

**הדינמיקה של מוניטין ומקורותיו  
בהקשרים כלכליים וחברתיים**

חיבור לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה

מאת אמיר באן

הוגש לסנט האוניברסיטה העברית בירושלים  
יולי 2014

עבודה זו נעשתה בהדרכתו של:

נתי ליניאל

## תקציר

מוניטין מודד את אמונתה של חברה באיכותו, או מומחיותו, של גורם, אשר יכול להיות מומחה, מוצר, מסעדה וכיו"ב. לעתים קרובות מקורות המידע היחידים אודות איכות הם המוניטין וניסיון אישי. הנוכל לצפות שהגורם בעל המוניטין הרב ביותר הוא זה בעל האיכות הגבוהה ביותר? בכל נקודה בזמן? בטווח הארוך? מחקרנו על הדינמיקות המחוללות עונים על שתי שאלות אלו בשלילה. מחקרנו מראה שתנאי פתיחה משופרים (יתרון במוניטין) לעתים קרובות מכריעים את הכף על-פני עדיפות באיכות. יתרון זה מוכח ומכומת בתזה הנוכחית. מסתבר שלדינמיקה דמיון רב לזאת של מנועי המלצה ומנועי חיפוש. כמו כן, בשוק רב-מוצרים, נתח שוק הוא בעל זיקה קרובה למוניטין. אבל אם כך הוא הדבר, ואם מוניטין ואיכות אינם משקפים נאמנה זה את זה, האם רציונלי להשתמש במוניטין כאינדיקטור לאיכות? מוכח כאן שהתשובה לשאלה זאת חיובית.

אם מוניטין, במקום להיות ידע כללי, מופץ באמצעות רשת חברתית או גיאוגרפית, שאלות חדשות צצות. רוב המחקרים בתחום הלמידה החברתית מנבאים תמימות-דעים כמצב יציב, ניבוי זה עומד בסתירה לרב-גוניות המעין-יציבה הנצפית בעולמנו. מודל פשוט של מוניטין שאנו מציגים יכול להכיל את הגיוון הנצפה.