

Crowdfunding se stává čím dál oblíbenější formou financování nových projektů. Tato práce se zaměřuje na faktory ovlivňující úspěšnost projektu z pohledu zakladatele. Analýzou poskytnutých dat jednou z nejznámějších českých crowdfundingových platforem potvrzujeme či odmítáme hypotézy, které jsou zaběhnuté ve studiích zaměřujících se na odměnový crowdfunding v celosvětovém měřítku pro případ České republiky. Nejprve byla použita logistická regrese k zjištění faktorů, které ovlivňují pravděpodobnost úspěšného zafinancování projektu. Dále používáme metodu nejmenších čtverců a jako nezávislou proměnnou volíme celkové procento zafinancování namísto stručnější binární proměnné v logit modelu. Nalézáme signifikantně pozitivní vztah mezi úspěchem projektu a následujícími faktory: prezencí videa, zakladatelovou lokací ve větším městě, kratší dobou trvání kampaně, počtem odměn a aktualit a projekty v kategorii vzdělání. V závěru nabízíme další možnosti pro budoucí výzkum.