

**Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní**

**MARKETINGOVÝ MIX VE SPOLEČNOSTI S. M. K., A. S. BLANSKO**

**Andrea Rásochová**

**Bakalářská práce  
2008**

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Andrea RÁSOCHOVÁ**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management podniku**  
  
Název tématu: **Marketingový mix ve společnosti S.M.K., a.s. Blansko**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

- 0 Úvod (cíl práce, metody zpracování)
- 1 Vymezení základních pojmů z marketingu, marketingového mixu
- 2 Identifikace jednotlivých prvků marketingového mixu
- 3 Situační analýza společnosti S.M.K., a.s. Blansko.
- 4 Zpracování návrhu implementace u marketingového mixu dané společnosti
- 5 Celkové zhodnocení
- 6 Závěr
- 7 Literatura
- 8 Přílohy

Rozsah grafických prací: -  
Rozsah pracovní zprávy: cca 30 stran  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:


- [1] CARTHY, M., JEROME, E. Základy Marketingu, vyd. 1. Praha : Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-29-5.
- [2] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. Marketingový výzkum. vyd.1. Praha : Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [3] HESKOVÁ, M. Marketingová komunikace součást marketingového mixu, vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2001. 95 s. ISBN 80-245-0176-7.
- [4] Interní materiály společnosti S.M.K.Blansko, a.s.
- [5] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Marketing. Praha : Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [6] KOTLER, P. Marketing podle Kotlera, vyd. 1. Praha : Management press, 2000. ISBN 80-7261-010-4.
- [7] KOTLER, P. Marketing od A do Z. Praha : Management press, 2003. 203 s.  
ISBN 80-7261-0821-1.
- [8] KOTLER, P. Marketing v otázkách a odpovědích, vyd. 1. Brno : CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0.
- [9] SPÁČIL, A. Péče o zákazníky. Praha : Grada Publishing, 2003. 116 s. ISBN 80-247-0514-1.
- [10] VACULÍK, J. Základy marketingu. vyd. 2. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. ISBN 80-7194-583-8.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. et Ing. Radim Keřt, Ph.D.**  
Ústav ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **23. října 2007**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **19. května 2008**

  
prof. Ing. Jan Čapek, CSc.  
děkan

L.S.

  
doc. Ing. et Ing. Renáta Myšková, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 23. října 2007

### **Poděkování**

Na tomto místě děkuji panu Ing. et. Ing. Radimovi Keřtovi, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce, jeho cenné rady a připomínky.

Mé poděkování patří také paní Lence Skokanové ze společnosti S. M. K., a. s. za poskytnutí materiálů a informací ke zpracování této práce.

## **Souhrn**

Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu marketingového mixu. Je rozdělena na dvě části.

První část práce je teoretická a zabývá se marketingem obecně, marketingovým mixem a popisuje jeho jednotlivé složky.

Druhá část se věnuje situační analýze ve společnosti S. M. K., a. s. Blansko, porovnává jednotlivé složky marketingového mixu s okolím organizace a podává návrhy na zlepšení.

## **Klíčová slova**

marketing, marketingový mix, Produkt, cena, propagace, místo prodeje, SWOT analýza.

## **Title**

Marketing mix in the company S. M. K., Inc. Blansko

## **Abstract**

This bachelor work is targeted to the analysis of marketing mix. It is divided in two parts. The first part of this work is theoretical and it deals with the marketing generally, marketing mix and it describe its individual parts.

The second part of this work devotes to concrete application this implements in use in the company S. M. K., Inc. Blansko, it compares this individual parts of marketing mix with surroundings of the company and it reports proposals for innovation.

## **Keywords**

marketing, marketing mix, Product, Price, Promotion, Place, SWOT analysis.

# Obsah

Úvod.....	8
<b>1 Vymezení základní pojmů marketingu, marketingového mixu.....</b>	<b>9</b>
1.1 <i>Komodita</i> .....	9
1.2 <i>Cena</i> .....	9
1.3 <i>Směna</i> .....	10
1.4 <i>Trh</i> .....	10
1.5 <i>Marketing</i> .....	10
1.6 <i>Mikro-marketing</i> .....	11
1.7 <i>Makro-marketing</i> .....	11
1.8 <i>Marketingová koncepce</i> .....	12
1.9 <i>Vlastnosti služeb</i> .....	13
1.9.1 <i>Nehmotnost</i> .....	13
1.9.2 <i>Neoddělitelnost</i> .....	13
1.9.3 <i>Heterogenita</i> .....	14
1.9.4 <i>Zničitelnost</i> .....	14
1.10 <i>Klasifikace služeb</i> .....	15
1.11 <i>Odvětvové třídění služeb</i> .....	15
1.12 <i>Míra zhmotnění služby</i> .....	15
1.13 <i>Marketing služeb</i> .....	15
1.13.1 <i>potřeby a spirála služeb</i> .....	15
1.13.2 <i>Hodnota</i> .....	16
1.13.3 <i>Zákazníci</i> .....	16
1.14 <i>Vypracování marketingových mixů pro cílové trhy</i> .....	17
<b>2 Identifikace jednotlivých prvků marketingového mixu.....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Product (výrobek)</i> .....	18
2.1.1 <i>Rozdíl mezi službami a zbožím</i> .....	18
2.2 <i>Spotřebitelské třídy výrobků</i> .....	19
2.2.1 <i>Výrobky denní spotřeby</i> .....	19
2.2.2 <i>Nákupní výrobky</i> .....	19
2.2.3 <i>Zvláštní výrobky</i> .....	20
2.2.4 <i>Neviděné výrobky</i> .....	20
2.3 <i>Place (Místo)</i> .....	21
2.4 <i>promotion (Propagace)</i> .....	22
2.4.1 <i>Osobní prodej</i> .....	22
2.4.2 <i>Hromadný prodej</i> .....	23
2.4.3 <i>Propagace prodeje</i> .....	23
2.5 <i>Cena</i> .....	24
2.5.1 <i>Cenová politika</i> .....	25
<b>3 Situační analýza společnosti S. M. K., a. s. Blansko.....</b>	<b>26</b>
3.1 <i>Produkt</i> .....	27
3.1.1 <i>Samoobslužná jídelna</i> .....	27
3.1.2 <i>Restaurace</i> .....	28
3.1.3 <i>Pizzeria</i> .....	28

3.1.4	Hotel .....	29
3.2	<i>Místo prodeje</i> .....	32
3.2.1	Pelhřimovské náměstí .....	32
3.3	<i>Propagace</i> .....	34
3.3.1	Webové stránky hotelu .....	34
3.3.2	Ostatní formy propagace .....	35
3.4	<i>Cena</i> .....	35
3.4.1	Samoobslužná jídelna .....	35
3.4.2	Restaurace.....	35
3.4.3	Pizzerie .....	35
3.4.4	Hotel .....	35
3.5	<i>SWOT analýza</i> .....	36
<b>4</b>	<b>Zpracování návrhu implementace u marketingového mixu dané společnosti.....</b>	<b>37</b>
4.1	<i>Produkt</i> .....	37
4.1.1	Samoobslužná jídelna .....	37
4.1.2	Restaurace.....	38
4.1.3	Pizzerie .....	39
4.1.4	Hotel .....	40
4.2	<i>Místo prodeje</i> .....	43
4.3	<i>Propagace</i> .....	44
4.4	<i>Cena</i> .....	46
4.4.1	Samoobslužná jídelna .....	46
4.4.2	Restaurace.....	47
4.4.3	Pizzerie .....	49
4.4.4	Hotel .....	51
<b>5</b>	<b>Celkové zhodnocení .....</b>	<b>53</b>
<b>6</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>56</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>58</b>
<b>8</b>	<b>Přílohy.....</b>	<b>60</b>

## Seznam obrázků

Obrázek 1: ZNÁZORNĚNÍ MARKETINGOVÉ KONCEPCE.....	12
Obrázek 2: MARKETINGOVÁ STRATEGIE ZNÁZORŇUJÍCÍ ČTYŘI P MARKETINGOVÉHO MIXU.....	16
Obrázek 3: OBLASTI STRATEGICKÉHO ROZHODOVÁNÍ ROZDĚLENÉ DO "ČTYŘ P".....	17
Obrázek 4: PRAKTICKÉ PŘÍKLADY DISTRIBUČNÍCH CEST PRO SPOTŘEBNÍ ZBOŽÍ.....	21
Obrázek 5: ZÁKLADNÍ METODY PROPAGACE.....	22
Obrázek 6: PŘÍKLADY ČINNOST PŘI PROPAGACI PRODEJE.....	23
Obrázek 7: STRATEGIE PLÁNOVÁNÍ CEN.....	24
Obrázek 8: HOTEL SKALNÍ MLÝN.....	26
Obrázek 9: HOTEL SLÁVIE.....	27
Obrázek 10: SAMOOSLUŽNÁ JÍDELNA.....	28
Obrázek 11: RESTAURACE.....	28
Obrázek 12: PIZZERIE.....	29
Obrázek 13: UKÁZKA POKOJE.....	30
Obrázek 14: UMÍSTĚNÍ HOTELU SLÁVIE V CENTRU MĚSTA PELHŘIMOV.....	32
Obrázek 15: VĚŽ SVATÉHO BARTOLOMĚJE.....	33
Obrázek 16: POHLED NA HOTEL SLÁVII Z MASARYKOVA NÁMĚSTÍ.....	34
Obrázek 17: ROZMÍSTĚNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V CENTRU PELHŘIMOVA.....	43
Obrázek 18: ROZMÍSTĚNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ NA PELHŘIMOVSKU.....	44

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Rozpětí cen poledních menu v samoobslužné jídelně hotelu Slávie.....	46
Tabulka 2: rozpětí cen poledních menu v restauraci U Hradeb.....	46
Tabulka 3: Rozpětí cen poledních menu v pizzerii Na Náměstí Pacov.....	46
Tabulka 4: Rozpětí cen minutkové kuchyně hotelu Slávie.....	47
Tabulka 5: rozpětí cen minutkové kuchyně v hotelu REkrea Pelhřimov.....	48
Tabulka 6: Rozpětí cen minutkové kuchyně v hodovně Na Kolíbce Pelhřimov.....	48
Tabulka 7: Rozpětí cen pizzerie hotelu Slávie Pelhřimov.....	49
Tabulka 8: Rozpětí cen pizzerie hodovny Na Kolíbce Pelhřimov.....	50
Tabulka 9: Rozpětí cen pizzerie Na Náměstí Pacov.....	50
Tabulka 10: Ceny za noc v hotelu Slávie Pelhřimov.....	51
Tabulka 11: Ceny za noc v hotelu Rekrea Pelhřimov.....	51
Tabulka 12: Ceny za noc v motelu Farma Poříčí.....	51
Tabulka 13: Ceny za noc v motelu Velký Rybník.....	52
Tabulka 14: Ceny za noc v penzionu Lucerna Pelhřimov.....	52
Tabulka 15: Ceny za noc v hotelu Křemešník.....	52



# Úvod

Ekonomické prostředí se zásadně změnilo díky novým technologiím a globalizaci. Hlavně s pomocí Internetu se jakákoliv společnost může zúčastnit konkurenčního boje všude na světě. V dnešním konkurenčním prostředí je vysoká hrozba neúspěchu podniku na daném trhu. Toto nebezpečí se musí minimalizovat, a proto se nabízí využití marketingu a jeho nástrojů. Pracovníci v oblasti marketingu kromě krátkodobých marketingových plánů vypracovávají i dlouhodobé plány (někdy na 10 a více let dopředu) a cíle společnosti jsou vedeny vytvořenou marketingovou koncepcí. Marketing je oblast v podnikání založena nejvíce na vztazích se zákazníky. Uspokojování potřeb a přání zákazníka je základem moderního marketingového myšlení a praxe. Cílem je vyhledávání nových zákazníků, udržení stávajících zákazníků a současně samozřejmě vytváření přiměřeného zisku.

Nároky zákazníků rostou. Nestačí nabízet nejkvalitnější, nejlepší produkt, ale zákazníci jsou zvyklí, že cena pro ně bude co nejvýhodnější a způsob dodání maximálně komfortní, spojený s velkým počtem doplňkových služeb, výhod a servisu. Proto jedním z neaktuálnějších a nejvíce náročných úkolů, jimž se v této době marketing věnuje, je úkol udržení si zákazníka a dosažení jeho věrnosti a loajality k firmě.

K uspokojení potřeb zákazníka se používají všechny čtyři nástroje marketingového mixu. Jsou to produkt, cena, propagace a místo prodeje. My všichni jsme vystaveni problému rozhodnout se jaký produkt nebo jako službu koupit. Rozhodujeme se podle ceny, podle toho, co o produktu nebo službě nám bylo nabídnuto v reklamě nebo jiné formě propagace, podle umístění podniku v blízkosti našeho působiště. Vysoký význam marketingu pro úspěch firmy si jistě zaslouží pozornost věnovanou této problematice jak z hlediska teorie (identifikace všech nástrojů marketingového mixu), tak hledání způsobů uplatnění při každodenní praxi.

