

Agata Adamska, Tomasz J. Dąbrowski

Warsaw School of Economics

Collegium of Business Administration

e-mail: agata.adamska@sgh.waw.pl, tomasz.dabrowski@sgh.waw.pl

Reputacja jako instytucja: próba konceptualizacji i problemy pomiaru

Reputation as an Institution: An Attempt to Conceptualize and Measure Issues

The article deals with the problem of identifying institutions and measuring them. As an example, reputation was taken into consideration. The analysis leads to the conclusion that reputation could be treated as an institution and could be measured in the context of its impact on economic outcomes. This measurement can be carried out at three levels of detail: micro, meso and macro, of which the third is the least recognized in new institutional economics.

Keywords: institution, reputation, economic outcomes, institutional economics

JEL Classification: A12, B52, Z13

1. Wprowadzenie

Miarą atrakcyjności podejścia badawczego jest zdolność eksplanacyjna i predykcyjna powstających w jego ramach teorii. Doświadczenia ostatnich kilkunastu lat dowiodły licznych słabości, jakie w tym zakresie przejawia ekonomia głównego nurtu. Tłumaczy to rosnącą popularność nurtów heterodoksyjnych, w tym również podejścia instytucjonalnego¹, które jest o tyle interesujące, że daje możliwość stworzenia szerokiej płaszczyzny współpracy zróżnicowanego grona przedstawicieli nauk społecznych – nie tylko ekonomistów, ale również socjologów, prawników, politologów, etnologów i antropologów społeczno-kulturowych czy psycho-

¹ O zwiększającym się znaczeniu podejścia instytucjonalnego może świadczyć przyznanie w 2016 r. Nagrody Nobla z ekonomii Oliverowi Hartowi i Bengtowi Holmströmowi za ich wkład w rozwój teorii kontraktów.

logów społecznych. Dalszy rozwój podejścia instytucjonalnego będzie jednak zależał w dużej mierze od zdolności wypracowania w jego obrębie metodyki badań pozwalającej na wyjście poza stwierdzenie, że „instytucje są istotne” i umożliwiającej bliższe poznanie mechanizmów oddziaływania różnych instytucji na zachowania jednostek².

Projektując metodykę badań odnoszących się do wpływu wywieranego przez instytucje, można przyjąć jedną z dwóch zasadniczych orientacji. Pierwsza z nich opiera się na założeniu istnienia silnych, nierozzerwalnych powiązań między instytucjami tworzącymi określony system instytucjonalny, których występowanie uniemożliwia dezagregację. W takiej sytuacji wskazane byłoby badanie nie oddziaływania poszczególnych instytucji, lecz związków zachodzących między kształtem matrycy instytucjonalnej a różnymi parametrami ekonomicznymi. Przykładem wykorzystywania tego typu ujęcia są badania nad różnymi odmianami kapitalizmu³ (*Varieties of Capitalism – VoC*). Odminną orientację należałoby przyjąć w przypadku, gdy siła powiązań nie narzuca konieczności rozpatrywania wpływu instytucji w sposób zagregowany lub daje się zidentyfikować instytucje na tyle autonomiczne, że ich oddziaływanie może być analizowane w oderwaniu od pozostałych elementów systemu instytucjonalnego (co nie wyklucza uwzględniania kontekstu tego systemu). Takie ujęcie jest charakterystyczne np. dla badań nad znaczeniem praw własności⁴. W niniejszym artykule przyjęto drugą z prezentowanych orientacji. Jego celem jest bowiem konceptualizacja fenomenu reputacji jako istotnej instytucji regulującej zachowania jednostek, a także przedstawienie problemów związanych z pomiarem samej reputacji oraz wywieranego przez nią

² Pojęcie „jednostka” w tym kontekście odnosi się nie tylko do osób, ale również organizacji czy zbiorowości, np. grup w ramach organizacji bądź społeczności w ramach państwa.

³ Cf. m.in. G.M. Hodgson, *Varieties of Capitalism and Varieties of Economic Theory*, „Review of International Political Economy” 1996, vol. 3, nr 3; D. Coates, *Models of Capitalism. Growth and Stagnation in the Modern Era*, Polity Press, Cambridge 2000; *Varieties of Capitalism: the Institutional Foundations of Comparative Advantage*, red. P.A. Hall, D. Soskice, Oxford University Press, Oxford 2001; B. Amable, *The Diversity of Modern Capitalism*, Oxford University Press, Oxford 2003; A. Sapir, *Globalization and the Reform of European Social Models*, „Journal of Common Market Studies” 2006, vol. 44, nr 2; *Varieties of Capitalism in Post-Communist Countries*, red. D. Lane, M. Myant, Palgrave Macmillan, London 2007; *Debating Varieties of Capitalism. A Reader*, red. R. Hancké, Oxford University Press, Oxford 2009; A. Nölke, A. Vliegthart, *Enlarging the Varieties of Capitalism: The Emergence of Dependent Market Economies in East Central Europe*, „World Politics” 2009, vol. 61, nr 4; B. Farkas, *The Central and Eastern European model of capitalism*, „Post-Communist Economies” 2011, vol. 23, nr 1; D. Bohle, B. Greskovits, *Capitalist Diversity on Europe's Periphery*, Cornell University Press, Ithaca and London 2012.

