

# Obsah

---

Úvod .....	9
<b>1. Odras tématiky podnikání v literatuře .....</b>	<b>11</b>
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
<b>2. Obecná teoretická východiska .....</b>	<b>18</b>
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
<b>3. Potřeba a vývoj teorie podnikání .....</b>	<b>25</b>
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
<b>4. Podnikání a podnikatel .....</b>	<b>31</b>
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
<b>5. Příležitosti a jejich objevování .....</b>	<b>36</b>
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
<b>6. Od objevení příležitosti k posouzení a využití .....</b>	<b>43</b>
6.1 Úvod .....	43
6.2 Co je to posouzení? .....	43
6.2.1 Vlastnosti posuzovatele .....	44
6.2.2 Metody zvládání 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
<b>7.</b>	<b>Příležitosti a jejich operacionalizace</b>	<b>51</b>
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
<b>8.</b>	<b>Poznávací a individuální charakteristiky podnikání</b>	<b>56</b>
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
<b>9.</b>	<b>Makroekonomický a oborový kontext podnikání</b>	<b>63</b>
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
<b>10.</b>	<b>Akvizice klíčových zdrojů</b>	<b>72</b>
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 sítě	82
10.5.2	Chování a akce	83
10.5.3	Indikátory kvality	84
10.6	Dílčí závěr	85

<b>11. Strategický kontext podnikání</b>	<b>86</b>
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
<b>12. Organizační kontext podnikání</b>	<b>94</b>
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
<b>13. Hodnotící ukazatele podnikání</b>	<b>101</b>
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 $\alpha$	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
<b>14. Od teorie podnikání k podnikatelskému procesu</b>	<b>119</b>
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
<b>15. Model podnikatelského procesu</b>	<b>125</b>
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
<b>Závěr</b>		<b>172</b>
<b>Literatura</b>		<b>174</b>
<b>Seznam zkratk</b>		<b>185</b>
<b>Resumé</b>		<b>186</b>
<b>Resume</b>		<b>187</b>
<b>Seznam tabulek</b>		<b>189</b>
<b>Seznam obrázků</b>		<b>190</b>
<b>Rejstřík</b>		<b>191</b>
<b>Přílohy</b>		<b>195</b>