**Hlavním cílem práce je provést analýzu a výzkum marketingových aktivit společnosti S. M. K., a. s. Blansko, konkrétně zaměřené na hotel Slávie v Pelhřimově, a v závěru zhodnotit efektivnost využití prvků marketingového mixu a vliv na úspěchy již zmíněného hotelu, případně podat návrhy na změny v jednotlivých položek marketingového mixu v dané společnosti.**

# **1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍ POJMŮ MARKETINGU, MARKETINGOVÉHO MIXU**

Národní hospodářství je velmi složitá soustava, jejím základem není pouze tržní princip a k jejímu řízení je potřeba využívat i celou řadu dalších nástrojů umožňujících řešit složité problémy, které souvisí s používáním omezených přírodních (a jiných) zdrojů při uspokojování nepřeborné škály lidských potřeb.

Zdroje, které lidstvo využívá k uspokojování potřeb jsou jednak přírodní (půda, lesy, nerostné suroviny apod.) a jednak lidské (lidská práce a duševní schopnosti lidí). Kromě výše uvedených zdrojů je k zajištění výroby potřeba mít k dispozici kapitál, tj. statky, které již byly někým vyrobeny (např. stroje, budovy, technologická zařízení apod.) a které za pomoci organizace umožňují výrobu komodit nebo poskytování služeb.

## **1.1 KOMODITA**

Je již odnepaměti vžito rozdělení komodit na zboží a služby. Veškeré komodity jsou nabízeny na trzích k prodeji, a to buď průmyslovým uživatelům (tj. výrobním podnikům) k dalšímu zpracování nebo spotřebitelům (tj. zákazníkům) ke konečné spotřebě či užívání.

Celkové množství určité komodity, jež jsou výrobci schopni vyrobit a nabídnout k prodeji na trhu v určitém časovém horizontu a za určitou cenu se nazývá nabídkou, protiváhou nabídky je poptávka, jež představuje celkové množství určité komodity, kterou jsou zákazníci ochotni nakoupit rovněž v určitém časovém období a za určitou cenu.

## **1.2 CENA**

Cena je vyjádřením vztahu mezi nabídkou a poptávkou a lze ji definovat jako směnnou hodnotu určité komodity nebo služby. Uměním marketingu je vytvořit značku. Pokud organizace nemá značku, která se nějakým způsobem vymyká běžným standardům, bude muset čelit cenové konkurenci a cenovým válkám. Zvítězí pouze společnosti, jež nabízejí nízké ceny.

## 1.3 SMĚNA

Směna je forma lidského konání, jehož pomocí lze získat určitou komoditu za protihodnotu. Směna je přirozeně pouze jednou z možných cest jak určitou hodnotu získat.

K tomu aby se směna mohla uskutečnit, je zapotřebí splnit několik základních podmínek:

- vždy je třeba nejméně dvou partnerů, z nichž každý musí nabídnout svému protějšku určitou protihodnotu, každý z těchto partnerů musí projevit ochotu se této směny zúčastnit a přitom musí každý z nich mít tolik svobody, aby mohl příslušnou nabídku buď přijmout nebo odmítnout.
- transakce je způsob, jímž se směna realizuje. Klasickým příkladem transakce je transakce peněžní. Získání určité komodity lze také kompenzovat zbožím jiným anebo lze určitou službu splatit protislужbou.<sup>1</sup>

## 1.4 TRH

Trh je místem, kde se vstupují do vzájemných interakcí kupující a prodávající určitého zboží, aby určili cenu zboží a množství, které se nakoupí a naopak prodá. Pro marketéra je trh souborem všech skutečných i potencionálních kupců určité komodity. Potencionální trh je soubor veškerých zákazníků, jež se vyznačují zájmem o určitý výrobek nebo službu. Dostupný trh je soubor těch kupujících, kteří mají zájem, dostatečně vysoké příjmy a přístup k určitému výrobku nebo službě.

## 1.5 MARKETING

Definice podle Philipa Kotlera:

*„Marketing je lidská činnost zaměřená na uspokojování potřeb a přání zákazníků prostřednictvím směnných postupů. Společným prvkem je uspokojení potřeb zákazníků.“*  
*Definice se snaží stručně vyjádřit, že marketing je integrovaný komplex činností,*

---

<sup>1</sup> VACULÍK, J. *Základy marketingu*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. str. 6

*zaměřených na trh, nejde o fragmentovaný soubor několika činností, ale jde o koordinovanou součinnost mnoha aktivit.<sup>2</sup>*

Z celospolečenského pohledu je marketing chápán jako sociální a manažerský proces, jehož pomocí získávají lidé to, co potřebují nebo po čem touží a to na základě produkce komodit a jejich směny za komodity jiné anebo za peníze.

## **1.6 MIKRO-MARKETING**

Mikro-marketing jsou činnosti, které hledají dosažení podnikových cílů tím, že předpovídají potřeby klienta nebo zákazníka, a řídí tok výrobků od výrobce k zákazníkovi.

Marketing by měl na počátku se zaměřit na potřeby potenciálního zákazníka a ne začínat výrobním procesem. Měl by předvídat potřeby. Marketing – nikoliv výroba – by měl určovat, jaké zboží a služby se budou vyvíjet včetně rozhodnutí o vnější podobě výrobku a balení, o cenách či poplatcích, o využití zprostředkovatelů, o dopravní, skladové, reklamní a prodejní politice instalování, garancí i případné likvidace.

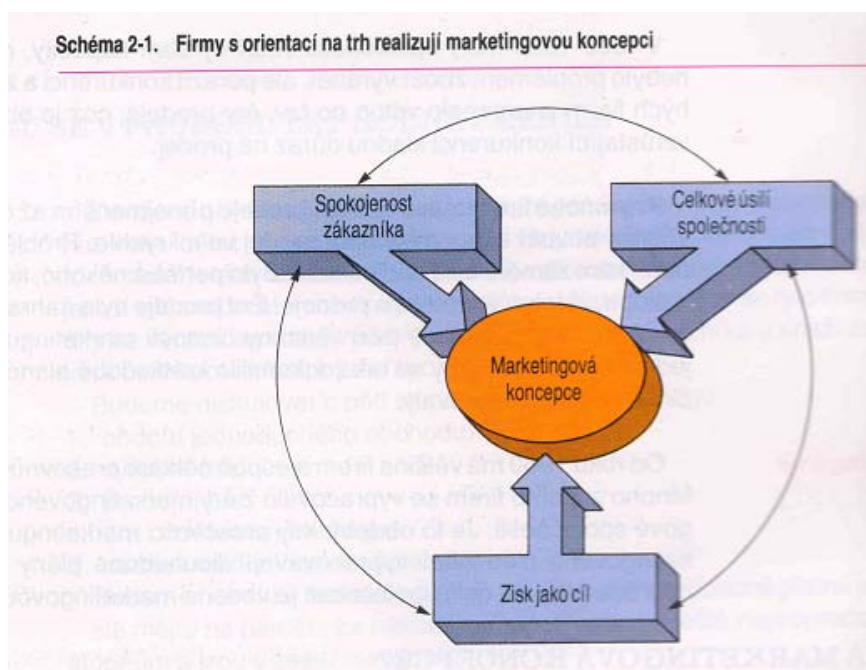
## **1.7 MAKRO-MARKETING**

Makro-marketing je sociální proces, který řídí tok komodit a služeb v ekonomice od výrobců ke klientům tak, aby byla nabídka a poptávka ve vzájemném ladu a aby bylo dosahováno společenských cílů. I makro-marketing se zabývá tokem zboží a služeb od výrobců ke spotřebitelům. Avšak u makro-marketingu není nekladen důraz na činnosti jednotlivých organizací. Místo toho klade důraz na to, jakým způsobem celý marketingový systém pracuje a jak marketing ovlivňuje společnost a naopak. Základním úkolem, kterou plní makro-marketingový systém, je zajistit plně efektivní soulad mezi nabídkou a poptávkou a rovněž zajistit i to, aby celá společnost dosahovala svých cílů.

---

<sup>2</sup> VACULÍK, J. *Základy marketingu*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. str. 6 - 7

## 1.8 MARKETINGOVÁ KONCEPCE



**OBRAZEK 1: ZNÁZORNĚNÍ MARKETINGOVÉ KONCEPCE**

ZDROJ: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 46

Marketingová koncepce znamená zaměření pozornosti veškerého úsilí organizace na spokojenost zákazníků a na určitý přiměřený zisk. Marketingová orientace znamená usilovat o realizaci marketingové koncepce. Na místo toho, aby se snažila společnost přinutit spotřebitele koupit to, co vyrobí, snaží se vyrobit to co zákazníci potřebují. V definici marketingové koncepce jsou obsaženy tři základní myšlenky:

1. orientace na zákazníka,
2. společné úsilí společnosti,
3. zisk – ne pouze prodej – jako cíl.<sup>3</sup>

Služby – včetně aerolinií, bank, investičních firem, právníků, lékařů, účetních a pojišťovacích společností – přijímaly tuto marketingovou koncepci velmi pomalu. To se v posledním desetiletí změnilo, také částečně díky změnám ve státních regulacích, které umožnily, aby mnoho z těchto oblastí bylo víc schopno konkurovat.

<sup>3</sup> McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 45 - 46

## **1.9 VLASTNOSTI SLUŽEB**

### **1.9.1 NEHMOTNOST**

Nehmotnost je nejvýraznější vlastností služeb a od ní se odvíjejí další vlastnosti. Čistou službou nelze vyhodnotit ani jedním fyzickým smyslem – nelze ji před koupí vizuálně zhodnotit a jen v málo případech ji lze vyzkoušet. Mnohé charakteristiky, na které se při podpoře prodeje zboží odvolává reklama a které klient může pouhým pohledem ověřit, zůstávají při prodeji služeb zákazníkovi skryty. Některé prvky, které představují kvalitu nabízené služby, jako například spolehlivost, osobní přístup poskytovatele služby, důvěryhodnost, jistota, apod. lze ověřit až při koupi a spotřebě služby. Ve výsledku je zde větší nejistota zákazníků při poskytování služby bez ohledu na to, zda se jedná o službu tržní nebo veřejnou či neziskovou. Zákazník má tak těžký výběr mezi konkurujícími si poskytovateli podobných služeb.

### **1.9.2 NEODDĚLITELNOST**

Produkcí a spotřebu u komodity lze od sebe oddělit. Služba je produkována v přítomnosti zákazníka, jež se účastní poskytování služby, a je tedy neoddělitelnou součástí její produkce. Producent služby a klient se musejí setkat v místě a v čase tak, aby výhoda, kterou zákazník získává poskytnutím služby, mohla být realizována. Zákazník zpravidla nemusí být přítomen celou dobu poskytování služby – například jídlo v hotelu je uvařeno bez jeho osobní přítomnosti. Dokonce i v případě některých tzv. profesionálních služeb – například advokátů a notářů – nemusí být nutně zákazník přítomen. Přítomnost zákazníka obvykle vyžaduje určitý druh veřejných služeb – lékař nemůže pacienta ošetřit bez jeho účasti. Neoddělitelnost má důležitý vliv na využívání všech marketingových nástrojů nejen při prodeji, ale při vývoji služeb. Služba je narozdíl od zboží nejprve prodána a pak teprve produkována a ve stejný čas spotřebována. V případě nákupu služby je její neoddělitelnost od produkce a nutnost přítomnosti zákazníka v průběhu poskytování služby příčinou zvýšeného významu vlivu tohoto procesu na celkovou kvalitu služby. Neoddělitelnost služby je i důvodem častějšího vzniku lokálních monopolů poskytovatelů některých služeb, a to především tehdy, je-li osoba nebo firma poskytující službu něčím výjimečná. Nelze-li oddělit službu od jejího poskytovatele, a poskytovatel služby má pouze omezenou produkční kapacitu, vzniká místní monopol poskytovatele. Poskytovatel této výjimečnosti svého postavení využívá k stanovení vyšší ziskové marže.

### **1.9.3 HETEROGENITA**

V procesu poskytování služby jsou přítomni zákazníci a poskytovatelé služby. Jejich chování nelze pokaždé předvídat, v případě zákazníků je to dokonce velmi obtížné v oblasti stanovení určité normy chování. Nelze také provádět výstupní kontroly kvality před dodáním služby tak, jako tomu bývá u zboží. Proto je možné, že se způsob poskytování jediné služby liší, a to dokonce i v jedné organizaci. Proměnlivost výstupů procesů poskytování služeb, tj. jejich výsledného efektu, zvyšuje význam postavení vytvořené služby ve vztahu ke konkurenci a má vliv na zvyšování prestiže obchodního jména a značky. Nehmotnost a heterogenita služeb vedou i k tomu, že služby lze jen obtížně patentovat. V některých případech se setkáváme s franchisingem služeb, například poskytování rychlého občerstvení, hotelových služeb, poradenských služeb, kdy je do jisté míry pod ochranou způsob, tj. proces poskytování služby. Heterogenita služeb a větší účast zúčastněných lidí při procesu poskytování služby vedou většinou k tomu, že vstup na trh služeb je snadnější než vstup na trh zboží a je zde více konkurentů. Je to výsledek nižší možnosti použít patentovou ochranu výstupů a nižší potřeby vstupního kapitálu.

