

Obsah

Úvod	9
1. Odras tématiky podnikání v literatuře	11
1.1 Obecně	11
1.2 Teorie, školy, autoři	12
1.3 Tematická analýza	13
1.3.1 Neoklasická ekonomie	13
1.3.2 Schumpeterův podnikatel	13
1.3.3 Kirznerův podnikatel	14
1.4 Závěry	17
2. Obecná teoretická východiska	18
2.1 Tržní proces versus tržní rovnováha	18
2.2 Znalosti a jejich úloha při tržní koordinaci ekonomických aktivit	19
2.3 Trh jako proces podnikatelského objevování	21
2.4 Konkurenční trh a podnikání	22
3. Potřeba a vývoj teorie podnikání	25
3.1 Úvod	25
3.2 Teorie firmy v ekonomii	26
3.3 Teorie podnikání	26
3.4 Nezbytnost propojení teorie firmy a teorie podnikání	27
3.5 Přístupy k teorii podnikání	28
4. Podnikání a podnikatel	31
4.1 Úvod	31
4.2 Podnikatel jako oportunista	31
4.3 Podnikatel jako arbitr	31
4.4 Podnikatel jako inovátor	32
4.5 Podnikatel jako rozhodovatel	33
4.6 Baumol a role pobídek	33
4.7 Podnikání, ekonomický růst a rozvoj	33
5. Příležitosti a jejich objevování	36
5.1 Úvod	36
5.2 Kirzner a jeho přístup založený na objevování podnikatelských příležitostí	36
5.3 Kritika přístupu objevování příležitostí	37
5.4 Manažerské přístupy k formování příležitostí	38
5.5 Realistický přístup k tvorbě podnikatelských příležitostí	38
5.6 Konstruktivistický přístup k tvorbě podnikatelských příležitostí	39
5.7 Evolučně realistický přístup k tvorbě podnikatelských příležitostí	40
5.8 Dílčí závěr	42
6. Od objevení příležitosti k posouzení a využití	43
6.1 Úvod	43
6.2 Co je to posouzení?	43
6.2.1 Vlastnosti posuzovatele	44
6.2.2 Metody zvládnání nejistoty	45
6.2.3 Posouzení a jednotka podnikatelské analýzy	45
6.3 Využití příležitostí	46
6.3.1 Formulace problému	46

6.3.2	Analýza proveditelnosti podnikatelské příležitosti	46
6.3.3	Rozhodnutí o využití příležitosti	48
6.3.4	Organizační formy vznikající z podnikatelských příležitostí	48
7.	Příležitosti a jejich operacionalizace	51
7.1	Úvod	51
7.2	Vznik příležitostí	51
7.3	Zdroje příležitostí	53
7.3.1	Technologické změny	53
7.3.2	Politické a regulační změny	53
7.3.3	Sociální a demografické změny	54
7.4	Formy příležitostí	54
7.5	Dílčí závěr	55
8.	Poznávací a individuální charakteristiky podnikání	56
8.1	Úvod	56
8.2	Podstata a omezení lidského poznání	56
8.3	Kognitivní chyby jako potencionální nebezpečí pro podnikatele	57
8.4	Faktory, které podporují kreativitu	59
8.5	Individuální charakteristiky, které ovlivňují podnikatelský proces	61
9.	Makroekonomický a oborový kontext podnikání	63
9.1	Úvod	63
9.2	Makroekonomické prostředí a jeho složky	63
9.2.1	Politické prostředí a jeho vliv na využití příležitostí	64
9.2.2	Ekonomické prostředí a jeho vliv na využití příležitostí	65
9.2.3	Sociální prostředí a jeho vliv na využití příležitostí	66
9.2.4	Technologické prostředí a jeho vliv na využití příležitostí	66
9.3	Oborové prostředí a jeho faktory	67
9.3.1	Existence odvětvových rozdílů a jejich vliv na využití příležitostí	67
9.3.2	Struktura odvětví	67
9.3.3	Poptávka na trhu	68
9.3.4	Podmínky vědeckých poznatků	69
9.3.5	Životní cykly odvětví	69
9.3.6	Podpůrné faktory	70
9.4	Shrnutí	70
10.	Akvizice klíčových zdrojů	72
10.1	Úvod	72
10.2	Problémy akvizice zdrojů za nejistoty a informační asymetrie	72
10.3	Finanční zdroje	73
10.3.1	Typy finančních zdrojů	74
10.3.2	Nástroje k ochraně zájmů investorů	77
10.4	Lidské zdroje	79
10.4.1	Budování silného zakladatelského týmu	80
10.4.2	Poznávací heterogenita zakladatelského týmu	80
10.4.3	Získávání vynikajících zaměstnanců	81
10.5	Další zdroje	82
10.5.1	Sociální síť	82
10.5.2	Chování a akce	83
10.5.3	Indikátory kvality	84
10.6	Dílčí závěr	85

