



慈善捐赠行为与企业竞争优势的实证分析

Empirical Research on Corporate Giving and Its Competitiv

投稿时间: 2009-3-16 最后修改时间: 2010-3-29

DOI: 10.3969/j.issn.0253-374x.2010.05.027 稿件编号: 0253-374X(2010)05-0773-06

中文关键词: [企业慈善捐赠](#) [捐赠行为特征](#) [企业社会资本](#) [竞争优势](#)

英文关键词: [corporate giving](#) [characteristics of contribution](#) [corporate social capital](#) [competiti](#)

作者	单位	E-m
田雪莹	同济大学经济与管理学院	lucy
叶明海	同济大学经济与管理学院	
蔡宁	浙江大学公共管理学院	

摘要点击次数: 138 全文下载次数: 107

中文摘要

运用结构方程建模方法,对长三角地区2004-2006年间有过捐赠的290家企业的数据资料进行统计分析与检验,结果表明:慈善不同的特征要素对竞争优势的影响存在差异,且这些特征要素对竞争优势产生作用的路径各有不同;慈善捐赠行为特征对企业竞争优势平进而增强企业竞争优势。最后,本文建议建立有效政策鼓励企业参与捐赠。

英文摘要

A research was made of the data collected from 290 firms in Yangtze River delta involved in contribution from a structural equation modeling show that corporate giving can be reified to different kinds of characteristics, which differently. The characteristics of contribution have indirect influence on the firm's competitive advantages by tr competitive advantages of firms are improved. Finally, some effective policies are proposed to encourage firms to pa