### **1.9.4 ZNIČITELNOST**

Nehmotnost služeb vede k tomu, že služby nejde skladovat, uchovávat, znovu prodávat a nebo je vracet. Pro daný okamžik jsou ztracené a zničené. Neznamená to však, že špatně poskytované služby nelze již reklamovat. Pouze v některých případech lze nekvalitní službu nahradit poskytnutím jiné, kvalitní. Většinou lze jako náhradu použít vrácení zaplacené ceny služby, případně poskytnout slevu z ceny. Je možné, že reklamací například špatně střiženého účesu dosáhnete slevy z výsledné ceny, nelze ovšem vrátit špatně ostříhanou hlavu.

Nemožnost vlastnit službu souvisí také s její nehmotností a zničitelností. Při nákupu zboží je na zákazníka převedeno právo zboží vlastnit. Při poskytování služby nezíská zákazník směnou za své peníze právo žádného vlastnictví. Kupuje se pouze právo na poskytnutí služby, například čas soukromého lékaře spolu s časově omezeným využitím jeho vybavení, nebo právo použít veřejný dopravní prostředek, popřípadě zaparkovat na určeném místě. Nemožnost vlastnit službu má velký vliv na konstrukci distribučních

kanálů, jimiž se služba dostává k zákazníkům. Distribuční kanály jsou proto nejčastěji přímé nebo velmi krátké.

## **1.10 KLASIFIKACE SLUŽEB**

V důsledku různorodosti se služby rozlišují podle jejich charakteristických vlastností do několika kategorií. Takový přístup umožňuje vhodnější analýzu služeb a pochopení použití různých marketingových nástrojů pro příslušné kategorie služeb.

## **1.11 ODVĚTOVÉ TRŽDĚNÍ SLUŽEB**

Služby náleží do terciárního sektoru národního hospodářství. Nejvíce jednoduché je jejich členění podle odvětvové příslušnosti. Jedná se o: dopravu, telekomunikace, ubytování a hotelové služby, finanční, pojišťovací a bankovní služby, poradenské a advokátní služby, opravárenské a osobní služby. Ostatní odvětví služeb jsou zaměřená spíše na člověka – zdravotnické, vzdělávací, kulturní a sociální služby. Je možno ale nalézt i další odvětví, protože rozsah a různorodost služeb jsou obrovské.

## **1.12 MÍRA ZHMOTNĚNÍ SLUŽBY**

V důsledku stále silnější konkurence si v posledních desetiletích nelze představit účinný marketing zboží bez doprovodných služeb. Doprovodné služby jsou prvkem navíc, který zboží odlišuje na trhu od konkurence a představuje dodatečnou výhodu pro zákazníka. Na druhé straně jsou mnohé služby doprovázeny zbožím, jež tuto službu pro zákazníka zhmotňuje.

## **1.13 MARKETING SLUŽEB**

### **1.13.1 POTŘEBY A SPIRÁLA SLUŽEB**

Společnost, ve níž nyní žijeme, dokáže většinou dobře uspokojit základní potřeby. K těmto základním potřebám patří podle Maslowovy pyramidy lidských potřeb fyziologické potřeby, jako je potřeba jídla, oděvů a bydlení. Po uspokojení těch základních potřeb a s rostoucí životní úrovní se lidé snaží uspokojovat také sociální potřeby, spojené s jejich postavením ve společnosti. Jedná se o potřeby sounáležitosti, sebeuspokojení a další složitější potřeby. Vyšší produktivita práce uvolnila množství



volného času, který je třeba nějak využít na druhé straně přinesla potřebu dalšího vzdělávání. To vytvořilo nové potřeby, počínaje potřebami fyziologickými. Lidé stále častěji využívají služeb restaurací a podobných zařízení, kde mohou uspokojit i své sociální potřeby. Snaží se vyhovět i potřebě celoživotního vzdělávání vyhledáváním vzdělávacích kurzů. Prodloužení lidského věku a nové medicínské poznatky přinesly potřeby, které souvisí s péčí o zdraví a s péčí o starší občany. Volný čas lidé věnují zábavě, sportu a kultuře. Zároveň se věnují cestování. Bydlení je většinou vzdáleno od pracoviště a lidé používají při cestě do práce, na jednání, na služební cesty auta a hromadnou dopravu osob. Jak vidíme, spirála služeb se v postindustriální společnosti pořád rozvíjí a vznikají nové služby, spojené v posledním desetiletí s rozvojem telekomunikační techniky, jako je například Internet, služby poskytované operátory mobilních sítí, využití teletextu a podobně.

### 1.13.2 HODNOTA

Pro dodavatele služeb je hodnotou služby cena za ni zaplacená. Pro zákazníky představuje hodnota služby míru uspokojení jejich potřeb. Oceňování hodnoty služeb zákazníky je složité díky nehmotnosti poskytnuté služby. Zákazník většinou vnímá hodnotu srovnáním užitku, který mu přináší, s užitkem, který by mu přinesla zakoupená konkurenční služba.

### 1.13.3 ZÁKAZNÍCI



Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 53

#### OBRÁZEK 2: MARKETINGOVÁ STRATEGIE ZNÁZORŇUJÍCÍ ČTYŘI P MARKETINGOVÉHO MIXU

Zákazníkem rozumíme osobu, domácnost nebo organizaci, která nějakou formou zaplatí za službu a získává s ní spojený užitek. Charakter vztahů mezi zákazníky a poskytovatelem služeb je odlišný než vztahy mezi zákazníky a výrobci zboží. Zákazník,

kterému je poskytována služba je totiž přímým účastníkem tohoto procesu a stává se často i spoluproducentem služby, ale není částí marketingového mixu. Zákazník by měl být cílem marketingového úsilí a proto je umístěn uprostřed *obrázku č. 2*.

## 1.14 VYPRACOVÁNÍ MARKETINGOVÝCH MIXŮ PRO CÍLOVÉ TRHY

Je mnoho způsobů, jaký uspokojit potřeby cílových zákazníků. Konečný výrobek může mít mnoho rozdílných rysů i úroveň kvality. Může se připojit také úroveň služeb. Balení může být rozdílné ve velikostech, barvách a materiálech. Rovněž se může jméno značky a podmínky záruky. Pro propagaci značky se používají různé druhy reklamy – noviny, časopisy, rádio, televize, velkoplošné plakáty atd. Firma může mít své vlastní prodejce, nebo také může využít služeb ostatních odborníků na prodej. Lze prodávat za různorodou cenu, existují slevy atd. Je proto výhodné zredukovat všechny proměnné marketingového mixu do čtyř základních skupin:

- PRODUCT (výrobek)
- PLACE (místo)
- PROMOTION (propagace)
- PRICE (cena)<sup>4</sup>

Tabulka 2-6. Oblasti strategického rozhodování rozdělené do „čtyř P“

VÝROBEK (PRODUCT)	MÍSTO (PLACE)	PROPAGACE (PROMOTION)	CENA (PRICE)
Fyzické zboží Služby Vlastnosti Kvalita Doplnky Instalace Instrukce Záruka Řada výrobků Balení Značky	Cíle Typ distribuční cesty Situování trhu Typy prostředníků Typy a umístění obchodů Jak zvládnout dopravu a skladování Úroveň služeb Nábor prodejců Řízení distribučních cest	Cíle Propagační mix Prodejci druh počet výběr školení motivace Reklama cíle druhy typy zprostředkovatelů účinnost kdo ji připravil Propagace prodeje Publicita	Cíle Pružnost Vyšší stupeň než je životní cyklus výrobku Geografické podmínky Přídavky Slevy Výhody

OBRÁZEK 3: OBLASTI STRATEGICKÉHO ROZHODOVÁNÍ ROZDĚLENÉ DO "ČTYŘ P"

Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 54

<sup>4</sup> McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 53 - 54

## **2 IDENTIFIKACE JEDNOTLIVÝCH PRVKŮ MARKETINGOVÉHO MIXU**

Je snadnější uvažovat o výše uvedených čtyřech hlavních částech marketingového mixu jako o „čtyřech P“.

### **2.1 PRODUCT (VÝROBEK)**

Oblast „Product“ (výrobku) se používá v oblasti vývoje „vhodného“ výrobku pro daný cílový trh. Výrobek buď může sloužit fyzickému zdraví, nebo zajišťovat služby a nebo obojí. Výrobek není vymezen jenom jako „fyzické zboží“. Výrobek či služba by měl uspokojovat potřeby zákazníků.

Kvalita výrobku by měla být hlavně determinována tím, jak zákazníci na tento výrobek pohlížejí. Z hlediska marketingu je kvalita označovaná jako schopnost výrobku uspokojit potřeby nebo požadavky spotřebitele. Kvalita a spokojenost závisí na celkové nabídce výrobku. Většina výrobků je spojením fyzického zboží a služeb.

#### **2.1.1 ROZDÍL MEZI SLUŽBAMI A ZBOŽÍM**

Vzhledem k tomu, že zboží je fyzická věc, můžeme ji vidět a jsme schopni se jí dotýkat. Zboží je hmotné. Když si ho koupíte, vlastníte ho.

Služby jsou naproti tomu činnost, kterou dělá jedna strana pro druhou. Když poskytnete zákazníkovi službu, zákazník si ji nemůže „ponechat“. Je spíš použitá, spotřebovaná nebo provedená. Služby nemohou být umístěny ve skladech, a proto je těžké uvést nabídku a poptávku do rovnováhy. Je také těžké realizovat určitou „velkovýrobu“, když je výrobkem služba. Služby se nedají provozovat v ekonomicky úsporném velkém množství a potom je přemísťovat k zákazníkům. Služby musí být obvykle prováděny za jeho přítomnosti. Většina výrobků je kombinací služeb a zboží.

Zboží se obvykle vyrábí v továrně a potom se prodává. Naopak služba je často nejdříve prodaná, potom vytvořená. Je produkována a zároveň spotřebována v rámci stejného časového rozpětí.

## 2.2 SPOTŘEBITELSKÉ TŘÍDY VÝROBKŮ

Dělí se na čtyři skupiny: denní spotřeby, nákupní, zvláštní a neviděné. Každá třída je založena na způsobu, jak lidé výrobky nakupují.

### 2.2.1 VÝROBKY DENNÍ SPOTŘEBY

Výrobky denní spotřeby jsou výrobky, které zákazník běžně potřebuje, ale není ochoten strávit mnoho času ani úsilí pro jejich nákup. Tyto výrobky se nakupují velmi často, vyžadují malé služby nebo prodej, nestojí mnoho a mohou být nakupovány i ze zvyku. Máme tři typy výrobků denní spotřeby: běžné výrobky, nárazové výrobky pro náhlý nákup a výrobky pro nepředvídaný nákup. Tyto jsou opět založeny na tom, jak o nich zákazníci uvažují, ne na tom, jaké mají vlastnosti.

Výrobky pro denní spotřebu jsou takové produkty, které se kupují často, rutinně bez velkého přemýšlení – je to např. pečivo k snídani, polévky v konzervě a většina dalších balených potravin, které se používají téměř každý den v každé domácnosti. Prodávají se většinou na běžně dostupných místech, jako například v supermarketu, v obchodech s levným zbožím a automatech. U těchto výrobků jsou nejdůležitější značky. Pomáhají spotřebitelům snížit úsilí potřebné k nákupu a podporují opakovaný nákup značek, s nimiž byli spokojeni.

Výrobky pro impulzivní (náhlý) nákup, jsou takové výrobky, které se díky náhlému silnému popudu kupují rychle, jako neplánovaný nákup. Skutečné výrobky této kategorie jsou takové, které zákazník neplánoval, že koupí a rozhodne se je koupit, až když je spatří.

### 2.2.2 NÁKUPNÍ VÝROBKY

Nákupní výrobky jsou takové výrobky, o nichž si zákazník myslí, že se jim vyplatí srovnávat je s výrobky konkurence. Mohou být rozděleny na dva typy – homogenní a heterogenní nákupní výlohy.<sup>5</sup>

Homogenní nákupní výrobky jsou takové nákupní výrobky, na něž v podstatě zákazník pohlíží jako na stejné a zaměnitelné, a chce tu nejnížší cenu. Firmy se mohou snažit

---

<sup>5</sup> McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 198

podtrhovat a propagovat rozdílnost svého výrobku, aby se vyhnuly přímé konkurenci cen. Dokonce i některé výrobky, které nejsou drahé, jako například máslo nebo čaj, mohou být považovány za homogenní nákupní výrobky. Někteří lidé čtou pečlivě letáky z obchodů s nejnižšími cenami a potom jdou z jednoho supermarketu do druhého a vybírají si tam, kde je daný výrobek nejlevnější. U výrobků denní spotřeby to nedělají.

