

OBSAH

1 VÝZKUM A VÝUKA PODNIKÁNÍ	8
1.1 Co je to podnikání?	8
1.2 Proč zkoumáme podnikání pomocí případových studií?	10
1.3 Je výzkum pomocí případových studií vědeckou činností?	10
1.4 Pravdivost případových studií	12
1.5 Výuka případových studií na univerzitách	14
1.6 Přenositelnost praktické zkušenosti	15
1.7 Může se každý stát podnikatelem a vynálezcem?	15
1.7 Může se každý stát podnikatelem a vynálezcem?	16
2 VYBRANÉ KONCEPTY PODNIKÁNÍ.....	19
2.1 Ekonomika jako bouřkový mrak	19
2.2 Klíčové prvky začínající podnikatelské činnosti.....	20
2.3 Zdroje: Finanční zdroje	21
2.4 Podnikatelská příležitost.....	23
2.5 Okno podnikatelské příležitosti.....	27
2.6 Vstup a výstup z podnikání	29
2.7 Okno ekonomické životaschopnosti podniku.....	33
2.8 Vliv prostředí na podnikatelský úspěch a neúspěch.....	37
2.9 Stádia růstu podniku	41
2.10 Rozhodování podnikatelů a manažerů	43
2.11 Některé specifické poznatky.....	47
2.12 Faktory úspěchu v podnikání	48

3 STUDENTSKÉ PŘÍPADOVÉ STUDIE	50
3.1 Automobily	50
Autobazar Turbo	50
SRBA SERVIS, s. r. o.	54
Sport Design, s. r. o.	58
Autodoprava LV Trans, s. r. o.	59
Autoopravář bez formální kvalifikace	61
Pneuservis s ojetými pneumatikami	63
3.2 Cestovní kancelář	65
Brněnské cestovní centrum	65
3.3 Družstevní forma podnikání	67
Družstvo X	67
3.4 Hotely a penzióny	70
Penzión a hotel	70
3.5 Internet a IT - tzv. nová ekonomika	72
Fusion Internet s. r. o.	72
Operace Flashpoint	74
3.6 Obchod a velkoobchod	76
Prodej malotraktorů v Jižní Africe	76
UNIOB	78
3.7 Ostatní služby menšího rozsahu	80
Trafika paní R.	80
Boty, s. r. o.	81
Zubní laborant	83
Květinářství	84
Elektrocentrum	85
Bytové centrum	87
Zpracování účetních dat a daňové poradenství	89
DAXPOL s. r. o. - dřevovýroba	92
D&Z Chemie s. r. o.	96
3.9 Zábava	97
Kino, herna s pivnicí a zahrádka	97
Bilancování minulosti a výhled	98
Koncertní agentura	100
Od pojízdného pianu k umělecké agentuře	101
Závěr	102
Seznam studentů VŠP Ostrava,	103
Seznam literatury	104
Zkrácený recenzní posudek	105
Autor	106