

Certification as a Viable Quality Assurance Mechanism: Theory and Suggestive Evidence

Katarína Svítková* and Andreas Ortmann

CERGE-EI**

Abstract

In this paper we address an asymmetric information problem in the fundraising industry, *the fundraising problem*. The problem arises from donors' lack of information about the quality of charities that solicit donations. We focus on one particular solution of this problem, certification, where an independent agency provides a costly signal, a certificate, to charities that can use it to signal their 'high' quality. Our model is a signaling game involving three types of player: donors, charities and a certifier. We compare the decisions and impact of two types of certifier: one profit maximizing and one nonprofit. The assumptions of our model are derived from stylized facts that we distilled from certification systems currently existing in the fundraising industries of some European countries. While the current manuscript is meant to inform the real-world design and implementation of such a system in the Czech Republic and other transition economies, our work complements the literature on certification and provides results that are different from those reported up to now.

JEL Classification: C72, D21

Keywords: experience goods, quality assurance, certification, self-regulation, enforcement

*Email: katarina.svitkova@cerge-ei.cz, andreas.ortmann@cerge-ei.cz

** A joint workplace of the Center for Economic Research and Graduate Education, Charles University, and the Economics Institute of the Academy of Sciences of the Czech Republic.

Address: CERGE-EI, P.O. Box 882, Politických vězňů 7, Prague 1, 11 21, Czech Republic

For insightful questions and comments we thank Marc Bilodeau, Petra Brhlíkova, Dirk Engelmann, Michal Ošatnický, and Richard Steinberg.

Abstrakt

V této práci se zabýváme problémem asymetrické informace v odvětví fundraisingu, tzv. *fundraisingovým problémem*. Tento problém vzniká kvůli nedostatku informací, které mají dárci o kvalitě organizací, kterým poskytují své dary. My se zaměřujeme na jedno konkrétní řešení tohoto problému, certifikaci, kde existuje nezávislá agentura, která fundraisingovým organizacím poskytuje nákladný signál, certifikát. Ty jej můžou využít k signalizaci jejich „vyšší“ kvality. Model je ve formě hry, zahrnující tři typy hráčů: dárci, fundraisingové organizace a certifikátora. Porovnáme rozhodnutí a vliv dvou možných typů certifikátora (maximalizující zisk, anebo neziskový certifikátor). Předpoklady modelu jsou odvozeny na základě faktů o několika certifikačních systémech, které existují v Evropě, které stručně sumarizujeme v úvodu práce. Tato studie doplňuje existující literaturu zabírající se certifikací, uvádí výsledky odlišné od dosavadních, a slouží také jako inspirace reálného, praktického designu certifikačního systému a jeho následné implementace v České republice a jiných tranzitivních ekonomikách.