Heterogenní nákupní výrobky jsou takové, na něž zákazník pohlíží jako na odlišné a chce prověřit jejich kvalitu a to, zdali jsou vhodné. Mezi heterogenní výrobky patří nábytek, oblečení, nádobí a některé fotografické přístroje. Kvalita, úprava a doprovodné služby jsou důležitější než cena. Je těžší, ale méně důležité, srovnávat ceny „nestandardních“ položek. Pokud si zákazník najde ten správný výrobek, cena ho nemusí zajímat do té doby, dokud je ještě snesitelná. To platí i tehdy, když služba tvoří hlavní část výrobku, jako například při návštěvě lékaře nebo opravě auta.

### **2.2.3 ZVLÁŠTNÍ VÝROBKY**

Zvláštní výrobky jsou spotřební výrobky, které zákazník skutečně chce a vyvine vysoké úsilí, aby je našel. Nakupování těchto produktů neznamena srovnávání s výrobky konkurence – nakupující chce právě ten zvláštní produkt a je ochoten po něm pátrat. Zvláštní výrobek z něho dělá ochota zákazníka po něm pátrat. Tyto výrobky ale nemusí být drahé, ani se nemusí jednat o koupi, která se uskutečňuje jednou za život.

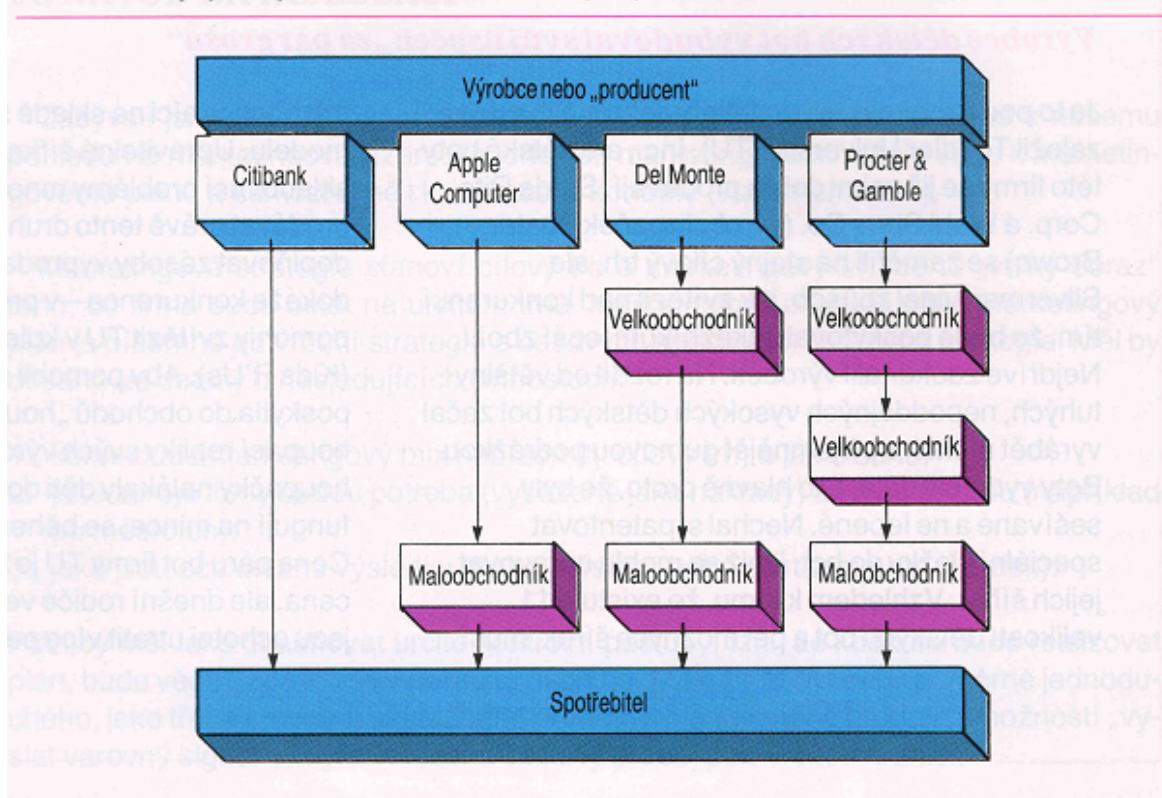
### **2.2.4 NEVIDĚNÉ VÝROBKY**

Neviděné výrobky jsou takové výrobky, které potenciální zákazníci zatím nechtějí, nebo o nich nevědí, že si je mohou koupit. Proto po nich vůbec nepátrají. Ve skutečnosti by si je spotřebitelé třeba ani nekoupili, i kdyby je viděli, dokud by jim propagace neodhalila jejich hodnotu.

Existují dva typy neviděných výrobků. Nové neviděné výrobky jsou takové, které nabízejí skutečně nové inovační myšlenky, o nichž potenciální zákazníci zatím nevědí. Informativní propagace může přesvědčit zákazníky, aby tento výrobek přijali nebo dokonce po něm pátrali a tím by také skončil jeho status neviděného výrobku. Pak existují pravidelně neviděné výrobky. Jsou to například náhrobní kameny, životní pojištění a encyklopedie. Zůstávají neviděny, ale nepatří mezi nikdy nekupované.

## 2.3 PLACE (MÍSTO)

Schéma 2-7. Čtyři příklady základních distribučních cest pro spotřební zboží



**OBRAZEK 4: PRAKTICKÉ PŘÍKLADY DISTRIBUČNÍCH CEST PRO SPOTŘEBNÍ ZBOŽÍ**

Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 55

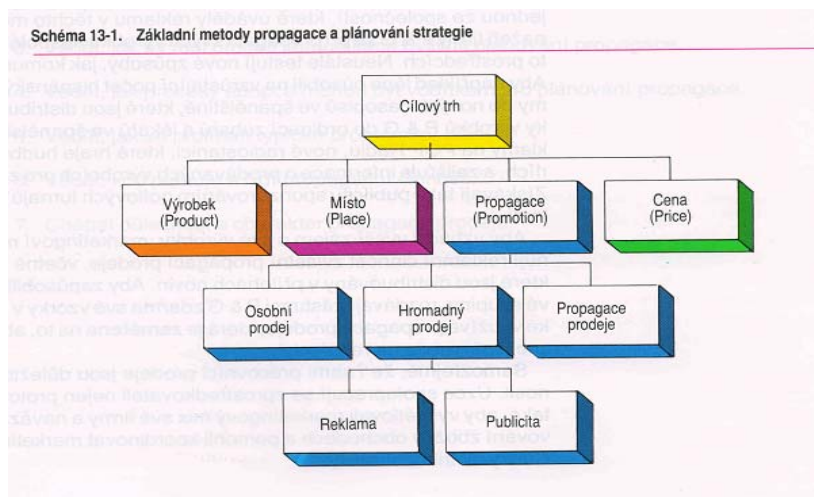
Place (místo) je spjato s posláním dostat „správný“ výrobek na místo cílového trhu. Výrobek není k ničemu, jestliže není dostupný tehdy a tam, kde je o něj zájem. Výrobek se dostane k zákazníkům přes distribuční kanály, kterými jsou jakékoliv řetězce firem nebo jedinců, jež se podílejí na toku zboží a služeb od výrobce ke konečnému uživateli. Jak vidíme na *obrázku č. 4* je někdy systém kanálů poměrně krátký. Může vést přímo od výrobce ke konečnému uživateli, často je ale mnohem složitější – zahrnuje mnoho různých prostředníků a specialistů. Má-li marketingový manažer více rozdílných cílových trhů, potom potřebuje několik distribučních kanálů. Kdykoliv má být výrobek fyzické zboží, zahrnuje plánování potřebné pro zajištění „Place“ i rozhodování o distribuci. Fyzická distribuce je přeprava a skladování zboží uvnitř jednotlivých firem a také v rámci distribuční cesty. Vše musí vyhovovat potřebám cílového zákazníka.

Firmy musí při projektování místa brát v úvahu potřeby a názory potencionálních cílových trhů. Lidé na konkrétním cílovém trhu by měli mít podobné názory a proto by měli být

spokojení s podobným systémem výběru místa. Ale tak jako nelze automaticky klasifikovat výrobky, nemůžeme automaticky rozhodnout o tom, jaké je nejlepší uspořádání místa. Pohlížejí-li dva nebo tři segmenty na výrobek rozdílným způsobem, potom si to žádá rozdílná uspořádání místa. Všichni výrobci si chtějí být jisti, že jejich výrobky dojdou až k cílovým zákazníkům.

Někteří výrobci si raději zajišťují distribuci sami. Je-li firma v přímém kontaktu se zákazníky, ví více o změnách v jejich názorech. Je v lepší pozici pro rychlé úpravy marketingového mixu, nemusí přesvědčovat ostatní články distribuční cesty, aby jí pomohly. Firmy poskytující služby používají také přímou distribuci. Vzniká-li služba za přítomnosti zákazníka, potom není mezičlánek.

## 2.4 PROMOTION (PROPAGACE )



**OBRAZEK 5: ZÁKLADNÍ METODY PROPAGACE**

Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 300

Promotion (propagace) je spojena s informováním cílových zákazníků o pro ně „vhodném“ výrobku. K propagaci patří osobní prodej, hromadný prodej a propagace prodeje. Je úkolem marketingového manažera tyto metody skloubit.

### 2.4.1 OSOBNÍ PRODEJ

Osobní prodej znamená ústní komunikaci mezi prodávajícími a potenciálními zákazníky, který se odehrává většinou tvář v tvář, ale někdy může být tato komunikace realizována pomocí telefonu. Osobní prodej umožňuje prodávajícímu uzpůsobit marketingový mix

firmy podle každého jednotlivého potenciálního zákazníka. Avšak taková individuální péče stojí peníze a osobní prodej může být velmi drahá záležitost. Tato forma musí být často spojena s hromadným prodejem a propagací.

## 2.4.2 HROMADNÝ PRODEJ

Hromadný prodej znamená komunikaci s velkým počtem zákazníků najednou. Hlavní formou hromadného prodeje je reklama – jakákoliv forma placené neosobní prezentace myšlenek, nápadů, zboží nebo služeb prostřednictvím určeného zadavatele. Reklama zahrnuje taková média, jako jsou časopisy, noviny, rozhlas a televize, reklama podél silnic a pošta. Publicita – jakákoliv neplacená neosobní neplacená prezentace nápadů, myšlenek, zboží nebo služeb – je další velmi důležitá forma propagace hromadného prodeje. Samozřejmě, že se lidem za publicitu platí. Oni se snaží vzbudit zájem o firmu a její nabídku, aniž by tato firma musela platit náklady na média.

## 2.4.3 PROPAGACE PRODEJE



OBRÁZEK 6: PŘÍKLADY ČINNOST PŘI PROPAGACI PRODEJE

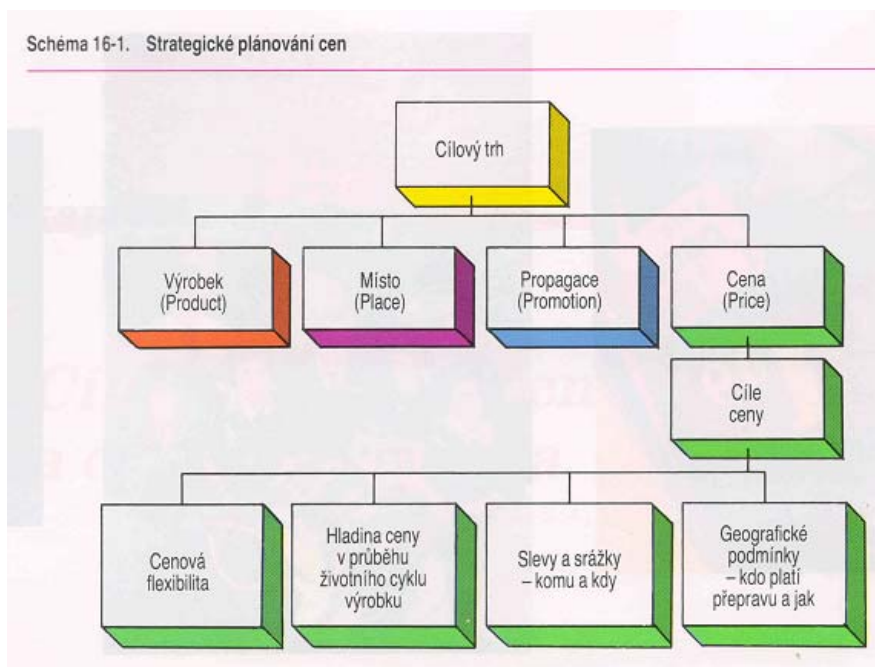
Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 302

Propagace prodeje se vztahuje k jiným propagačním aktivitám, než je reklama, publicita a osobní prodej a stimuluje u konečných zákazníků či jinde v distribučním kanále zájem,



vyzkoušení, nebo koupi. Mohou sem patřit kupóny, materiály o výrobku, vzorky, nálepky, štítky, katalogy, soutěže a oběžníky.<sup>6</sup>

## 2.5 CENA



**OBRÁZEK 7: STRATEGIE PLÁNOVÁNÍ CEN**

Zdroj: McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 358

Manažeři musí rozhodnout, jaká bude Price (cena). Při stanovení ceny musí zvážit, jaká je na trhu konkurence a náklady na celý marketingový mix. Je nutné také odhadnout, jak budou zákazníci reagovat možnou cenou. Kromě toho musí znát i současné praktiky při stanovení cenových přírůžek, slev a ostatních podmínek prodeje. Cena je to, co musíme platit za „něco“. O jakékoliv obchodní transakci v naší moderní ekonomice se může uvažovat jako o výměně peněz – peníze jsou cena – za něco. Tím „něčím“ může být fyzický produkt v různých stádiích dokončenosti s doplňkovými službami nebo bez nich, se zárukami na kvalitu nebo bez nich atd. Nebo to může být „čistá“ služba. Povaha a rozsah „něčeho“ determinuje částku peněz, za kterou dochází ke směně. Někteří zákazníci platí cenu podle ceníku. Jiní mohou dostat velkou slevu nebo sračky, protože „se něco neposkytuje“.

