

ÚVOD.....	5
1 VÝVOJ PŘÍSTUPŮ K OBCHODNÍM ZNAČKÁM A REGIONÁLNÍMU ZNAČENÍ	7
1.1 Teoretické přístupy k problematice obchodních značek	7
1.1.1 Hodnota značky	8
1.1.2 Identita značky	12
1.2 význam a cíle regionálního značení	17
1.3 Regionální značení z pohledu spotřebitele	18
1.4 Regionální značení v ČR	21
1.4.1 Nadnárodní systémy značení – značení EU	22
1.4.2 Národní systémy značení	23
1.4.3 Regionální systémy značení	25
2 REGIONÁLNÍ ZNAČENÍ V JIHMORAVSKÉM KRAJI	31
2.1 Regionální potravina Jihomoravský kraj	31
2.2 Zlatá chuť jižní Moravy a Chuť jižní Moravy	35
2.3 Znojensko Regionální produkt	37
2.4 Moravský kras Regionální produkt	40
3 METODIKA A POSTUP VÝZKUMU	43
3.1 Metody a výzkumné hypotézy	43
3.1.1 Výzkumné metody	45
3.1.2 Použité statistické metody	46
3.2 Postup primárního výzkumu	48
4 VÝZKUM REGIONÁLNÍHO ZNAČENÍ POTRAVIN V JIHMORAVSKÉM KRAJI	50
4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření v Jihomoravském kraji	50
4.2 Ověření výzkumných hypotéz	65
4.3 spotřebitelské chování na trhu potravin v Jihomoravském kraji	71
4.4 Porovnání zjištěných výsledků s dalšími výzkumy	83
ZÁVĚR.....	87
SHRNUTÍ.....	90

RESUME	91
LITERATURA.....	92
SEZNAM ZKRATEK	107
SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A SCHÉMAT	108
PŘÍLOHY	111
REJSTŘÍK.....	130