⁴ Cf. m.in. H. Demsetz, *Toward a Theory of Property Rights*, „American Economic Review” 1967, vol. 57, nr 2; A.A. Alchian, H. Demsetz, *The Property Right Paradigm*, „The Journal of Economic History” 1973, vol. 33, nr 1; *The Economics of Property Rights*, red. E. Furubotn, S. Pejovich, Ballinger Publishing, Cambridge 1974; S. Pejovich, *The Economics of Property Rights: Towards a Theory of Comparative Systems*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1990; E. Ostrom, E. Schlager, *The formation of property rights [w:] Rights to nature: ecological, economic, cultural and political principles of institutions for the environment*, red. S.S. Hanna, C. Folke, K.-G. Mäler, Island Press, Washington 1996; N. Schulz, F. Parisi, B. Depoorter, *Fragmentation in Property: Towards A General Model*, „Journal of Institutional and Theoretical Economics” 2002, vol. 158, nr 4.

wpływu. Przedmiotem analizy jest więc pojedyncza, względnie autonomiczna instytucja i jej oddziaływanie w sferze mikro, mezo i makro. Artykuł ma charakter koncepcyjny.

2. Instytucje i ich znaczenie

Pojęcie „instytucja” jest złożone, wielowymiarowe i wieloznaczne, co sprawia, że dotychczas nie udało się wypracować jego definicji, która byłaby powszechnie akceptowana. Stworzenie takiej definicji jest tym trudniejsze i mniej prawdopodobne, że pojęcie to występuje w różnych naukach społecznych, gdzie jest niekiedy odmiennie rozumiane. Dla T. Veblena, uważanego za twórcę instytucjonalizmu, instytucje społeczne stanowiły *dominujące sposoby myślenia uwzględniające poszczególne warunki społeczne, poszczególne funkcje jednostki i społeczności*⁵, zaś instytucje ekonomiczne były *utartymi zwyczajowo sposobami regulowania procesów życiowych społeczeństwa w odniesieniu do środowiska materialnego, w którym to społeczeństwo żyje*⁶.

Z kolei według G. von Schmollera instytucje to *częściowe uporządkowanie życia społecznego, które spełnia szczególne cele i które może niezależnie dalej ulegać ewolucji*⁷. Nieco szerzej patrzył na instytucje J.R. Commons, który definiował je jako

*zbiorowe działanie polegające na kontroli, uwalnianiu i rozwoju zachowań jednostki. To zbiorowe działanie obejmuje różnorodne formy od nieorganizowanego zwyczaju do form działających w sposób zorganizowany, takich jak rodzina, korporacja, związek branżowy, związek zawodowy, system rezerw, państwo*⁸.

W ujęciu proponowanym przez tego autora instytucje stanowiły zatem nie tylko schematy poznawcze czy mechanizmy regulacyjne, ale mogły także przybierać postać organizacji będących jednym z przejawów *form działających w sposób zorganizowany*. Choć obecnie dominujący wydaje się pogląd, że instytucje i organizacje stanowią byty odrębne, to również wśród współczesnych autorów pojawiają się niekiedy ujęcia nieuwzględniające tej dychotomii. Na przykład dla A. Greifa instytucje są systemem zasad, przekonań, norm i organizacji⁹.

⁵ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, Muza, Warszawa 2008, s. 161.

⁶ Ibidem, s. 163.

⁷ Cyt. za: E.G. Furubotn, R. Richter, *Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics*, The University of Michigan Press, Ann Arbor 2000, s. 6.

⁸ J.R. Commons, *Institutional Economics*, „American Economic Review” 1931, vol. 21, nr 4, s. 648.

⁹ A. Greif, *Institutions and the Path to the Modern Economy, Lessons from Medieval Trade*, Cambridge University Press, Cambridge 2006, s. 36–37.

Większość badaczy zajmujących się instytucjami traktuje je jednak jako reguły, *formalne i nieformalne zasady postępowania*¹⁰. Wyraźnie jest to widoczne u E. Ostrom, definiując instytucje jako

*systemy reguł działania, które określają, kto ma prawo do podejmowania decyzji w danej sferze, jakie działania są dozwolone, a jakie zabronione, jakie zasady agregacji będą stosowane, jakich procedur należy przestrzegać, jakie informacje powinny być dostarczone, a jakie muszą pozostać poufne, oraz jakie wynagrodzenie zależnie od swoich działań otrzymują jednostki*¹¹.