11. Strategický kontext podnikání	86
11.1 Úvod	86
11.2 Strategie budování konkurenční výhody	87
11.3 Strategie dosahování růstu za nejistoty a informační asymetrie	88
11.3.1 Endogenní strategie	90
11.3.2 Exogenní strategie	91
11.4 Podnikatelská orientace	92
11.5 Dílčí závěr	93
12. Organizační kontext podnikání	94
12.1 Úvod	94
12.2 Plánování a improvizace	94
12.2.1 Role plánování	94
12.2.2 Důvody vytvoření podnikatelského plánu	95
12.2.3 Klíčové části podnikatelského plánu	96
12.3 Způsoby využití podnikatelské příležitosti	96
12.3.1 Rozhodnutí objevitele příležitosti o jejím využití	97
12.3.2 Rozhodnutí hierarchie versus trh	98
12.4 Vytvoření nové firmy	99
12.5 Dílčí závěr	100
13. Hodnotící ukazatele podnikání	101
13.1 Východiska empirického výzkumu	101
13.1.1 Přístup a metodika empirického výzkumu	101
13.1.2 Postup empirického výzkumu	102
13.1.3 Dotazník a jeho struktura	102
13.1.4 Okolnosti expertního dotazníkového šetření	105
13.2 Statistická analýza výsledků expertního dotazníkového šetření	106
13.2.1 Test spolehlivosti dotazníkového šetření dle Cronbachova α	106
13.2.2 Vyhodnocení faktorů dílčích procesů A a B	107
13.2.3 Vyhodnocení skupin faktorů A3, A2, B3, B2	108
13.2.4 Vyhodnocení vybraných tvrzení z dotazníkového šetření	109
13.3 Korelační analýza	111
13.4 Faktorová analýza výsledků dotazníkového šetření	111
13.4.1 Faktorová analýza pro proces objevování a využívání příležitostí (A, B)	112
13.4.2 Faktorová analýza pro dílčí skupiny faktorů A11 až B34	114
13.5 Shrnutí	116
14. Od teorie podnikání k podnikatelskému procesu	119
14.1 Úvodní poznámky	119
14.2 Podnikatelský proces jako dynamický sled podnikatelských aktivit	119
14.3 Dva přístupy v podnikatelském procesu: Schumpeterův a Kirznerův	121
14.4 Metodické poznámky k modelovému přístupu k podnikatelskému procesu	121
14.5 Symboly použité u vývojového diagramu podnikatelského procesu	122
15. Model podnikatelského procesu	125
15.1 Vývojový diagram podnikatelského procesu	125
15.2 Popis modelu podnikatelského procesu	129
15.2.1 S – Spouštěcí impuls procesu	129
15.2.2 Krok K1 – Hypotéza o nevyužití podnikatelské příležitosti	129
15.2.3 Krok K2 – Idea o podnikatelské příležitosti (PP)	130
15.2.4 Krok K3 – Vyhodnocení ideje o podnikatelské příležitosti	131

15.2.5	R1 – Vyhodnocení ideje	132
15.2.6	Krok K4 – Vyhodnocení podnikatelské příležitosti	133
15.2.7	R2 – Rozhodnutí o způsobu hodnocení	136
15.2.8	Krok K5 – Instrumentální hodnocení podnikatelské příležitosti	137
15.2.9	R3 – Rozhodnutí o dalším hodnocení	138
15.2.10	Krok K6 – Hodnocení legitimacy podnikatelské příležitosti	138
15.2.11	Krok K7 – Rozhodování o využití podnikatelské příležitosti	140
15.2.12	R4 – Rozhodnutí o využití podnikatelské příležitosti	141
15.2.13	Krok K8 – Transformace podnikatelské příležitosti do reality	141
15.2.14	Krok K9 – Akvizice finančních zdrojů	145
15.2.15	Krok K10 – Akvizice ostatních zdrojů	149
15.2.16	Krok K11 – Strategie využití podnikatelské příležitosti	151
15.2.17	R5 – Rozhodnutí o vytvoření firmy nebo prodeji podnikatelské příležitosti	153
15.2.18	Krok K12 – Organizování zdrojů do výstupů prostřednictvím firmy	153
15.2.19	Krok K13 – Organizování prodeje podnikatelské příležitosti na trhu	158
15.2.20	Krok K14 – Rutinní využívání podnikatelské příležitosti	161
15.2.21	Krok K15 – Realizace prodeje podnikatelské příležitosti	163
15.2.22	R6 – Rozhodnutí o situaci firmy	164
15.2.23	Krok K16 – Bilancování dalšího osudu firmy	164
15.2.24	R7 – Rozhodnutí o změně	167
15.2.25	Krok 17 – Realizace změny	167
15.2.26	R8 – Rozhodnutí o ukončení činnosti firmy	168
15.2.27	R9 – Rozhodnutí o zániku firmy	169
15.2.28	Krok K18 – Reorganizace firmy	169
15.2.29	Krok K19 – Organizování zániku firmy	170
15.2.30	Z – Ukončovací impuls procesu	171

Závěr	172
Literatura	174
Seznam zkratk	185
Resumé	186
Resume	187
Seznam tabulek	189
Seznam obrázků	190
Rejstřík	191
Přílohy	195