

# Report on Master Thesis

Institute of Economic Studies, Faculty of Social Sciences, Charles University in Prague

<b>Student:</b>	<b>Bc. Veronika Machová</b>
<b>Advisor:</b>	<b>doc. Martin Gregor, PhD.</b>
<b>Title of the thesis:</b>	<b>Non-equity Crowdfunding: Funding Success and Dynamics on Hithit</b>

Práce zkoumá přispívání na non-equity crowdfundingové projekty na platformě Hithit, pro které je typický předem stanovený peněžní cíl a délka trvání kampaně. Přispěvatelé mohou být motivováni jednak snahou podpořit konkrétní projekt (s charakteristikami veřejného statku), ale zároveň nabízenými odměnami.

Hypotézy zkoumané v diplomové práci jsou následující:

- (1) Délka kampaně negativně ovlivňuje úspěšnost kampaně.
- (2) Projekty, které nabízejí soukromé odměny vysoké hodnoty mají větší šanci uspět.
- (3) Výše denního příspěvku je pozitivně a silně vázána na nedávné marketingové aktivity na sociálních sítích.
- (4) Výše denního příspěvku je negativně vázána na dosavadní úroveň profinancování projektu.
- (5) V konečné fázi projektu je efekt (4) méně silný.

Analýza je provedena na dvou souborech dat, první z nich byl poskytnut portálem Hithit a obsahuje 2023 pozorování za období listopad 2012 až červen 2018. Druhý soubor dat obsahuje údaje o 56 projektech na portálu Hithit v období od září 2018 do ledna 2019. Druhý dataset autorka posbírala manuálně, včetně informací o aktivitě jednotlivých projektů na Facebooku. Tento dataset obsahuje pouze kampaně, které publikovaly na Facebooku alespoň jednu zprávu.

V kapitole 7 autorka zkoumá determinanty úspěšnosti projektu pro oba soubory dat. Dostatečně odůvodňuje výběr probit modelu a popisuje úskalí jeho použití. Pro dataset poskytnutý portálem Hithit vychází signifikantní a očekávané výsledky. Pro druhý dataset jsou výsledky se stejnou specifikací modelu nesignifikantní. Autorka přidává do modelu proměnnou Private prizes coefficient, což vede ke zlepšení modelu. Private prizes value je autorkou odhadovaná tržní cena odměn poskytovaných přispěvatelům. Model s Private prizes coefficient potom indikuje stejné výsledky jako první model u proměnných Goal a Reward categories. Private prizes coefficient je negativně korelován s úspěchem projektu na 5% hladině. Poslední model zahrnuje i marketingové aktivity (aktivitu na Facebooku) a dle očekávání má tato proměnná pozitivní efekt (na 1% hladině). Proti očekávání je v tomto modelu proměnná Length kladná a statisticky signifikantní na 10% hladině.

V kapitole 8 využívá autorka model fixních efektů ke zkoumání dynamiky financování. Pro soubor 56 projektů analyzuje, jak jsou přispěvatelé ovlivněni minulou úrovní financování projektu a jak na tento vztah dopadá blížící se konec kampaně. Dále odpovídá na otázku, zda marketingové aktivity na Facebooku ovlivňují financování.

Hypotéza (4) je potvrzena na 10% hladině a je potvrzeno, že v posledním týdnu podporovatelé přispívají významně více.

V průběhu obhajoby doporučuji diskutovat výsledky modelu pro proměnnou First week a výsledky prezentované v Tabulce 8.2.

Po formální stránce je práce kvalitně zpracovaná a nemám k ní připomínek.

Celkově je práce kvalitně zpracovaná a doporučuji ji hodnotit stupněm B.

# Report on Master Thesis

Institute of Economic Studies, Faculty of Social Sciences, Charles University in Prague

<b>Student:</b>	<b>Bc. Veronika Machová</b>
<b>Advisor:</b>	<b>doc. Martin Gregor, PhD.</b>
<b>Title of the thesis:</b>	<b>Non-equity Crowdfunding: Funding Success and Dynamics on Hithit</b>

**SUMMARY OF POINTS AWARDED** (for details, see below):

<b>CATEGORY</b>	<b>POINTS</b>
<i>Contribution</i> (max. 30 points)	26
<i>Methods</i> (max. 30 points)	26
<i>Literature</i> (max. 20 points)	16
<i>Manuscript Form</i> (max. 20 points)	20
<b>TOTAL POINTS</b> (max. 100 points)	<b>88</b>
<b>GRADE</b> (A – B – C – D – E – F)	<b>B</b>

**NAME OF THE REFEREE:**

**DATE OF EVALUATION:** 4.6.2019



---

**Referee Signature**

