

Abstrakt

Crowdfunding je nový a oblíbený způsob financování startupů, projektů nebo nápadů prostřednictvím malých investic od velkého počtu lidí. Existují čtyři typy crowdfundingu, včetně nedávno vzniklého hybridního crowdfundingu. Hybridní crowdfunding je nastupující model, který v sobě spojuje rysy různých typů crowdfundingu a má příležitost poskytnout kombinaci výhod v podobě smíšených výnosů. Práce analyzuje potenciál hybridního crowdfundingu, který kombinuje crowdfunding založený na vlastním kapitálu a na odměnách, poskytovat jasné informační signály od přispěvatelů tvůrcům projektů v uměleckém průmyslu. Pomocí základního modelu a jeho rozšíření, založeného na motivačním mechanismu pravdivých informací a metodě Becker-DeGroot-Marschak (BDM) v konjunkturální analýze, výzkum ukazuje, že lze navrhnout pobídky před nákupem a finanční návratnost tak, aby přesně odrážely ochotu přispěvatelů platit (WTP) a zajistily, že přispěvatelé budou ochotni se do mechanismu smíšeného crowdfundingu zapojit. Navrhovaný mechanismus je velmi přímočarý, aplikovaný v základních nastaveních, což umožňuje jeho změnu přidáním různých nastavení, předpokladů a podmínek. Tato studie nabízí jedinečný průzkum hybridního crowdfundingu a vytváří základ pro budoucí výzkum, který by se tímto fenoménem zabýval hlouběji, například zkoumáním dlouhodobých důsledků hybridního crowdfundingu.

Klasifikace JEL D26, G23, L26, M31

Klíčová slova Inovace, crowdfunding, kreativní práce, podnikatelské financování, marketing

Název práce Hybridní crowdfunding v uměleckém průmyslu v Evropě