

OBSAH

ÚVOD	5
1 KONCEPT CELOŽIVOTNÍ HODNOTY ZÁKAZNÍKA VE STRATEGICKÉM ŘÍZENÍ FIREM - SHRNUTÍ SOUČASNÉHO STAVU	5
1.4 Cíle výzkumu	5
1.5 Způsob dosažení cílů disertace.....	7
2 TEORETICKÁ ČÁST.....	8
2.1 Teoretický přístup.....	8
2.2 Teoretická východiska výzkumu.....	9
2.3 Teorie nákladů a přínosů.....	9
2.4 Současná teorie CLV.....	11
2.4.1 Stanovení hodnoty CLV	11
3 VÝZKUM CELOŽIVOTNÍ HODNOTY INTERNÍHO ZÁKAZNÍKA	13
3.1 Cíle výzkumu	13
3.2 Realizace výzkumu	16
3.3 Popis výzkumu.....	16
4 VYHODNOCENÍ VÝZKUMU.....	18
4.1 Vyhodnocení reliability a validity dotazníku.....	18
4.2 Verifikace navržené metody měření.....	18
4.3 CBA analýza	22
4.4 Citlivostní analýza.....	24
4.5 Diskuse k CBA analýze.....	24
4.6 Případová studie k výpočtu CLV_IN	25
4.7 Korelační závislosti	29
5 ZÍSKANÉ POZNATKY	31
5.1 Závěry výzkumu a doporučení v dané oblasti.....	31
5.2 Vědecký přínos výzkumu.....	32
5.2.1 Přínosy disertační práce pro oblast teoretickou	32
5.2.2 Dopady CLV_IN na strategický management.....	33
6 ZÁVĚR.....	34
LITERATURA	35
Abstract	39
Životopis.....	38