Autorem, który najbardziej zdecydowanie opowiadał się za ścisłym rozdzieleniem instytucji i organizacji, był D.C. North. Wskazywał on, że *instytucje są regułami gry w społeczeństwie, lub bardziej formalnie, są po ludzku obmyślonymi ograniczeniami, które kształtują ludzkie interakcje*¹². Organizacje są zaś graczami, uczestnikami gry. Według tego autora *konceptualnie reguły gry muszą zostać odróżnione od graczy*¹³. Zaproponowana przez D.C. Northa perspektywa instytucji jako reguł gry zyskała popularność nie tylko na gruncie ekonomii, ale także w innych naukach społecznych. Widoczne jest to m.in. w sposobie, w jaki instytucje są definiowane przez socjologów ekonomicznych. Na przykład W. Morawski uważa, że *instytucje to faktycznie systemy bodźców i antybodźców, które, jeśli są dobrze skomponowane, sprawiają, że ludzie – gracze – będą dochodzić do wniosku, iż działając razem w duchu współpracy, można powiększyć pulę wygranych*¹⁴. Z kolei w ocenie P. Chmielewskiego *instytucje obejmują formalne i nieformalne reguły oraz sankcje związane z ich przestrzeganiem, tworząc strukturę dla ludzkiego działania i zachowania, czyli redukują towarzyszącą człowiekowi niepewność*¹⁵.

Podsumowując przedstawione rozważania definicyjne, można zatem stwierdzić, że instytucje są regułami, bądź zbiorami reguł, tworzącymi strukturę bodźców i sankcji, porządkujących sposób postępowania wchodzących z sobą w interakcje jednostek (osób, organizacji). Instytucje odgrywają bardzo ważną rolę w życiu społecznym i ekonomicznym. Zwraca się uwagę, że kierując działaniami prowadzą do kształtowania się i utrwalania wzorców zachowań, a nawet mogą rzutować na postać mentalnego odzwierciedlenia rzeczywistości, powstającego w umysłach podmiotów funkcjonujących w danym otoczeniu instytucjonalnym. Jak zauważa G.M. Hodgson, instytucje mogą *kreować stałe oczekiwania wobec zachowań in-*

¹⁰ A. Ząbkowicz, *Instytucjonalny kontekst funkcjonowania rynku i organizacyjne formy koordynacji jako elementy nowego paradygmatu w ekonomii*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 405, s. 12.

¹¹ E. Ostrom, *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, Cambridge 1990, s. 51.

¹² D.C. North, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge 1990, s. 3.

¹³ *Ibidem*, s. 4.

¹⁴ W. Morawski, *Instytucje: oczekiwania i rozczarowania [w:] Transformacje. Przewodnik po zmianach społeczno-ekonomicznych w Polsce*, red. A. Górny, P. Kaczmarczyk, M. Lesińska, Scholar, Warszawa 2016, s. 231.

¹⁵ P. Chmielewski, *Homo agens. Instytucjonalizm w naukach społecznych*, Poltext, Warszawa 2011, s. 258.

nych. Generalnie, instytucje pozwalają uporządkować myślenie, oczekiwania i działania, nadając kształt i spójność ludzkiej aktywności¹⁶. Dzięki temu zachowania stają się bardziej przewidywalne, co ogranicza niepewność i tworzy warunki do zaistnienia zjawiska zaufania. Można też przyjąć, że instytucje są spoiwem łączącym przeszłość z przyszłością¹⁷. Łączą obydwa wymiary w tym sensie, że ich kształt jest zazwyczaj uwarunkowany historycznie, ale jednocześnie istniejące instytucje, tworząc bariery i bodźce, formują wzory zachowań, które wywierają wpływ na przyszłe działania jednostek.

3. Reputacja w kontekście instytucjonalnym

Pojęcie „reputacja” jest równie trudne do zdefiniowania, jak pojęcie „instytucja”. Powody braku możliwości stworzenia powszechnie akceptowanej definicji reputacji również są podobne – reputacja jest zjawiskiem złożonym i wielowymiarowym, stanowiącym przedmiot badań w różnych naukach społecznych (ekonomii, naukach o zarządzaniu, socjologii), co utrudnia wypracowanie konsensusu. Na najbardziej ogólnym poziomie wskazuje się, że reputacja to *zbiór cech przypisanych firmie, o których można wnioskować na podstawie jej przeszłych działań*¹⁸, lub nieco szerzej *zapis przeszłych uczynków oraz cech jednostki, które można na podstawie tych uczynków wnioskować*¹⁹. Tak ogólne określenie reputacji jest jednak niewystarczające. Należy bowiem zwrócić uwagę, że jej kształtowanie się w odniesieniu do podmiotu (niezależnie od tego, czy będzie nim osoba czy organizacja) następuje w długim okresie, w którym podmiot ten może podejmować zróżnicowane działania sygnalizujące odmienne, niekiedy nawet sprzeczne z sobą cechy. Ujęcie reputacji jako „zapisu przeszłych uczynków” wymaga również odpowiedzi na pytanie, gdzie zapis ten powstaje lub kto go dokonuje, co pozwalałoby zidentyfikować „twórcę” reputacji.