<sup>6</sup> McCARTHY, E. J., *Základy marketingu*, Praha: Victoria publishing, a. s., 1995, str. 302

## 2.5.1 CENOVÁ POLITIKA

Konkrétní cenová politika je pro jakoukoliv firmu životně důležitá. Cenová politika obvykle vede k nákladovým cenám – promyšleně stanoveným cenám. Jinými slovy, místo aby nechaly firmy denně rozhodovat pracovníky prodeje o cenách, mnoho z nich (včetně všech firem, které jsou v monopolistické konkurenci) stanoví své vlastní ceny. Některé firmy se ani nesnaží řídit ceny. Prostě se „přizpůsobují konkurenci“ nebo, co je horší, připočítají si náklady bez ohledu na poptávku. Chovají se tak, jako kdyby neměly při rozhodování o cenové politice žádnou možnost volby.

Pro marketingový mix je potřeba všech čtyř P. Měla by být navzájem provázaná. Je ale některý z nich důležitější, než ostatní? Všeobecně vzato není – všechna přispívají k úspěchu jednoho celku. Když se rozhoduje o marketingovém mixu, měla by být všechna (konečná) rozhodnutí o čtyřech P realizována najednou.

Výběr cílového trhu a vypracování správného marketingového mixu jsou dvě navzájem související činnosti. V obou se musí rozhodovat současně. Je to strategie, která musí být zhodnocena na pozadí cílů firmy – ne alternativní cílové trhy nebo alternativní marketingové mixy.

### 3 SITUAČNÍ ANALÝZA SPOLEČNOSTI S. M. K., A. S. BLANSKO

S. M. K., a. s. vznikla v roce 1993 s cílem zdokonalit služby pro všechny návštěvníky Moravského krasu. V několika málo letech byl kompletně zrekonstruován hotel Skalní Mlýn, Chata Macocha a vybudován systém ekologické dopravy v Národní přírodní rezervaci Moravský kras.



Zdroj: [www.smk.cz](http://www.smk.cz)

OBRÁZEK 8: HOTEL SKALNÍ MLÝN

**Hotel Skalní mlýn** má celoroční provoz a v hotelu je pro hosty připravena restaurace, večerní restaurace – piano bar, letní terasy, směnárna, a jiné služby. Hotelové pokoje jsou vždy s vlastním WC, sprchou, telefonem, rádiem a satelitní TV. Kapacita hotelu je 90 lůžek. Dostatek prostoru pro firemní jednání a školení poskytují učebny s variabilní možností uspořádání, které jsou standardně vybaveny televizí, videem, flip chartem a zpětným projektorem. Pro skupiny je možnost sestavení programu dle individuálních přání, včetně rezervací vstupů do všech jeskyní Moravského krasu.

**Chata Macocha** byla zrekonstruována v roce 1996 ve stylu moderních švýcarských horských chat s jednoduchým, leč účelným vybavením. Kapacita chaty je 60 lůžek. Součástí chaty je stylová restaurace s kachlovými kamny a venkovní terasou.

**Systém ekologické dopravy** spočívá v rychlém a bezpečném spojení atraktivních míst v Moravském krasu.

**Silniční vláčky** přepravují turisty mezi Skalním mlýnem a Punkevními jeskyněmi, lanová dráha dále vede k propasti Macocha. Trasa procházející bezprostřední blízkost vápencových skal je zárukou atraktivní vyhlídky.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Zdroj: [www.smk.cz](http://www.smk.cz)

V praktické části své bakalářské práce se budu věnovat marketingovému mixu v **hotelu Slávie v Pelhřimově**, který společnost S. M. K., a. s. koupila od společnosti SPV Plevnice, a. s. v roce 2006. Budova hotelu je postavena na Masarykově náměstí v Pelhřimově. Toto místo je vyhledávaným cílem nejen turistů, kteří zavítají do „města rekordů“, ale i místních obyvatel, jež chtějí obdivovat historické centrum, nebo jen tak zajít na nákupy a posedět na kávě nebo obědě.



Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

#### **OBRÁZEK 9: HOTEL SLÁVIE**

Zákazníci hotelu Slávie mohou využít v přízemí restauraci, jídelnu, v prvním patře budovy pizzerii a samozřejmě ubytování v pokojích. Ty jsou situovány ve třetím patře. Pro větší pohodlí a i pro usnadnění přístupu osobám se zdravotním postižením je v budově nainstalován výtah. Firmy mohou pořádat různá školení a konference v salóncu, k větším akcím je možné využít prostory malého sálu, který slouží jako místnost samoobslužné jídelny. Soukromé osoby mohou využít možnosti uspořádání soukromých oslav, ať to jsou svatby, oslavy narozenin, smutečních hostin.

## **3.1 PRODUKT**

Výrobky a služby hotelu Slávie je třeba rozdělit podle čtyř odlišných služeb, které nabízí svým zákazníkům.

### **3.1.1 SAMOOSLUŽNÁ JÍDELNA**

V prostředí se stálou prodejní výstavou malíře Tomáše Mejdrecha si mohou zákazníci každý den vybrat z nabídky dvou polévek a šesti hotových jídel. Jídelní lístek (ukázka viz. *příloha č.1*) se každý den obměňuje. Mimo dobu provozu jídelny, tedy cca po 15. hodině (o víkendu a ve svátek celodenně) lze prostory jídelny použít jako malý sál pro různé akce. Jídelna je dostatečně prostorná pro velký počet lidí. Kuchyně je situovaná hned vedle jídelny, jídlo se tedy dostane k zákazníkovi rychle a teplé. Do jídelny chodí často

zaměstnanci podniků, ve kterých nemají možnost závodního stravování ve vlastních prostorách.



Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

**OBRÁZEK 10: SAMOOBSLUŽNÁ JÍDELNA**

### 3.1.2 RESTAURACE

V restauraci si může zákazník vybrat ze široké nabídky studených předkrmů, polévek, teplých předkrmů, minulek z ryb, minulek z drůbežího masa, hovězího masa, vepřového masa, vepřových drobů, sýrových a bezmasých pokrmů, moučnicků, pohárů, slaných pochoutek, salátů a samozřejmě příloh. Jídelní lístek restaurace mám v příloze č. 2.



Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

**OBRÁZEK 11: RESTAURACE**

Plzeňský Prazdroj propůjčil hotelu Slávie certifikát za dodržení nejvyšší jakosti čepovaného Plzeňského piva a restaurace byla zahrnuta ve výčtu stovky nejlepších restaurací v České republice, kterou vypracovala firma Plzeňský Prazdroj. V kraji Vysočina je pouze pět restaurací, které byly do tohoto seznamu vybrány.

Jelikož se kuchyně nachází mezi jídelnou a restaurací, i zákazníci restaurace nemusí dlouho čekat na objednané pokrmy. Restaurace má okna s pohledem na Masarykovo náměstí, zákazníci mohou při jídle obdivovat krásy jednoho z největších náměstí v České republice.

### 3.1.3 PIZZERIE

Pizzerie se nachází v prvním patře hotelu. Zákazníci si vybírají z velkého množství druhů pizzy (např. Margherita – tomato, sýr, oregáno; Champignons – tomato, sýr, žampiony,

oregáno; Salame – tomato, sýr, trvanlivý salám, oregáno; Prosciutto – tomato, sýr, šunka, oregáno; atd.). Pizzerie nabízí celkem 38 druhů pizzy, mají průměr 30 centimetrů, v nabídce je také jeden druh pizzy s průměrem 50 cm, tato pizza má název Maxi pizza. Všechny pizzy je možné na přání zákazníka upravit přidáním nebo odebráním jednotlivých surovin použitých v základní nabídce. Je také možnost nechat si pizzu od obsluhy zabalit do krabice na pozdější konzumaci doma. Místnost pizzerie vloni prošla celkovou rekonstrukcí. V nabídce jídelního lístku pizzerie (viz. příloha č. 3) nejsou jen pizzy, ale také těstoviny (špagety, tortellini, penne rigate), risotto, masa (kuřecí a vepřové), saláty (šopský, italský, tuňákový, zeleninový), bezmasé pokrmy (zapečené americké brambory se slaninou a sýrem, bramborové noky), toasty a moučníky (medové dorty Marlenka, banana Split), poháry (horké maliny, horké borůvky, horké jahody a horké maliny) a samozřejmě přílohy (hranolky, dušená zelenina, americké brambory,).



Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

#### **OBRÁZEK 12: PIZZERIE**

V pizzerii se také nabízí různorodé míchané nápoje. Příklady míchaných nápojů jsou: Mojito, Měsíční serenáda, Zelené tajemství, Sněhová koule, Rákosníček apod. Pod těmito roztodivnými názvy se skrývají různorodě smíchané alkoholické i nealkoholické nápoje. Na své si přijdou i řidiči nebo zákazníci, kteří na alkohol nemají chuť. Pro ně je v nabídce Jahodovo-banánový koktejl, Hruškovo-skořicový koktejl, Americká limonáda a Frappe koktejl. Celková nabídka míchaných alkoholických a nealkoholických nápojů je v příloze č. 4.

### **3.1.4 HOTEL**

Hotel má ubytovací kapacitu celkem 22 lůžek. Zákazníci si mohou vybrat z nabídky jednolůžkových, dvoulůžkových (uspořádané jako 2 lůžko nebo jako dvě samostatná lůžka) a 2 – 4 lůžkových pokojů. Celkem je v hotelu 9 pokojů, všechny jsou prostorné, světlé a vybaveny ústředním topením. Všechny pokoje jsou vybaveny televizním přijímačem. Součástí každého pokoje je i vlastní sociální zařízení s toaletou, umyvadlem a sprchovým koutem. V pokojích lze kouřit.



Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

**OBRÁZEK 13: UKÁZKA POKOJE**

Rezervaci pokojů lze provést přímo telefonicky s provozním vedoucím hotelu nebo e-mailem na adrese: [hotelslavie@pel.cz](mailto:hotelslavie@pel.cz). Je také možné rezervovat pokoj přes rezervační systém [www.hotel-ubytovani.com](http://www.hotel-ubytovani.com). Recepce je umístěná v restauraci, a protože se jedná o malý hotel, nemá Slávie stálou recepční, rezervace vyřizuje účetní paní Lenka Skokanová, nebo provozní vedoucí pan Jaroslav Novák a pan Jaroslav Kašpar.

#### **3.1.4.1 POKOJ Č. 1**

4 lůžkový pokoj s výhledem na Masarykovo náměstí. Pokoj je tvořen dvěma místnostmi, v každé z nich jsou dvě oddělené postele. Pokoj je vybaven dvěma konferenčními stolky, dvěma křesly, skříněmi, zrcadly a květinovou výzdobou. Mimořádnou výbavou pokoje je lednice a satelitní přijímač. Vhodný pro rodinu s dětmi.

#### **3.1.4.2 POKOJ Č. 2**

2 lůžkový pokoj tvořený jednou místností a sociálním zařízením s výhledem na Masarykovo náměstí. Postele lze uspořádat do podoby manželské nebo odděleně. V pokoji je televizní přijímač, dva konferenční stolky, křesla, dvě skříně a květinová výzdoba.

#### **3.1.4.3 POKOJ Č. 3**

2 lůžkový pokoj s výhledem na Masarykovo náměstí. Postele lze uspořádat jako manželské nebo odděleně. V pokoji se nachází televizní přijímač, dva konferenční stolky, dvě křesla, květinová výzdoba. Mimořádnou výbavou je satelitní přijímač. Lze využít i jako 1 lůžkový pokoj.

#### **3.1.4.4 POKOJ Č. 4**

2 lůžkový pokoj s výhledem na Masarykovo náměstí. Postele jsou oddělené každá na druhé straně pokoje. V pokoji je televizní přijímač, skříně, psací stůl, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Jako mimořádná výbava je zapojena lednice a satelitní přijímač. Lze využít jako jednolůžkový pokoj.

#### **3.1.4.5 POKOJ Č. 5**

2 lůžkový pokoj s výhledem na parkoviště a budovu České pošty. Postele lze rozdělit konferenčním stolem nebo spojit do manželské postele. V pokoji je televizní přijímač, skříň, psací stůl, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Jako mimořádná výbava je zapojena lednice.

