞后年限法以进行稳健性测试，选取数据为 2018 年~2022 年 4 月数据进行稳健性检验。

Table 5. Robustness test of internal control and enterprise innovation performance
表 5. 内部控制与企业创新绩效的稳健性检验

	模型 1	模型 3	模型 3
Sub	0.0388** (3.33)		0.0383** (3.17)
ic		1.848*** (3.37)	0.833* (1.68)
Sub*ic			0.0180* (1.73)
size	0.537*** (8.77)	0.517*** (8.35)	0.534*** (8.37)
cfo	3.303** (3.58)	3.368** (3.53)	3.303** (3.45)
lev	0.803** (3.13)	0.887** (3.33)	0.863** (3.36)
independent	3.501** (3.46)	3.580** (3.53)	3.488** (3.45)
age	-0.0447*** (-3.34)	-0.0415*** (-3.88)	-0.0431*** (-3.11)
shrcr1	0.00168 (0.43)	0.00358 (0.65)	0.00188 (0.47)
tobinq1	0.110** (3.41)	0.108** (3.37)	0.111** (3.43)

续表

Constant	-10.61*** (-8.18)	-10.46*** (-8.05)	-10.81*** (-8.38)
Observations	3358	3358	3358
R-squared	0.387	0.384	0.388
F	37.86	37.33	30.44

稳健性分析数据基本与回归分析结果基本一致，稳健性分析通过。

5. 结论与建议

5.1. 研究结论

通过本文分析，共得出如下结论：

1) 对于企业而言，政府支持对当期企业创新绩效具有显著的正向影响，即企业获得的政府支持数额越高，企业创新绩效越高，企业可以不断推出具有独特竞争力的产品，为企业带来差异化竞争的优势。

2) 内部控制有效性越高，企业创新绩效也越高。一个良好的内部控制不仅能够降低企业的风险以及代理成本，保证企业开展正常的经营活动，还可以促进企业创新绩效的提升，推动企业的未来发展。因此，企业要想提高创新绩效，必须发挥内部控制的积极作用。

3) 政府支持对企业内控执行对创新绩效的关系存在正向调节效应。在政府加强对企业监督的条件下，政府支持力度越大，企业内控就会越有效，更大程度的促进企业创新绩效的提高，推动社会主义现代化的进程，促进共同富裕的实现。

5.2. 研究建议

1、完善法律法规，强化市场营销视域下对企业内部控制的要求

内部控制制度的确立，可以有效防范企业滥用职权的现象，加强对企业各项业务活动是否符合国家政策法规的审查，防范遏制不法行为的发生，从而保证企业各项业务活动的规范有序进行，提高市场竞争力。内部控制制度的落实，企业层面的自身努力很重要，但同时也需要相关的法律法规来进行约束。因此，鉴于我国内部控制方面的法律法规起步较晚，且缺乏统一的评价标准，本文认为我国相关部门应当建立专业统一的内部控制评价体系，加强对于上市公司内部控制的要求，监督企业内部控制的执行，要求企业加强内部控制相关信息的披露，指导企业提升内部控制水平，使内部控制能够在企业中得以有效的实行。这不仅有利于保证企业营销活动的协调有序开展，提高了企业营销管理的效率，还可以有效加强企业对市场营销风险的控制能力，利用内部控制机制可以建立风险预警、风险评估、风险分析等风险识别体系，以此提高企业抵抗市场营销风险的应变水平。

2、减少相关税收以鼓励企业创新，促进社会共同富裕

在经济新常态背景下，企业市场营销面临着营销成本上升的挑战。随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化，企业为了获取更多的市场份额和保持竞争优势，不得不增加对市场营销的投入。然而，这也意味着企业需要在有限的资源下，承担更高的营销成本。因此，本文认为政府应减少企业创新部分的相关税收，以此鼓励企业积极进行创新活动，企业通过不断改善产品的设计、技术、性能，能够满足消费者不断变化的需求，研发出更贴合市场需求的产品，增强自己的核心竞争力。企业不断推出具有独特竞争力的产品，从而获得更多的市场份额，不仅可以促进我国经济和科技的发展，推动了我国经济发展由高速增长阶段转向高质量发展阶段，而且以期通过发展经济，提高人民的收入水平，逐步缩小收入差距，