W rozwiązaniu problemu sygnalizowania zróżnicowanych cech pomóc może odwołanie się do definicji P. Herbiga i J. Milewicza, którzy wskazali, że reputacja stanowi *opinię na temat spójności w czasie cech charakterystycznych jednostki. Opinia ta jest oparta na chęci i zdolności jednostki do powtarzalnego zachowania w podobnym stylu*²⁰. Z definicji tej wynika, że reputacja powstaje dopiero, gdy działania podmiotu charakteryzuje pewien względnie stały wzorzec. Wzorzec ten jest interpretowany przez inne jednostki dokonujące oceny zachowań podmiotu. Reputacja nie jest

¹⁶ G.M. Hodgson, *What Are Institutions?*, „Journal of Economic Issues” 2006, vol. 40, nr 1, s. 2.

¹⁷ E. Gruszewska, *Dezintegracja w zinstytucjonalizowanym świecie*, „Ekonomia i Prawo” 2011, vol. 7, s. 50.

¹⁸ K. Weigelt, C. Camerer, *Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications*, „Strategic Management Journal” 1988, vol. 9, nr 5, s. 443.

¹⁹ P. Sztompka, *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, s. 166.

²⁰ P. Herbig, J. Milewicz, *To be or not to be ... credible that is: a model of reputation and credibility among competing firms*, „Marketing Intelligence & Planning” 1995, vol. 13, nr 6, s. 24.

więc własnością podmiotu, lecz jest mu „przypisywana” przez oceniających. W kontekście oceny zwraca się również uwagę, że reputacja może mieć charakter stratyfikujący, bowiem podmioty różnią się między sobą pod względem wyniku ewaluacji²¹.

Reputacja opiera się na cechach podmiotu sygnalizowanych przez spójny w czasie wzorzec jego dotychczasowych działań. Oznacza to jej zakorzenienie w przeszłości. Jednocześnie jednak reputacja odnosi się do przyszłości. Jej podtrzymywanie wymaga bowiem zachowań zgodnych z ukształtowanym wzorcem, który rodzi oczekiwania co do sposobu przyszłego postępowania podmiotu. Jak zauważa D. Chong, *osoba tworzy reputację, utrzymując kierunek działań, które dostarczają informacji na jej temat i kreują oczekiwania wobec niej wśród innych*²². W tym sensie reputacja kieruje zachowaniami podmiotu. Według T.J. Dąbrowskiego jest swojego rodzaju obietnicą składaną na przyszłość poprzez konsekwentne działania w przeszłości. Tak długo, jak obietnica jest dotrzymana, reputacja ulega wzmocnieniu; zaprzestanie dotrzymania obietnicy oznaczałoby osłabienie reputacji, co motywuje podmiot do zachowań zgodnych z oczekiwaniami. Tym samym *reputacja łączy (...) przeszłość i teraźniejszość z przyszłością*²³.

Podsumowując dotychczasowe rozważania definicyjne można przyjąć, że reputacja stanowi szeroko podzielaną, dość stabilną ocenę (mającą potencjalnie stratyfikujący charakter), opartą na spójnym w czasie wzorcu działań podmiotu, uwzględniającą również jego zdolność i gotowość do sprostania oczekiwaniom uwarunkowanym tym wzorcem. Nawiązania do reputacji pojawiały się już w pracach instytucjonalistów: O.E. Williamson zwracał na nią uwagę w kontekście *governing structures*²⁴, P.R. Milgrom, D.C. North i B.R. Weingast odwoływali się do niej jako do mechanizmu współtworzącego warunki pozwalające na ograniczenie zachowań oportunistycznych²⁵, A. Greif rozpatrywał reputację w nawiązaniu do teorii agencji²⁶, zaś E. Ostrom traktowała ją jako ważny element drugiej generacji modeli racjonalności, uwzględniających związki między reputacją, zaufaniem i wzajemnością a poziomem współpracy²⁷.

Mimo tak szerokiego odwoływania się do reputacji w różnych kontekstach i w nawiązaniu do kluczowych teorii ekonomii instytucjonalnej (zwłaszcza nowej ekonomii instytucjonalnej – teoria kosztów transakcyjnych, teoria kontraktów,

²¹ Idea porównywania ocen poszczególnych podmiotów jako odzwierciedlenia stanu ich reputacji leży u podstaw tworzenia wszelkiego rodzaju rankingów, stanowiących efekt pomiaru reputacji.

²² D. Chong, *Reputation and Cooperative Behavior*, „Social Science Information” 1992, vol. 31, nr 4, s. 683.

²³ T.J. Dąbrowski *Kształtowanie reputacji banku komercyjnego. Podejście symboliczne i substancjalne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2016, s. 63.

²⁴ Cf. O.E. Williamson, *Economic Institutions: Spontaneous and Intentional Governance*, „Journal of Law, Economics, & Organization” 1991, vol. 7, Special Issue; idem, *Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives*, „Administrative Science Quarterly” 1991, vol. 36, nr 2. Do efektu reputacji O.E. Williamson nawiązał nawet w swoim wykładzie noblowskim, dotyczącym ekonomii kosztów transakcyjnych: O.E. Williamson, *Ekonomia kosztów transakcyjnych: naturalne etapy rozwoju*, „Zarządzanie Publiczne” 2015, nr 2.