#### **3.1.4.6 POKOJ Č. 6**

2 lůžkový pokoj s výhledem na parkoviště a budovu České pošty. Pokoj je tvořen dvěma místnostmi, předsíní a ložnicí. Postele jsou uspořádány jako manželské. V pokoji je televizní přijímač, skříň, psací stůl, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Tento pokoj žádnou mimořádnou výbavu nemá.

#### **3.1.4.7 POKOJ Č. 7**

2 lůžkový pokoj s výhledem na parkoviště a budovu České pošty. Pokoj je tvořen dvěma místnostmi. V každé místnosti je jedna postel pro zaručení většího soukromí zákazníků. V pokoji je televizní přijímač, skříň, psací stoly, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Tento pokoj nemá žádnou mimořádnou výbavu.

#### **3.1.4.8 POKOJ Č. 8**

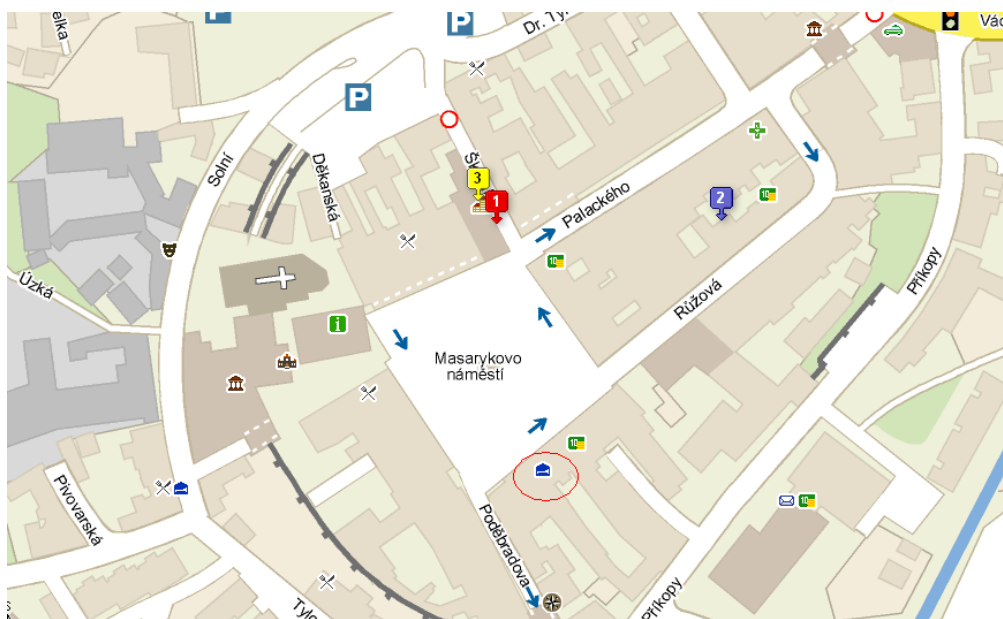
2 lůžkový pokoj s výhledem na parkoviště a budovu České pošty. Pokoj je tvořen jednou místností. Postele jsou uspořádány jako manželské. V pokoji je televizní přijímač, skříň, psací stůl, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Pokoj nemá žádnou mimořádnou výbavu.

#### **3.1.4.9 POKOJ Č. 9**

4 lůžkový pokoj s výhledem na parkoviště a budovu České pošty. Pokoj je tvořen dvěma místnostmi, v každé jsou dvě postele. V jedné místnosti jsou postele uspořádány jako manželské a v druhé oddělené. V pokoji je televizní přijímač, skříň, psací stůl, konferenční stolky, křesla, květinová výzdoba. Jako mimořádná výbava jsou zabudovány lednice a satelitní přijímač.



## 3.2 MÍSTO PRODEJE



**OBRAZEK 14: UMÍSTĚNÍ HOTELU SLÁVIE V CENTRU MĚSTA PELHŘIMOV**

Zdroj: [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz), vlastní zpracování

Budova hotelu je postavena na historickém náměstí města Pelhřimova. Jedná se o nejnavštěvovanější místo v celém městě. Na náměstí se soustřeďuje veškeré dění, ať jsou to nejrůznější akce Kulturního zařízení města Pelhřimova (jako např. letní koncerty dechové hudby, vystoupení dětí z lidové školy umění, pelhřimovská pouť, vánoční trhy) nebo agentury Dobrý den, která každoročně pořádá lidmi hojně navštěvovaný „Festival rekordů a kuriozit“. Hotel Slávie je položen na strategickém místě a má zajisté v tomto ohledu výhodu oproti konkurenci.

### 3.2.1 PELHŘIMOVSKÉ NÁMĚSTÍ

Čtvercové náměstí je tvořeno z větší části jednopatrovými domy s podloubím a fasádami, jejichž jádra jsou většinou pozdně gotická a renesanční. Uprostřed náměstí je empírová kamenná kašna se sochou sv. Jakuba Většího a poblíž náměstí stojí někdejší zámek pánů z Říčan (dnes Muzeum Vysočiny) v sousedství s děkanským kostelem sv. Bartoloměje. Městskou památkovou rezervaci tvoří dále zbytky městských hradeb, zvýšená Dolní (Jihlavská) brána (nyní se v ní nachází muzeum rekordů a kuriozit patřící agentuře Dobrý

den), Horní (Rynářská) brána s barokní vížkou a nízká tzv. Solní brána u zámku.



**OBRÁZEK 15: VĚŽ SVATÉHO BARTOLOMĚJE**

Znalci architektury tvrdí, že seznam Zdroj: [www.google.cz](http://www.google.cz) stavebních slohů je na pelhřimovském náměstí kompletní: gotika, renesance, baroko, rokoko, klasicismus, empír, secese, kubismus a funkcionalismus. Pro orientaci může posloužit, že severní a západní část náměstí pochází z 18. století, jižní a východní strany pravidelného čtvercového náměstí jsou mladší – podepsaly se na nich přestavby v 19. a 20. století.

Severní straně vévodí tzv. Jílkův dům (čp. 61), který patří k několika málo stavbám ve městě, které si uchovaly renesanční štít z doby před velkým požárem z roku 1766. Podobně renesanční ráz si uchoval i měšťanský dům čp. 14 na západní straně náměstí – na domě byla při rekonstrukci objevena figurální sgrafita s náboženskou tematikou. Renesančním slohem se může také pochlubit Purkrabský dům (čp. 17) na západní straně náměstí. I tento dům, ve kterém dnes sídlí Galerie M a Muzeum strašidel, je pokryt sgrafity objevenými při rekonstrukci v roce 1925.

Typickým představitelem barokní přestavby centra Pelhřimova je řada měšťanských domů na severní straně náměstí. Dominantou je radnice (čp. 1), tzv. Rytířský dům, jako jediná z této řady budov si však nedochovala barokní štít, který byl stržen v roce 1841.

Hotel Slávie je pro zmožené turisty díky své poloze na Masarykově náměstí snadným cílem pro občerstvení. A také kdo by nechtěl přespát v centru města přímo v historické budově hotelu Slávie.

## 3.3 PROPAGACE



**OBRAZEK 16: POHLED NA HOTEL SLÁVIE Z MASARYKOVA NÁMĚSTÍ**

Zdroj: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz)

Jako každá společnost i hotel Slávie v Pelhřimově věnuje velkou část svého marketingu propagaci. Aby si zákazníci všimli, že tento hotel existuje, musí mít vytvořené odpovídající webové stránky, plakáty upozorňující na zvýhodněné nabídky sortimentu a inzerci v tisku.

### 3.3.1 WEBOVÉ STRÁNKY HOTELU

Hotel Slávie v Pelhřimově má své vlastní webové stránky: [www.hotelslavie.pel.cz](http://www.hotelslavie.pel.cz). Na nich může zákazník získat veškeré kontakty na hotel: adresu, telefon do účtárny, telefon do pizzerie, fax a email. Je na nich i rozsáhlá fotogalerie hotelu z venku i zevnitř. Najde zde i jídelní a nápojové lístky restaurace, pizzerie a denně účetní hotelu paní Lenka Skokanová obměňuje jídelní lístek hotových jídel v samoobslužné jídelně a vyvěšuje ho na tyto webové stránky.

V sekci hotel může zákazník nahlédnout do toho, jaké druhy pokojů hotel nabízí a fotogalerie vybavení pokojů. Je zde také popsáno vybavení všech pokojů. V záložce „stravování“ jsou stručně popsány služby a produkty restaurace, jídelny a pizzerie. Najdeme zde i nabídku pořádání svateb a večírků, které se mohou konat v konferenčním salonku ve druhém patře hotelu vedle pizzerie, nebo při nutnosti většího prostoru je možné využít malý sál (samoobslužnou jídelnu).

Webové stránky jsou vytvořené přehledně a uspořádaně. Je možné také v záložce „odkazy o Pelhřimově a okolí“ najít mnoho užitečných webových stránek o věnujících se informacím o pelhřimovsku i celé Vysočině.

### **3.3.2 OSTATNÍ FORMY PROPAGACE**

Hotel Slávie nevěnuje velkou pozornost propagaci své společnosti. Jednou za čas zadá do pelhřimovského Týdeníku inzerát, kde upozorňuje na své služby a ukazuje kontakty. Při konzultaci s ředitelem hotelu panem Ondřejem Koubkem jsem byla požádána o návrh reklamního letáku, tomuto se budu věnovat v kapitole „Zpracování návrhu implementace u marketingového mixu dané společnosti“.

## **3.4 CENA**

### **3.4.1 SAMOOBSLUŽNÁ JÍDELNA**

V jídelním lístku hotových jídel si zákazníci mohou vybrat ze dvou druhů polévek. A ze šesti druhů hotových jídel. Ceny se pohybují v relaci znázorněné v *příloze č. 6*.

### **3.4.2 RESTAURACE**

V nabídce minutek jídelního lístku restaurace hotelu Slávie jsou ceny stanovené v různých kategoriích. Rozpětí cen v restauraci hotelu Slávie je v *příloze č. 6*

### **3.4.3 PIZZERIE**

V pizzerii se ceny pizzy pohybují od sedmdesáti korun až po dvě stě třicet korun za „Maxi pizzu“. Kompletní rozpětí cen u pokrmů, které nabízí pizzerie si můžete prohlédnout v *příloze č. 6*.

### **3.4.4 HOTEL**

V hotelové části zaplatí zákazník cenu pokoje za jednu noc a to podle počtu lůžek nacházejících se v pokoji. Popis vybavení jednotlivých pokojů byl zpracován výše. Přehled cen hotelové části je v *příloze č. 6*.

Při konzultaci s provozním ředitelem hotelu panem Ondřejem Koubkem jsem vnesla otázku, jakým způsobem stanovují ceny. Dostalo se mi odpovědi, že ceny jídel jsou stanoveny v podstatě „odhadem“. Zajímalo ho, jak si hotel vede v porovnání s konkurencí, proto v části mé bakalářské práce „Zpracování návrhu implementace marketingového

mixu dané společnosti“ budu porovnávat zjištěné ceny u konkurence s cenami právě hotelu Slávie.

### **3.5 SWOT ANALÝZA**

Výše jsem popsala podnik, pro který zpracovávám marketingový mix, jeho jednotlivé složky, produkty a služby, jež zákazníkům nabízí.

Pro objasnění situace, ve které se hotel nachází, jsem si vybrala SWOT analýzu, která popíše silné a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby.

#### **Silné stránky**

- dobré umístění v centru statutárního města Pelhřimova
- široký sortiment míchaných nápojů
- uplatňování fantazie při výběru názvů připravovaných pokrmů
- zrekonstruovaná kuchyně a příjemné prostředí v pizzerii

#### **Slabé stránky**

- vyšší ceny za ubytování
- menší zaměření se na propagaci
- vyšší fluktuace zaměstnanců

#### **Příležitosti**

- zaměření se na pořádání „specializovaných“ dnů
- rekonstrukce nevyužitě části hotelu a přestavba na pokoje
- zlepšování propagace hotelu
- rostoucí popularita města Pelhřimova jako turistického cíle

#### **Hrozby**

- možnost vstupu nových konkurentů na trh v oblasti pohostinství
- nízké platy obyvatel Pelhřimova
- sezónnost

## **4 ZPRACOVÁNÍ NÁVRHU IMPLEMENTACE U MARKETINGOVÉHO MIXU DANÉ SPOLEČNOSTI**

Při konzultacích s provozním ředitelem hotelu jsem byla požádána o spolupráci v návrzích řešení v oblasti marketingového mixu této společnosti. Analyzovali jsme situaci v Pelhřimově a porovnávali hotel Slávie s dalšími provozovny v tomto městě a okolí. Na základě analýzy jsme vytvořené návrhy společně konzultovali. Budu muset opět rozlišovat všechny služby, které hotel Slávie nabízí, a to samoobslužnou jídelnu, restauraci, pizzerii a hotel. V Pelhřimově se nachází několik hotelů, restaurací, nebo jenom pizzerií, ale kromě jediného zařízení (hotelu Rekrea) žádné nenabízí tak komplexní služby pro zákazníky jako hotel Slávie.

