

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Теоретичні аспекти та сутність процесу формування інноваційної стратегії підприємства.....	7
1.2. Становлення і розвиток поглядів на інновації та їх особливості для швейних підприємств.....	32
1.3. Системний підхід до вибору сучасних сегментів ринку брендового одягу при формуванні інноваційної стратегії швейних підприємств.....	54
Розділ 2. ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	74
2.1. Особливості розвитку швейних підприємств та рівень їхньої інноваційної активності.....	74
2.2. Економіко-правове забезпечення інноваційної діяльності підприємств та регулювання інтелектуальної власності в Україні.....	91
2.3. Методичні основи формування інноваційної стратегії швейного підприємства на ринку брендового одягу.....	109
Розділ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	138
3.1. Вибір інноваційних стратегій швейних підприємств з використанням експертної системи «Універсальний експерт» з базою даних Fashion Strategy.....	138
3.2. Розробка заходів щодо реалізації інноваційних стратегій швейних підприємств.....	149
3.3. Оцінка заходів з реалізації інноваційних стратегій швейних підприємств.....	164
ВИСНОВКИ.....	177
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	185
ДОДАТКИ.....	205