

## Abstrakt

Tato diplomová práce analyzuje unikátní mikrodata největší reward-based crowdfundingové platformy v České republice s využitím nástrojů textové analýzy. Práce zkoumá, jaké atributy crowdfundingových kampaní (spolu se stylem jazyka v popiscích projektů) výrazně ovlivňují jejich úspěšné zafinancování. Empirická analýza kombinuje výsledky Bayesovského průměrování modelů a logistické regrese. Výsledky odhalují, že styl jazyka v popiscích projektů nemá významnou výpovědní hodnotu. Dále výsledky analýzy indikují, že krátké video, velikost požadované částky nebo počet přispěvatelů u každé z kampaní signifikantně ovlivňují zafinancování projektu, což je v souladu s existující literaturou. Co se dále prokázalo jako pravdivé, je fakt, že kategorie, do které je projekt zařazen, hraje významnou roli. Je však nutné zdůraznit skutečnost, že výsledky neimplikují kauzalitu, tzn. že výše identifikované faktory nestojí za rozhodnutím přispěvatelů danou kampaň financovat.

**Klasifikace JEL**

G23

**Klíčová slova**

crowdfunding, odměny, determinanty úspěchu,  
natural language processing

**E-mail autora**

t.hudcova@gmail.com

**E-mail vedoucího práce**

polakpet@gmail.com