### **4.1 PRODUKT**

#### **4.1.1 SAMOOBSLUŽNÁ JÍDELNA**

V Pelhřimově se nachází několik restaurací, jež nabízí stravování v podobě poledních „meníček“. Ale nejsou zde žádné prostory nabízející stravování jídelního typu, tak jako jídelna hotelu Slávie. Zaměstnanci pelhřimovských podniků mohou chodit i do školních jídelen, kde také dostanou v poledne teplé jídlo, ale musí být zde zaregistrovaní a mít vlastní výdejní kartu, na již odebírají jídlo. Nemohou tedy použít stravenky, které mají ve většině případů k dispozici.

Polední menu se v jídelně každý den obměňuje dle návrhu šéfkuchaře. Účetní paní Lenka Skokanová každý den vkládá nabídku poledního menu na internetové stránky hotelu Slávie. Zákazníci si proto mohou u Internetu rozhodnout, zda na oběd zajdou do jídelny hotelu Slávie. Měla jsem k dispozici porovnání dvou provozoven, kde každý den obměňují polední menu. Jsou to: restaurace U Hradeb a pizzerie Na Náměstí v Pacově.

Restaurace U Hradeb v Pelhřimově nabízí jeden druh polévky a čtyři druhy hlavních jídel. Polední nabídka zahrnuje také jedno bezmasé jídlo, aby si mohli vybrat i vegetariáni. Restaurace se snaží o rozmanitost v druzích masa (měla jsem k dispozici týdenní jídelní lístek poledních menu a snažili se dát do výběru co největší počet druhů masa). Jako výhodu této jídelny spatřuji nabídku moučníků. Po obědě je možnost zakoupit si různé druhy zákusků, například teplou vafli s džemem a šlehačkou, medovník, apod.

Druhou restaurací, jež nabízí polední menu je pizzerie Na Náměstí v Pacově. V jídelním lístku je na výběr jedna polévka a čtyři druhy hlavních jídel. Každý den je mezi těmito čtyřmi jídly na výběr jeden druh pizzy a jeden druh salátu, nebo třeba topinky.

Ze všech tří restaurací a jídelen, které jsem porovnávala, samoobslužná jídelna hotelu Slávie nabízí největší počet druhů jídel. Zákazníci mají možnost si vybrat ze dvou druhů polévek a ze šesti druhů hlavních jídel. Ne každý den se vyskytne na jídelním lístku bezmasé jídlo, to by mohlo odlákat určitý segment zákazníků ke konkurenci. Pro samoobslužnou jídelnu jsme také vymysleli možnost nabídky moučníků jak to dělá restaurace U Hradeb. Lidé určitě ocení možnost zakoupit si po obědě „sladkou tečku“.

#### **4.1.2 RESTAURACE**

Hotel Slávie nabízí v jídelním lístku restaurace široký výběr minutkové kuchyně. V jídelním lístku se najde jak tradiční druhy jídla, které se najdou v každé restauraci (jako např. kuřecí plátek zapečený s broskví a sýrem, vepřový řízek, smažený sýr a smažený hermelín), ale šéfkuchař vymyslel i spoustu „podivných“ názvů jídel, jež musí v zákazníkovi vzbudit zvědavost, co se pod nimi skrývá. Jsou to např. klobása „pana Prokeše“, kuřecí šavlička, biftek Argentina, svíčkové řezy Djulbastia, medvědí tlapa, satanova stopa, pelhřimovský řízek apod.)

Získala jsem jídelní lístky několika restaurací v Pelhřimově a okolí. Konkrétně z hotelu Rekrea a restaurace U Hradeb a hodovny Na Kolíbce.

Restaurace U Hradeb je současně i čínská restaurace, jídelní lístek je rozdělen do dvou částí - a to klasické minutky a čínská kuchyně. V klasické kuchyni mají menší výběr jídel než restaurace hotelu Slávie a také názvy jídel neskrývají překvapení pro zákazníka tak jako jídla ve Slávii. Na druhou stranu restaurace u Hradeb má výhodu v tom, že mají v nabídce širokou nabídku čínské kuchyně. Když jdou zákazníci ve skupině, může si každý vybrat podle svého gusta: buď čínské jídlo, nebo tradiční minutku.

Restaurace v hotelu Rekrea je také lidmi dost navštěvovaná. Oproti restauraci ve Slávii nabízí širší okruh nabízených specialit z ryb a pro rodiny s dětmi má jídelním lístku speciální nabídku dětských jídel, jež mají menší porci než „normální“ menu.

Hodovna na Kolíbce je z těchto tří restaurací svou polohou nejbližší hotelu Slávie. Provozovna je přímo v sousední budově. Z polévek má v jídelním lístku pouze jeden druh. Jako hlavní jídla má širokou nabídku steaků (z těchto tří restaurací největší). Dále jsou v jídelním lístku těstoviny, speciality „k pivečku“ a saláty.

Porovnání všech těchto provozoven jsem konzultovala s provozním ředitelem hotelu a dospěli jsme k závěru, že restaurace v hotelu Slávie vyniká fantazií uplatněnou v názvech jídel. To by mohlo přilákat zákazníka, který rád zkouší nové věci a nechává se rád překvapit. Určité rezervy má restaurace v již zmiňovaných porcích pro děti a v určité specializaci. Myslíme si, že uspořádat jednou za čas den zaměřený na nějakou oblast, by mohlo lidi do restaurace přitáhnout. Mohou to být například dny specializované na nějakou světovou kuchyni (například řeckou, indickou, mexickou apod.). Hotel Slávie má i prostory za hotelem, které slouží jako parkoviště pro hosty. Jsou zde i stoly, kde v letních měsících hosté obědvají. Mohly by se zde v létě pořádat dny, kdy by se grilovalo prase nebo kuřata. Pivo by určitě také teklo proudem.

### **4.1.3 PIZZERIE**

Jídelní lístek pizzerie nabízí, jak již bylo napsáno, skoro čtyřicet druhů pizzy. Pizzy jsou zdobeny nejrůznějšími druhy sýrů, salámů, ovoce, zeleniny i masa jako např. tuňák). V Pelhřimově jsou provozovány tři pizzerie. Bohužel od jedné se mi nepodařilo sehnat jídelní lístek pro porovnání produktu. Sehnala jsem jídelní lístky pizzy z hodovny Na Kolíbce a pizzerie Na Náměstí v Pacově. Tato pizzerie je velmi vyhledávána i obyvateli Pelhřimova a okolí. Město Pacov leží asi 15 kilometrů od Pelhřimova.

Pizzerie Na Náměstí v Pacově nabízí pro návštěvníky necelých třicet druhů pizzy. Oproti pizzerii v hotelu Slávie v Pelhřimově má na výběr jiné druhy pizzy (například pizza s čokoládou, banánem, mletými ořechy a šlehačkou, nebo pizzu s jablkovým pyré, jablkem a skořicí). I proto je možné, že návštěvníci naší pizzerie jezdí do Pacova na „ochutnávku“ zase úplně jiných druhů pizzy, mají rádi změnu. Další výhodou pacovské



pizzerie je větší průměr pizzy. V tamní pizzerii pečou pizzy o průměru 32 cm, kdežto v pizzerii hotelu Slávie „pouze“ o průměru 30 cm. V nabídce ostatních druhů jídel jsou obě pizzerie na srovnatelné úrovni. V pizzerii na pacovském náměstí pořádají také oslavy narozeniny pizzerie, rauty a silvestrovské oslavy. Nespornou konkurenční výhodou pacovské pizzerie je určitě provozování rozvážkové služby pizzy po Pacově a okolí a také delší otevírací doba.

Pizzerie hodovny Na Kolíbce je otevřená teprve dva měsíce. Hodovna Na Kolíbce má provozovnu hned vedle budovy hotelu Slávie. V jídelním lístku pizzerie mají na výběr z 35 druhů pizzy. U každé pizzy mají dva druhy ceny a to podle velikosti. Zákazník si proto může vybrat tu, jež mu „podle hladu“ vyhovuje.

Opět jsem porovnávala produkty a služby v naší pizzerii a v pizzeriích v Pelhřimově a okolí. Pizzerie v hotelu Slávie má největší výběr v druzích pizzy, nabízí také jednu speciálně velkou „Maxi pizzu“. Z hlediska přilákání zákazníků by bylo výhodné zahrnout do nabídky dvě velikosti pizzy, aby i děti mohli sníst celou porci. Nespornou výhodou naší pizzerie je široká nabídka míchaných nápojů, na nápojovém lístku si mohou zákazníci vybrat z míchaných alkoholických nápojů a míchaných nealkoholických nápojů. Názvy a složení nápojů vymýšlí číšníci a opět zapojili veškerou fantazii. V nabídce jsou nápoje s názvy jako Měsíční serenáda, Hebká masáž, Cesta do nebe, Labyrinty vášně (45. díl mexické telenovely), Zlaté torpédo apod. V Pelhřimově není žádná jiná pizzeria ani restaurace, která by měla v nabídce tolik druhů míchaných nápojů. Prostory pizzerie prošly vloni kompletní rekonstrukcí. Bylo nakoupeno kompletně nové vybavení kuchyně, nové zařízení na pečení pizzy, nová kuchyňská linka. V prostorách pizzerie byly vyměněny podlahy, lustry a celá místnost byla vymalována, aby si lidé užili posezení v prostředí navozujícím příjemnou atmosféru. Podlaha byla vyměněna za plovoucí v barvě tmavě hnědé, zdi se vymalovaly ve světle oranžové s tmavě oranžovým nástřikem a závěsy se vyměnily za nové v barvě zelené a oranžové. A v celém prostoru pizzerie se nesmí kouřit.

#### **4.1.4 HOTEL**

Pro analýzu situace s ubytováním v Pelhřimově a blízkém okolí jsem si vybrala šest ubytovacích zařízení. Jsou to hotely, penziony i motely. Konkrétně v Pelhřimově je kromě

hotelu Slávie pouze jeden hotel a to hotel Rekrea, jinak se zde vyskytují spíše penziony. Zaměřila jsem se v Pelhřimově na penzion Lucerna a hotel Rekrea a v okolí Pelhřimova: motel Bernard ve Starém Pelhřimově (1 km od Pelhřimova směrem na Tábor), motel Farma v Poříčí (3 km od Pelhřimova ve směru na Humpolec), motel Velký Rybník (10 km od Pelhřimova ve směru na Humpolec) a hotel Křemešník (9 km ve směru na Nový Rychnov).

Hotel Rekrea je největším hotelem v Pelhřimově, byly mu přiděleny tři hvězdičky. Celková kapacita hotelu je 110 lůžek s možností přistýlek (celkem až 150 lůžek). Do standardního vybavení pokojů patří sociální zařízení, TV, rádio a telefon. Výhodou např. pro cestovní kanceláře je ubytování zdarma každé 21. osoby. Další slevy poskytuje i při opakované spolupráci (věrnostní slevy), ubytování většího počtu skupin, popř. v závislosti na délce ubytování. Mezi služby hotelu patří také: bezbariérový přístup, hlídané parkoviště, fitnesscentrum, solárium, kadeřnictví, nepřetržitý provoz na recepci s možností občerstvení, směnárna, kopírna, internet, telefon, fax, průvodcovské služby, cateringové služby, roomservis, úschova cenných věcí a hotovosti a taxi služba.

Penzion Lucerna v Pelhřimově poskytuje ubytování v 16 dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky se sprchovým koutem, WC, ledničkou, televizí, telefonem a přípojkou na Internet. K dispozici je i jedno apartmá a bezbariérový pokoj. Zákazníci penzionu mohou zaparkovat svá auta na hlídaném parkovišti v objektu.

Motel Bernard se nenachází přímo v Pelhřimově, ale asi 1 km od něj a to u silnice první třídy směrem na Tábor. Nabízí ubytování ve dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky. Všechny pokoje jsou vybaveny sprchovým koutem a WC, je také na výběr si za příplatek objednat exkluzivní apartmá, tento pokoj je vybaven BTV, satelitem, minibarem, fénem, sprchovým koutem a WC). Pro parkování je určeno nekryté parkoviště u hotelu (20 míst), v garáži (8 míst) a oplocené hotelové parkoviště (8 míst). Do všech prostor motelu mají přístup psi.

Motel Farma v Poříčí je od Pelhřimova vzdálen asi 3 km u silnice první třídy směrem na Humpolec. Zákazníkům je k dispozici 17 dvoulůžkových pokojů s možností přistýlek. Pokoje jsou vybaveny kompletním sociálním zařízením, vysoušečem vlasů, barevným televizorem se satelitním příjmem, telefonem s přímou volbou a lednicí. Tento motel je

vhodný zejména pro lidi, kteří mají v zálibě rybaření. Součástí Farmy je kaskáda tří rybníků, v nichž se chovají rozmanité druhy ryb. Chov ryb je založen na ekologickém evolučním principu, bez výrazného zásahu člověka, je tedy možné si domluvit rybaření. Každoročně se také pořádá podzimní výlov.

