

## תוכן העניינים

8	מאת המחבר
13	חלק ראשון: ההזדמנות העסקית
15	פרק 1: ההזדמנות העסקית וזיהויה
15	הגדרת "הזדמנות"
17	"הזדמנות יזמית"
20	"חלון הזדמנויות"
22	פרדיגמה והזדמנות עסקית
25	פרק 2: הערכת ההזדמנות העסקית
35	פרק 3: תהליך היצירה של הזדמנות עסקית
35	הגורמים המשפיעים על יצירת ההזדמנות העסקית
40	שלבי תהליך היצירה של הזדמנות עסקית
49	פרק 4: מדדים להצלחתה של הזדמנות עסקית
53	פרק 5: רכישת עסק קיים כהזדמנות עסקית
53	רכישת עסק קיים - נושאים מרכזיים לבהינה
56	רכישת עסק קיים - דרכים למימון הרכישה
57	רכישת עסק קיים מול הקמת עסק חדש
61	חלק שני: בניית אסטרטגיה עסקית למיזם
63	פרק 6: מהי אסטרטגיה עסקית?
67	פרק 7: החזון והייעוד של היזם (והמיזם)
67	חזון
70	ייעוד
75	פרק 8: גיבוש יעדים
75	סוגי יעדים
76	קביעת יעדים
81	פרק 9: יתרון תחרותי ומקורותיו
85	פרק 10: בנייתה של אסטרטגיה עסקית למיזם
107	פרק 11: הגישה "הרציונאלית" מול הגישה "הרגשית" באסטרטגיה

115	חלק שלישי: בניית תכנית עסקית למיזם
117	פרק 12: מהי תכנית עסקית?
121	פרק 13: מטרת התכנית העסקית
127	פרק 14: מבנה התכנית העסקית ותוכנה
133	פרק 15: המאפיינים של תכנית עסקית אפקטיבית
141	חלק רביעי: היזם והמיזם
143	פרק 16: מהו יזם?
143	הגדרת "יזם"
145	מאפייני היזם
150	כישורים נדרשים ליזם
153	פרק 17: השפעת היזם על העסק
153	הטמעת ערכים ותרבות ארגונית בעסק
157	הטמעת חדשנות בעסק
160	הטמעת אתיקה ואחריות חברתית בעסק
167	חלק חמישי: יזמים שהצליחו (ניתוח חקרי מקרה)
169	פרק 18: מבוא
171	פרק 19: העסקים והיזמים - תיאור וניתוח
241	ביבליוגרפיה