使全体人民都能享受到发展的成果，促进全体成员实现共同富裕。

3、优化企业内部控制，实现营销战略长效机制

企业内部控制环境的好坏决定了企业市场营销风险的大小，良好的企业内部控制环境对于促进企业的市场营销水平具有推动作用。企业应按照国家的要求，加快优化企业内部控制制度，完善的内部控制制度不仅可以为企业带来日常经营的收益，还可以减少相关的财务舞弊风险，为不断提高自身核心竞争力，占据更多的市场份额提供环境。同时，企业应营造良好的内部控制氛围，培养优秀的企业文化，从管理层到普通员工全方位树立起内部控制意识，同时加强关键岗位和重大风险领域的风险防控，保障企业的资产安全与合规经营树立良好的自身形象，加强财务信息披露的准确性，得到投资者的认可，避免出现盲目扩张、粗放经营等不良行为，明确企业的营销战略管理目标，领导阶层能够正确的识别可能影响目标实现的事项，及时进行营销战略的调整，增强市场开拓能力、营销推广能力和品牌影响力，确保企业规范化管理，促进企业持续发展，提高企业的整体效益水平。

基金项目

江苏大学第 22 批大学生科研课题资助项目“共同富裕视域下的城乡融合发展路径研究”(项目编号: 22C357)。

参考文献

- [1] Kumar, A., Paul, J. and Unnithan, A.B. (2020) 'Masstige' Marketing: A Review, Synthesis and Research Agenda. *Journal of Business Research*, **113**, 384-398. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.030>
- [2] 武铮铮. 市场细分下营销策略的构建分析[J]. 老字号品牌营销, 2020(11): 74-75.
- [3] 谢利坤. 互联网时代市场营销的机遇和挑战[J]. 人民论坛, 2019(7): 80-81.
- [4] 钟凤英, 冷冰洁. 员工持股计划、内部控制与创新绩效[J]. 经济问题, 2022(8): 120-128.
- [5] 余薇, 胡大立. 数字经济时代企业家能力对企业创新绩效的影响[J]. 江西社会科学, 2022(2): 183-195, 208.
- [6] 罗斌元, 赵帅恒. 数字化转型对制造企业创新绩效的影响研究[J]. 创新科技, 2022, 22(3): 57-68.
- [7] 唐鑫. 财税补贴对企业价值创造能力的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆工商大学, 2016.
- [8] 赵恒飞. 内部控制对农业上市公司价值创造的影响研究[J]. 中国乡镇企业会计, 2019(6): 134-135.
- [9] 苗雨君, 朱丹. 企业内部控制、财务绩效与社会责任——来自信息传输、软件和信息技术服务业上市公司的实证研究[J]. 会计之友, 2017(12): 50-56.
- [10] 赵旻. 战略性新兴产业内部控制对企业创新绩效的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2017.
- [11] 孔东民, 李天赏. 政府补贴是否提升了公司绩效与社会责任[J]. 证券市场导报, 2014(6): 26-31, 62.
- [12] 杨晔, 王鹏, 李怡虹, 等. 财政补贴对企业研发投入和绩效的影响研究[J]. 对经论丛, 2015(1): 24-31.
- [13] 陆少秀, 冯树清, 廖以. 所有权性质、内部控制与企业绩效——来自制造业上市公司的经验证据[J]. 财会通讯, 2016(6): 45-47.
- [14] 夏立军, 方轶强. 政府控制、治理环境与公司价值——来自中国证券市场的经验证据[J]. 经济研究, 2005, 40(5): 40-51.