

Abstrakt v českém jazyce.

Tato práce slouží jako úvod do problematiky zkoumání sociologických aspektů motivace investování v crowdfundingu. Na základě rešerše dostupné literatury a vlastního kvalitativního výzkumu na projektantech text popisuje základní vnitřní mechanismy crowdfundingové kampaně. Zjištěné mechanismy odhalují jednotlivé aspekty motivace. Práce vytváří hypotézu o rozdělení těchto motivačních aspektů do dvou hlavních dimenzí, sociální dimenze zakládající se na teorii sociální směny a ekonomické dimenze založené na teorii racionální volby. Práce tuto hypotézu testuje na základě kvantitativního šetření investorů. Hypotéza nemohla být na základě získaných dat přijata, přestože výzkum potvrdil, že nalezené motivátory jsou signifikantní při rozhodování investorů. Další vyhodnocení sebraných dat posloužila k nalezení pěti dimenzí aspektů motivace, které jsou v práci popsány.