²⁵ P.R. Milgrom, D.C. North, B.R. Weingast, *The Role of Institutions in The Revival of Trade: The Law Merchant, Private Judges, and The Champagne Fairs*, „Economics and Politics” 1990, vol. 2, nr 1.

²⁶ A. Greif, *Contract Enforceability and Economic Institutions in Early Trade: The Maghribi Traders' Coalition*, „The American Economic Review” 1993, vol. 83, nr 3.

²⁷ E. Ostrom, *A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action Presidential Address American Political Science Association 1997*, „American Political Science Review” 1998, vol. 92, nr 1.

teoria agencji), dotychczas reputacja nie była w zasadzie rozpatrywana jako instytucja *per se*. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy może stanowić podnoszona niekiedy wątpliwość dotycząca siły wpływu, jaki reputacja miałaby wywierać na rzeczywiste zachowania jednostek. Twierdzi się, że wpływ ten jest nie tak duży ze względu na ograniczenia w dostępie do informacji na temat stanu reputacji poszczególnych podmiotów. Wydaje się jednak, że takie podejście nie uwzględnia zmian w zakresie widoczności reputacji wywołanych przez nowe technologie. Technologie te drastycznie obniżają koszty zarówno rozprzestrzeniania, jak i pozyskiwania informacji, sprawiając, że stają się one praktycznie pomijalne²⁸. Zawsze w reputacji ocena przestaje być zatem informacją prywatną, a staje się informacją powszechną. Nie jest już oparta jedynie na uprzednich bezpośrednich doświadczeniach czy wymianie informacji wewnątrz wąskiej grupy, a staje się „wiedzą ogólną”, co musi być brane pod uwagę przez jednostki przy podejmowaniu decyzji dotyczących ich przyszłych działań.

Podstawową cechą instytucji jest ograniczanie niepewności. Reputacja niewątpliwie pełni taką rolę. Jest swojego rodzaju nieformalnym regulatorem zachowań, wyznacza bowiem oczekiwania wobec sposobu postępowania jednostki oraz tworzy bodźce do działania zgodnego z tymi oczekiwaniami; istnieją także sankcje (utrata reputacji) w przypadku podejmowania przez jednostkę działań, które są z oczekiwaniami sprzeczne. Dzięki temu zachowania jednostki stają się bardziej przewidywalne, co stanowi podstawę obdarzania ją zaufaniem, a w dalszej kolejności rozwoju relacji zaufania.

4. Pomiar reputacji i jej oddziaływanie

Złożony charakter reputacji sprawia, że wypracowanie metod jej pomiaru nastęcza wiele trudności. Podstawowym, wymagającym rozwiązania problemem jest brak jednej, powszechnie akceptowanej definicji reputacji. Jak zauważa T.J. Dąbrowski, *powoduje to, że już na wstępie prac nad metodą pomiaru pojawia się zasadnicze pytanie, co ma być jego przedmiotem*²⁹. Różny sposób zdefiniowania reputacji będzie prowadził do odmiennych odpowiedzi na pytanie, jak ją mierzyć. Najczęściej na potrzeby pomiaru przyjmuje się założenie, że reputacja stanowi powszechnie podzielaną ocenę, mającą względny charakter, a więc hierarchizującą podlegające ewaluacji podmioty. Takie podejście leży u podstaw wszelkich metod pomiaru opartych na filozofii rankingu. Według V.P. Rindovej i C.J. Fombruna *rankingi reputacji odzwierciedlają porządkowanie, hierarchię statusu wyrażającą wyższość i niższość ich uczestników*³⁰. Rankingi pozwalają zatem określić,

²⁸ Przykład stanowią serwisy i platformy internetowe umożliwiające dokonywanie ocen, które są widoczne i dostępne dla wszystkich użytkowników.

²⁹ T.J. Dąbrowski, *Problemy pomiaru reputacji jako wartości dla klienta*, „Handel Wewnętrzny” 2011, listopad–grudzień, s. 269.

³⁰ V.P. Rindova, C.J. Fombrun, *Constructing competitive advantage: The role of firm – constituent interactions*, „Strategic Management Journal” 1999, vol. 20, nr 8, s. 699.

kto ma lepszą reputację, a kto gorszą. Wymagają jednak wysokiego poziomu rozpoznawalności podmiotów, aby ich reputacja była dobrze widoczna dla szerokiego grona oceniających³¹.

