

OBSAH

Poděkování	7
Úvod	9
1 Management lidského potenciálu při vytváření spotřebitelské hodnoty ...	11
1.1 Hodnotový pohled na produkt – systémová představa	11
1.2 Úloha lidského zdroje při inovaci produktu	16
1.3 Plán predikce zásob dokončené produkce	22
1.4 Řízení pracovního výkonu prostřednictvím modelu mentální práce ...	24
1.5 Odměňování pracovníků – účelnost, výše a frekvence odměny	27
1.5.1 Optimální frekvence odměny	29
2 Vytváření konkurenceschopného produktu	35
2.1 Hodnocení konkurenčního potenciálu produktu	35
2.2 Management inovací spotřebitelské hodnoty produktu	47
2.7.2 Návrh expertního systému pro řízení revitalizace hodnoty produktu	50
2.3 Odhalení redundantních faktorů unikátního produktu	59
2.4 Účelnost unikátního produktu podle zákaznických preferencí	67
2.5 Využití informačního šumu k získání nové znalosti	79
2.6 Ontogeneze v organizaci znalostí jako klíčový faktor úspěšné inovace	81
2.7 Cena informace	89
3 Produkční systém v řízení kvality	99
3.1 Současné vymezení fenoménu kvality	99
3.2 Management výrobních operací	103
3.3 Ekonomické hodnocení investice do inovace (produkčního zařízení)	114
3.4 Produkční systém v řízení kvality	119
3.5 Odhad cash-flow bez existence retrospektivního období	131
3.5.1 Teoretické podklady pro tvorbu modelu predikce cash-flow ...	132
3.5.2 Popis reality modelu	136

4	Statistická regulace kvality produkce	152
4.1	Znaky jakosti	157
4.2	Analýza kvality produkčního procesu	159
4.3	Analýza stability produkční kvality	162
4.4	Statistická regulace kvality produktů	168
4.5	Statistická regulace kvality pro individuální hodnoty	177
5	Dodatek	189
5.1	Příloha 1	189
5.2	Příloha 2	195
5.3	Příloha 3	198
5.4	Příloha 4	200
	Abstrakt	203
	Abstract	204
	Literatura	205
	Seznam obrázků	208
	Seznam tabulek	210
	Rejstřík	212