

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział I. Strategia rozwoju firm z przemysłu włókienniczo-odzieżowego....	14
1. Pojęcie i istota strategii.....	14
2. Czynniki ryzyka w budowie strategii rozwoju organizacji związane z otoczeniem zewnętrznym	22
2.1. Analiza makrootoczenia firmy	22
2.1.1. Czynniki ekonomiczne	23
2.1.2. Czynniki polityczno-prawne.....	37
2.1.3. Polityka państwa dotycząca ochrony środowiska.....	51
2.1.4. Czynniki społeczno-kulturowe	56
2.1.5. Czynniki demograficzne	57
2.1.6. Czynniki technologiczne; polityka proinnowacyjna Unii Europejskiej i państwa polskiego w stosunku do branży tekstylna-odzieżowej	59
2.1.7. Otoczenie konkurencyjne firmy; ryzyko związane z konkurencją innych podmiotów.....	67
2.2. Narzędzia budowy strategii rozwoju firmy; audyt technologiczny, analiza SWOT.....	68
2.3. Przykład strategicznej analizy SWOT firmy „PRZYKŁAD”	71
3. Charakterystyka rynku wyrobów włókienniczych	77
4. Strategia rozwoju firm włókienniczo-odzieżowych zaliczanych do grupy dysponującej potencjałem innowacyjnym.....	86
4.1. Zarządzanie strategiczne.....	86
4.2. Założenia strategii rozwoju firm sektora MŚP	87
4.3. Analiza SWOT dla firm produkcyjnych sektora MŚP dysponujących potencjałem innowacyjnym jako narzędzie budowy strategii ich rozwoju....	88
4.3.1. Zewnętrzne pozytywne – szanse	89
4.3.2. Zewnętrzne negatywne – zagrożenia.....	90
4.3.3. Wewnętrzne pozytywne – silne strony – atuty firm sektora MŚP o potencjale innowacyjnym	109
4.3.4. Wewnętrzne negatywne – słabe strony.....	114
4.3.5. Wewnętrzne pozytywne strony firmy – szanse	126
4.3.6. Wewnętrzne negatywne strony firmy – zagrożenia.....	135
5. Strategia rozwoju firm włókienniczych.....	149
5.1. Strategia rozwoju firm włókienniczych o horyzoncie krótkookresowym	150
5.2. Strategia rozwoju firm włókienniczych o horyzoncie długookresowym	158
5.2.1. Kierunek rozwoju dotychczas wytwarzanych produktów	162
5.2.2. Rozwój technicznych materiałów włókienniczych.....	164
5.2.3. Indywidualizacja produktu i elastyczne systemy produkcji	170

5.3. Nowe systemy edukacji kadr dla przemysłu włókienniczego	172
5.4. Strategia rozwoju kadr	175
6. Finansowanie działań rozwojowych firm	175
6.1. Finansowanie prac rozwojowych	175
6.2. Strategia finansowania rozwoju organizacji	187
7. Strategia zarządzania	192
8. Strategia dystrybucji wyrobów włókienniczo-odzieżowych	193

Rozdział II. Kierunki rozwoju technologii wytwarzania tekstyliów przez krajowy przemysł włókienniczy

1. Technologie nadające materiałom włókienniczym nowe właściwości	199
1.1. Integracja inteligentnych elementów w materiałach włókienniczych, w tym elektroniki, informatyki, inżynierii materiałowej z wykorzystaniem wiedzy z obszaru automatyki i metrologii	199
1.2. Zastosowania wielokierunkowych metod modyfikacji powierzchniowej lub przestrzennej wyrobów włókienniczych	208
1.3. Zastosowanie technologii nanoszenia na materiały włókiennicze cienkich i sprężystych powłok będących rezultatem przerobu materiałów syntetycznych, pełniących funkcje filtra, który oddziela dwie fazy i selektywnie ogranicza transport w przestrzeni włókien różnych substancji chemicznych	213
1.4. Materiały przemiany fazowej	221
1.5. Technologie laminacji w procesie budowy nowych struktur wyrobów włókienniczych	227
1.6. Nanotechnologie we włókiennictwie	231
1.7. Technologie fizycznej obróbki powierzchni materiałów polimerowych	257
2. Nowej generacji przędze, włókna, nanowłókna, w tym inkorporowane materiałami zmieniającymi ich podstawowe właściwości	268
3. Nowe technologie wytwarzania wyrobów kompozytowych	281
4. Biotechnologia we włókiennictwie	300
5. Innowacyjne rozwiązania procesowe pozwalające na obniżenie kosztów wytwarzania	301
5.1. Nowe technologie wytwarzania teksturowanych przędz poliestrowych o grubości 1000-1700 dtex z polimerów poliestrowych wtórnych w tym pochodzących z recyklingu poliestrów włóknotwórczych z dodatkiem poliestrów amorficznych	301
5.2. Zmniejszenie w procesach technologicznych zużycia wody, obniżenie jej wpływu na jakość wyrobów włókienniczych oraz emisji zanieczyszczeń do wody	310
6. Techniki i technologie uznane za BAT w przemyśle włókienniczym	315
7. Trendy rozwoju technologii włókienniczych w Polsce	321

Rozdział III. Kierunki polityki samorządu województwa łódzkiego wspierające rozwój przemysłu włókienniczego w ramach specjalizacji regionalnej – promocja przemysłu włókienniczego i odzieżowego jako podstawowy warunek dla jego rozwoju.....	325
1. Miejsce przemysłu włókienniczego i odzieżowego w strategii miasta Łodzi i województwa łódzkiego	325
2. System rozwoju produktów oraz transferu wiedzy i technologii w teorii i praktyce	331
2.1. Zaawansowane usługi doradcze proinnowacyjne świadczone na rzecz przemysłu	331
2.2. Edukacja jako podstawowy czynnik rozwoju przemysłu włókienniczego i odzieżowego.....	337
2.3. Platforma transferu wiedzy.....	340
2.4. Centrum doskonalenia zawodowego, inkubacji pomysłów i zaawansowanego doradztwa specjalistycznego, transferu wiedzy i technologii oraz wspierania rozwoju produktów na poziomie organizacji gospodarczych	342
3. Promocja przemysłu włókienniczego i odzieżowego.....	350
3.1. Ocena stanu promocji przemysłu łódzkiej metropolii	350
3.2. Koncepcja promocji przemysłu włókienniczego i odzieżowego w regionie łódzkim	352
3.3. Inkubator Mody instytucjonalnym rozwiązaniem procesu promocji przemysłu włókienniczego i odzieżowego oraz Łodzi jako centrum mody	354
3.3.1. Inkubator Mody – streszczenie działań podjętych w ramach I edycji wdrażania do praktyki gospodarczej projektu Europejskiego Centrum Mody Młodzieżowej.....	354
3.3.2. Cele Inkubatora Mody	357
3.3.3. Działania realizowane w ramach Inkubatora Mody	359
3.3.4. Warunki stworzenia i funkcjonowania Inkubatora Mody	361
3.3.5. Zdolności Inkubatora Mody jako Centrum Europejskiej Mody Młodzieżowej do wykreowania marki wyrobów odzieżowych sektora MŚP	365
3.3.6. Zakres powiązań instytucjonalnych instytucji tworzących Inkubator Mody oraz znaczenie dla jego funkcjonowania Konsorcjum Handlowego	370
3.3.7. Beneficjenci projektu.....	371
3.3.8. Podsumowanie.....	372
Bibliografia.....	374