Wyniki rankingów reputacyjnych zazwyczaj różnią się między sobą, niekiedy w dość zdecydowany sposób. Jest to spowodowane dwoma głównymi czynnikami. Po pierwsze, ze względu na specyfikę reputacji, będącej konstruktem złożonym i wielowymiarowym, a zatem trudno poddającym się bezpośredniemu pomiarowi, pomiar ma przede wszystkim charakter pośredni – w ramach tworzenia rankingów ocenie podlegają cechy kształtujące reputację. Brak zgody co do tego, jakie cechy decydują o reputacji podmiotu, a co za tym idzie, jakie powinny być uwzględniane w badaniach, prowadzi do różnic w wynikach pomiarów. Po drugie, badania przeprowadzane na potrzeby tworzenia rankingów obejmują różne grupy dokonujące ewaluacji podmiotu. Dobór tych grup ma istotne znaczenie, bowiem każda z nich zwraca uwagę na inne cechy kształtujące reputację. Szersza bądź węższa paleta uwzględnianych grup będzie więc wywierała wpływ na uzyskiwane wyniki.

Z punktu widzenia oceny znaczenia reputacji jako instytucji istotny wydaje się jednak nie tyle sam pomiar reputacji, co badanie jej oddziaływania, zwłaszcza w sferze ekonomicznej. Badanie to w najprostszej postaci obejmowałoby związek stanu reputacji (lub zmiany tego stanu) bądź też odgrywanej przez nią roli z osiąganymi wynikami ekonomicznymi. Badania takie można prowadzić na poziomie mikro (poszczególnych osób, np. prezesów zarządów lub pojedynczych organizacji, np. przedsiębiorstw czy uczelni), na poziomie mezo (grup przedsiębiorstw lub całych sektorów) bądź na poziomie makro (państw czy systemów instytucjonalnych).

Dotychczas najlepiej rozpoznany jest wpływ reputacji na poziomie mikro. Rezultaty istniejących badań potwierdzają generalnie korzystne oddziaływanie dobrej reputacji na wyniki finansowe przedsiębiorstw³² oraz zdolność przedsiębiorstw do utrzymywania ponadprzeciętnych wyników w dłuższym okresie³³. Istnieją również badania mogące wskazywać na pozytywny wpływ reputacji na

³¹ Szeroki przegląd rankingów reputacji można znaleźć w: C.J. Fombrun, *List of Lists: A Compilation of International Corporate Reputation Ratings*, „Corporate Reputation Review” 2007, vol. 10, nr 2. Do rankingów o najdłuższej historii i największej rozpoznawalności należą AMAC/WMAC oraz RQ. Opis metodyk ich tworzenia znajduje się odpowiednio na stronach: <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/> oraz <http://www.theharrispoll.com/reputation-quotient>.

³² Szeroki przegląd badań poświęconych relacjom między reputacją a osiąganymi wynikami finansowymi można znaleźć m.in. w: J.M. de la Fuente-Sabaté, E. de Quevedo-Puente, *Empirical Analysis of the Relationship between Corporate Reputation and Financial Performance: A Survey of the Literature*, „Corporate Reputation Review” 2003, vol. 6, nr 2. Cf. A. Carmeli, A. Tishler, *Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance: An Empirical Investigation of Industrial Enterprises*, „Corporate Reputation Review” 2005, vol. 8, nr 1; D.L. Deephouse, E.J. Ourso, *The Effect of Financial and Media Reputations on Performance [w:] Part IV: How Do Reputations Affect Corporate Performance?*, „Corporate Reputation Review” 1997, vol. 1, nr 1–2; M. Eberl, M. Schwaiger, *Corporate Reputation: Disentangling the Effects on Financial Performance*, „European Journal of Marketing” 2005, vol. 39, nr 7–8; R.L.M. Dunbar, J. Schwalbach, *Corporate Reputation and Performance in Germany*, „Corporate Reputation Review” 2000, vol. 3, nr 2.

³³ Cf. P.W. Roberts, G.R. Dowling, *Corporate reputation and sustained superior financial performance*, „Strategic Management Journal” 2002, vol. 23, nr 12.

poziomie mezo. Interesujący przypadek w tym zakresie opisuje P. Sztompka, odwołując się do wyników badań J.C. Colemana³⁴ i B.D. Richmana³⁵, którzy poddali analizie nowojorską społeczność żydowskich przedsiębiorców zajmujących się handlem diamentami. Badacze ci zwrócili uwagę na silne więzi zaufania, występujące w tej społeczności, uwarunkowane racjonalnym dążeniem poszczególnych członków grupy do zachowania reputacji. Powszechna troska o dobrą reputację sprawia, że

wielkie, milionowe transakcje odbywają się tutaj bez podpisywania kontraktów, bez notariuszy, sądów, a tylko bezpośrednio, ustnie. Jeden diler wręcza drugiemu wieczorem worek diamentów wart kilka milionów dolarów, aby ten zbadal ich jakość i następnego dnia kupił lub zwrócił. Dzięki temu cała społeczność oszczędza na kosztach transakcyjnych: wynagrodzeniach notariuszy, prawników, kosztów arbitrażu czy procesów i dzięki temu uzyskuje przewagę rynkową, a w rezultacie intratny monopol³⁶.

Największe wyzwanie, jak się wydaje, stanowi badanie oddziaływania reputacji na poziomie makro. Z punktu widzenia rozpatrywania reputacji jako instytucji najbardziej właściwe byłoby poszukiwanie odpowiedzi na pytanie o istnienie związku między rolą, jaką w systemie instytucjonalnym występującym w danym kraju, lub grupie krajów, odgrywa reputacja, a różnymi ogólnymi miarami poziomu rozwoju gospodarczego. Możliwe jest również koncentrowanie się na węższych zagadnieniach odnoszących się do bardziej szczegółowych aspektów relacji między znaczeniem reputacji w kontekście wybranych elementów systemu instytucjonalnego a mniej zagregowanymi wyznacznikami wyników ekonomicznych. Przykład może stanowić badanie związku między rolą reputacji w różnych systemach ładu korporacyjnego³⁷ a poziomem występujących w nich kosztów kontroli.

5. Podsumowanie

Rosnąca popularność podejścia instytucjonalnego w naukach społecznych, w tym w ekonomii, spowodowana jest w dużej mierze jego inkluzywnym charakterem, którego jednym z przejawów jest szerokie definiowanie samego pojęcia instytucja. Pozwala to na stosowanie tego pojęcia w odniesieniu do bardzo szerokiego spektrum mechanizmów regulujących sposób postępowania jednostek i wyklucza tworzenie zamkniętego katalogu instytucji. Równocześnie przyjęcie takiej filozofii

³⁴ J.C. Coleman, *Social Capital in the Creation of Human Capital*, „American Journal of Sociology” 1988, vol. 94, Supplement.

³⁵ B.D. Richman, *How Community Institutions Create Economic Advantage. Jewish Diamond Merchants in New York*, „Law & Social Inquiry” 2006, vol. 31, nr 2.

³⁶ P. Sztompka, *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2016, s. 288.

³⁷ Więcej na ten temat: A. Adamska, T.J. Dąbrowski, *Znaczenie reputacji spółek w różnych systemach ładu korporacyjnego*, „Studia Prawno-Ekonomiczne” 2015, nr 97.

stawia przed badaczami wyzwanie związane z koniecznością każdorazowego ustalenia, czy dany mechanizm stanowi instytucję czy też nie. W artykule wykazano, że reputacja może być uznawana za instytucję, co otwiera pole do dalszych badań nad rolą, jaką odgrywa ona w sferze ekonomicznej. Jednocześnie zauważono, że zakres tych badań obejmuje trzy poziomy: mikro, mezo i makro, wskazując na ten ostatni poziom jako na obszar dotychczas najslabiej rozpoznany.

Bibliografia

- Adamska A., T.J. Dąbrowski, *Znaczenie reputacji spółek w różnych systemach ładu korporacyjnego*, „Studia Prawno-Ekonomiczne” 2015, nr 97.
- Alchian A.A., H. Demsetz, *The Property Right Paradigm*, „The Journal of Economic History” 1973, vol. 33, nr 1.
- Amable B., *The Diversity of Modern Capitalism*, Oxford University Press, Oxford 2003.
- Bohle D., B. Greskovits, *Capitalist Diversity on Europe's Periphery*, Cornell University Press, Ithaca and London 2012.
- Carmeli A., A. Tishler, *Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance: An Empirical Investigation of Industrial Enterprises*, „Corporate Reputation Review” 2005, vol. 8, nr 1.
- Chmielewski P., *Homo agens. Instytucjonalizm w naukach społecznych*, Poltext, Warszawa 2011.
- Chong D., *Reputation and Cooperative Behavior*, „Social Science Information” 1992, vol. 31, nr 4.
- Coates D., *Models of Capitalism. Growth and Stagnation in the Modern Era*, Polity Press, Cambridge 2000.
- Coleman J.C., *Social Capital in the Creation of Human Capital*, „American Journal of Sociology” 1988, vol. 94, Supplement.
- Commons J.R., *Institutional Economics*, „American Economic Review” 1931, vol. 21, nr 4.
- Dąbrowski T.J., *Kształtowanie reputacji banku komercyjnego. Podejście symboliczne i substancjalne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2016.
- Dąbrowski T.J., *Problemy pomiaru reputacji jako wartości dla klienta*, „Handel Wewnętrzny”, listopad–grudzień 2011.
- Debating Varieties of Capitalism. A Reader*, red. R. Hancké, Oxford University Press, Oxford 2009.
- Deephouse D.L., E.J. Ourso, *The Effect of Financial and Media Reputations on Performance [w:] Part IV: How Do Reputations Affect Corporate Performance?*, „Corporate Reputation Review” 1997, vol. 1, nr 1–2.
- Demsetz H., *Toward a Theory of Property Rights*, „American Economic Review” 1967, vol. 57, nr 2.
- Dunbar R.L.M., J. Schwalbach, *Corporate Reputation and Performance in Germany*, „Corporate Reputation Review” 2000, vol. 3, nr 2.

- Eberl M., M. Schwaiger, *Corporate Reputation: Disentangling the Effects on Financial Performance*, „European Journal of Marketing” 2005, vol. 39, nr 7–8.
- The Economics of Property Rights*, red. E. Furubotn, S. Pejovich, Ballinger Publishing, Cambridge 1974.
- Farkas B., *The Central and Eastern European model of capitalism*, „Post-Communist Economics” 2011, vol. 23, nr 1.
- Fombrun C.J., *List of Lists: A Compilation of International Corporate Reputation Ratings*, „Corporate Reputation Review” 2007, vol. 10, nr 2.
- Fuente-Sabaté de la J.M., E. de Quevedo-Puente, *Empirical Analysis of the Relationship between Corporate Reputation and Financial Performance: A Survey of the Literature*, „Corporate Reputation Review” 2003, vol. 6, nr 2.
- Furubotn E.G., R. Richter, *Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics*, The University of Michigan Press, Ann Arbor 2000.
- Greif A., *Contract Enforceability and Economic Institutions in Early Trade: The Maghribi Traders' Coalition*, „The American Economic Review” 1993, vol. 83, nr 3.
- Greif A., *Institutions and the Path to the Modern Economy, Lessons from Medieval Trade*, Cambridge University Press, Cambridge 2006.
- Gruszevska E., *Dezintegracja w zinstytucjonalizowanym świecie*, „Ekonomia i Prawo” 2011, vol. VII.
- Herbig P., J. Milewicz, *To be or not to be ... credible that is: a model of reputation and credibility among competing firms*, „Marketing Intelligence & Planning” 1995, vol. 13, nr 6.
- Hodgson G.M., *Varieties of Capitalism and Varieties of Economic Theory*, „Review of International Political Economy” 1996, vol. 3, nr 3.
- Hodgson G.M., *What Are Institutions?*, „Journal of Economic Issues” 2006, vol. 40.
- Milgrom P.R., D.C. North, B.R. Weingast, *The Role of Institutions in The Revival of Trade: The Law Merchant, Private Judges, and The Champagne Fairs*, „Economics and Politics” 1990, vol. 2, nr 1.
- Morawski W., *Instytucje: oczekiwania i rozczarowania* [w:] red. A. Górny, P. Kaczmarczyk, M. Lesińska, *Transformacje. Przewodnik po zmianach społeczno-ekonomicznych w Polsce*, Scholar, Warszawa 2016.
- Nölke A., A. Vliegthart, *Enlarging the Varieties of Capitalism: The Emergence of Dependent Market Economies in East Central Europe*, „World Politics” 2009, vol. 61, nr 4.
- North D.C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press, Cambridge 1990.
- Ostrom E., *A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action Presidential Address American Political Science Association 1997*, „American Political Science Review” 1998, vol. 92, nr 1.
- Ostrom E., E. Schlager, *The formation of property rights* [w:] *Rights to nature: ecological, economic, cultural and political principles of institutions for the environment*, red. S.S. Hanna, C. Folke, K.-G. Mäler, Island Press, Washington 1996.
- Ostrom E., *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge University Press, Cambridge 1990.

- Pejovich S., *The Economics of Property Rights: Towards a Theory of Comparative Systems*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1990.
- Richman B.D., *How Community Institutions Create Economic Advantage. Jewish Diamond Merchants in New York*, „Law & Social Inquiry” 2006, vol. 31, nr 2.
- Rindova V.P., C.J. Fombrun, *Constructing competitive advantage: The role of firm – constituent interactions*, „Strategic Management Journal” 1999, vol. 20, nr 8.
- Roberts P.W., G.R. Dowling, *Corporate reputation and sustained superior financial performance*, „Strategic Management Journal” 2002, vol. 23, nr 12.
- Sapir A., *Globalization and the Reform of European Social Models*, „Journal of Common Market Studies” 2006, vol. 44, nr 2.
- Schulz N., F. Parisi, B. Depoorter, *Fragmentation in Property: Towards A General Model*, „Journal of Institutional and Theoretical Economics” 2002, vol. 158, nr 4.
- Sztompka P., *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2016.
- Sztompka P., *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.
- Varieties of Capitalism in Post-Communist Countries*, red. D. Lane, M. Myant, Palgrave Macmillan, London 2007.
- Varieties of Capitalism: the Institutional Foundations of Comparative Advantage*, red. P.A. Hall, D. Soskice, Oxford University Press, Oxford 2001.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, Muza, Warszawa 2008.
- Weigelt K., C. Camerer, *Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications*, „Strategic Management Journal” 1988, vol. 9, nr 5.
- Williamson O.E. *Ekonomia kosztów transakcyjnych: naturalne etapy rozwoju*, „Zarządzanie Publiczne” 2015, nr 2.
- Williamson O.E., *Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives*, „Administrative Science Quarterly” 1991, vol. 36, nr 2.
- Williamson O.E., *Economic Institutions: Spontaneous and Intentional Governance*, „Journal of Law, Economics, & Organization” 1991, vol. 7, Special Issue.
- Ząbkowicz A., *Instytucjonalny kontekst funkcjonowania rynku i organizacyjne formy koordynacji jako elementy nowego paradygmatu w ekonomii*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 405.