Motel Velký Rybník leží přibližně 9 km od Pelhřimova u silnice první třídy ve směru na Humpolec. Kapacita ubytovaných je 19 osob. Každý pokoj je vybaven vlastní koupelnou s toaletou a televizor. Z pokojů je výhled na okolní kopcovité krajiny. V prostorách celého motelu je možnost připojení k Internetu prostřednictvím Wifi.

Hotel Křemešník je postaven na vrcholu poutního místa Křemešník, 9 km jihovýchodně od Pelhřimova. Na vrcholu zalesněného kopce (765 metrů n.m) vznikl v 1. polovině 18. století barokní kostelík. Kolem něj, na třech stranách, byly vystavěny ambity s dvěma kaplemi. K tomuto prostoru vedla také křížová cesta. Studánku s léčivou vodou "střeží" barokní kaple z roku 1689, upravená před 2. světovou válkou. Zdejší voda protéká stříbrnosnými rudami a je slabě radioaktivní. Asi 400 metrů od kostela se nachází ocelová rozhledna „Pípalka“ (běžně přístupná turistům), umožňující výhledy všemi směry. Hotel je kompletně zrekonstruován, s moderním a nadstandardním vybavením. Veškeré interiéry jsou provedeny tak, aby nebyl narušen „duch“ horského hotelu. Použité materiály jsou – masivní dřevo v kombinaci s kovem a kamenem. V rámci ubytování nabízí 15 dvoulůžkových pokojů s vlastním sociálním zařízením (sprchový kout a WC) a možností přistýlky. Pokoje jsou vybaveny televizorem se satelitním přijímačem, minibarem a CD přehrávačem.

Hotel Slávie patří spíše k malým hotelům, v porovnání s hotelem Rekrea nemá tak širokou nabídku doprovodných služeb k ubytování, nenabízí fitnesscentrum, kadeřnictví, ani směnářské služby. Není zde ani recepce se stálou recepční. Objednávky na ubytování vyřizuje provozní ředitel hotelu nebo účetní. Přihlášení a odhlášení hostů na ubytování se provádí u baru v restauraci v přízemí, kde je zřízena recepce. Slávie je také bezbariérovým hotelem s vlastním výtahem. Myslíme si, že pro větší pohodlí zákazníků v této době by bylo dobré zavést do celého objektu hotelu bezdrátový přístup na Internet přes Wifi, aby lidé mohli z pokojů vyřizovat korespondenci a pracovat. Podle mého názoru by také bylo vhodné v pokojích mít větší květinovou výzdobu, vyměnit závěsy a záclony a sladit povlečení na postele, aby zákazníci měli možnost se cítit skoro „jako

doma“. Jelikož se ve Slávii často pořádají školení podniků, bylo by vhodné umožnit množstevní slevy (při zaplnění celé kapacity hotelu lidmi z těchto podniků), nebo slevy za věrnost, aby se zákazníci vraceli. V budoucnu se také plánuje přístavba nových prostor, jež budou využity jako pokoje, tudíž se zvýší kapacita celého hotelu. K tomuto účelu budou využity prostory s výhledem na parkoviště.

## 4.2 MÍSTO PRODEJE



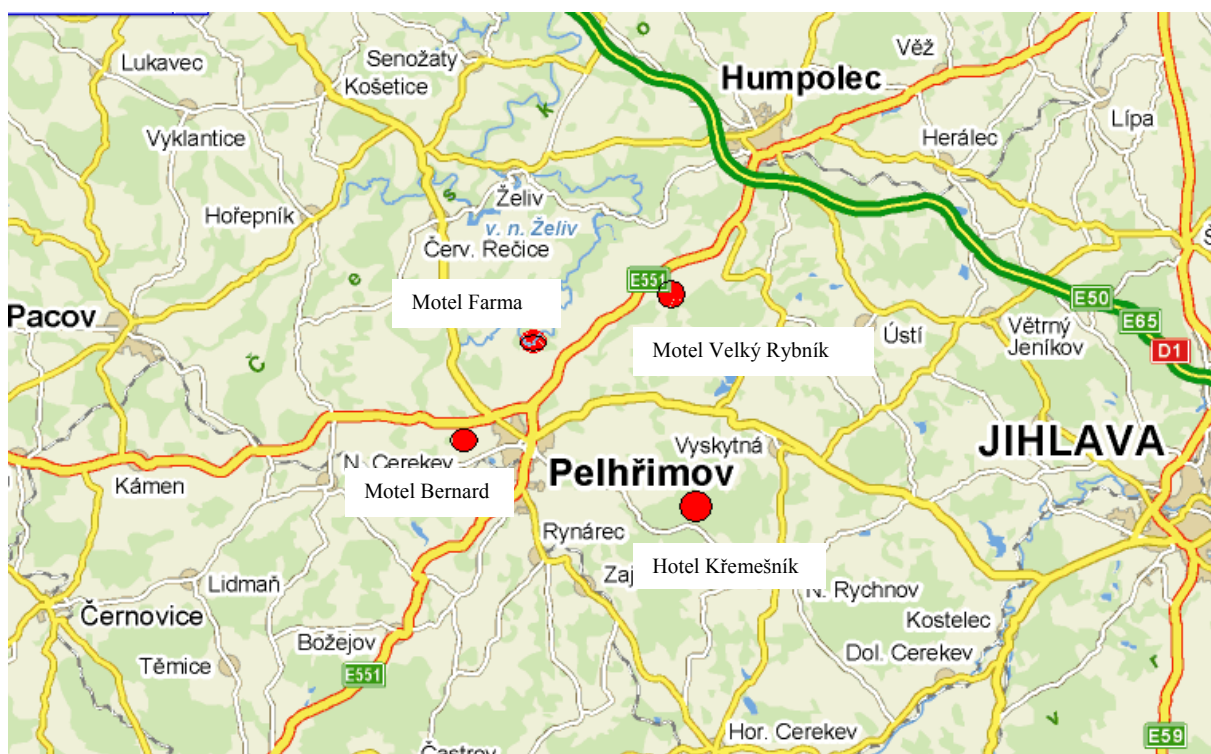
OBRÁZEK 17: ROZMÍSTĚNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V CENTRU PELHŘIMOVA

Zdroj: [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz), vlastní zpracování

Z hlediska polohy má hotel Slávie nejlepší konkurenční výhodu ze všech ubytovacích zařízení v Pelhřimově a okolí. Na náměstí je největší ruch a je tam nejvyšší koncentrace památek v Pelhřimově. Hotel Slávie spolupracuje s agenturou Dobrý den při pořádání mezinárodního festivalu Pelhřimov - město rekordů. Zajišťuje v rámci svých možností ubytování hostů a návštěvníci mají z pokojů výhled na celou akci. Na *obrázku č.17* můžete vidět rozmístění ubytovacích zařízení v centru Pelhřimova. Největší pelhřimovský hotel Rekrea leží od středu města přibližně 200 m daleko, navíc se musí přejít frekventovaná silnice při chůzi do centra města. Penzion

Lucerna leží nedaleko náměstí (přibližně 100 m) a penzion u Fáry, jež leží také vedle náměstí, je malý penzion, který nemá ani vlastní webové stránky. Ohledně polohy má hotel Slávie ze všech hotelů zajisté nejlepší výchozí pozici.

Na *obrázku č. 18* je znázorněno rozmístění ostatních nejznámějších ubytovacích zařízení v okrese Pelhřimov. Motel Farma a motel Velký Rybník mají výhodnou pozici, jelikož silnice mezi Pelhřimovem a Humpolcem je velmi frekventovaná jak osobní, tak i nákladní dopravou. Tyto motely mají speciálně uzpůsobená parkoviště pro nákladní automobily s návěsem. Motel Bernard zase leží v pelhřimovské místní části Starý Pelhřimov, jedná se opět o hlavní tah, tentokrát z Pelhřimova do Tábora. Také je vidět často obsazení parkoviště právě nákladními automobily. Hotel Křemešník zase stojí ve velmi oblíbené turistické destinaci, a to na známém poutním místě Křemešník.



**OBRÁZEK 18: ROZMÍSTĚNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ NA PELHŘIMOVSKU**

Zdroj: [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz), vlastní zpracování

Pokud jde o pizzerii je hotelu Slávie přímým konkurentem v místě prodeje hodovina Na Kolíbce, před dvěma měsíci si přímo vedle budovy hotelu Slávie otevřela svou pizzerii.

## 4.3 PROPAGACE

V našem výběru hotelů na Pelhřimovsku se většina aktivně věnuje své propagaci. Nejvíce podle mého názoru však hotel Křemešník. Při sjezdu z dálnice D1 u Humpolce mají

pronajatou billboardovou plochu upozorňující na možnost ubytování a stravování. Tento hotel také má vyvěšeny po okrese na plakátových plochách letáky s vypsanými plánovanými pořádanými akcemi (například Pohádkový den, Valentýnský den, Procházka strašidelným lesem apod.). Nejvíce tímto lákají rodiny s dětmi, jež vyráží o víkendech na Křemešník na procházky a rekreovat se. Ke svým akcím využívá všech možností, které křemešnické lesy nabízí. V zimě je na Křemešníku otevřená sjezdovka s lanovkou. Hotel Rekrea inzeruje v novinách a při vjezdu do města má pronajatý billboard upozorňující, kde hotel návštěvníci města najdou. Všechny hotely, motely a penziony mají propracované webové stránky, kde si zákazník vyhledá veškeré informace o vybavení pokojů, cenách pokojů, jídelních lístcích a tipech na výlety po okolí Pelhřimova včetně potřebných kontaktů. Na všech webových stránkách jsou také vyvěšeny fotografie pokojů a prostor ubytovacího zařízení.

V rámci propagace jsem byla požádána o návrh nového propagačního letáku pro tento hotel. Propagaci by měl hotel dle mého názoru upřít větší pozornost, než dělal dosud. Nyní se blíží letní sezóna a turisté budou shánět ubytování na své dovolené, musí se nějakou cestou dozvědět, že hotel Slávie existuje a nabízí pro ně výhodné služby. Propagační leták jsem vložila do *přílohy č. 5*.

Jako vhodnou formu propagace jsme zvolili reklamu v místním rádiu Vysočina a pronájem billboardové plochy nedaleko dálničního exitu 90 Humpolec, jelikož jsme usoudili, že většina potenciálních zákazníků bude do Pelhřimova cestovat po dálnici D1 a sjedou z dálnice právě na tomto exitu. Vhodné by bylo také upozorňování na různé akce v místních inzertních novinách „Týdeník“. Zde by mohl hotel Slávie inzerovat upozornění na specializované dny v restauraci nebo pizzerii a upozorňovat místní lidi na výhodné nabídky a akce. Také bych se zaměřila na webové stránky, kde jsou bohužel někdy staré informace a fotky ještě starých prostor pizzerie (nyní je již po rekonstrukci).

Hotel Slávie úzce spolupracuje s agenturou Dobrý den pořádající každoročně mezinárodní festival rekordů a kuriozit. V prostorách restaurace se dosahovalo rekordů. Nedávno zde dívka vypila za tři sekundy půllitr piva, záznam vysílala televize Nova v hlavní zpravodajské relaci Televizní noviny. V tomto příspěvku byly zachyceny prostory restaurace včetně obsluhujícího personálu.

## 4.4 CENA

Tuto složku marketingového mixu rozdělím opět podle služeb, které hotel Slávie nabízí. Cenu stanovuje hotel Slávie intuitivně podle cen konkurence a podle dosažení přiměřeného zisku za prodané produkty a služby. Žádné nákladové kalkulace se netvoří s ohledem na velký rozsah vyráběných produktů.

### 4.4.1 SAMOOSLUŽNÁ JÍDELNA

Nyní srovnám ceny denních menu u konkurence přímo v Pelhřimově a v okolí s nabídkou samoobslužné jídelny hotelu Slávie. Hmotnost jídel je ve všech restauracích srovnatelná. Porovnávat tedy budu hotel Slávie s restaurací u Hradeb a pizzerií Na náměstí v Pacově.

#### Hotel Slávie Pelhřimov:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
polévka	13 – 14,-
hotová jídla	45 – 55,-

**TABULKA 1: ROZPĚTÍ CEN POLEDNÍCH MENU V SAMOOSLUŽNÉ JÍDELNĚ HOTELU SLÁVIE**

Zdroj: vlastní zpracování

#### Restaurace U Hradeb Pelhřimov:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
polévka	15,-
hotová jídla	49 – 60,-
moučník	15,-
polední nápoj	8,-

**TABULKA 2: ROZPĚTÍ CEN POLEDNÍCH MENU V RESTAURACI U HRADEB**

Zdroj: vlastní zpracování

#### Pizzerie Na Náměstí Pacov:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
polévka	15,-
hotová jídla	45 – 65,-

**TABULKA 3: ROZPĚTÍ CEN POLEDNÍCH MENU V PIZZERII NA NÁMĚSTÍ PACOV**

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedeného můžeme usoudit, že samoobslužná jídelna hotelu Slávie je ze zkoumaných tří provozoven s cenou na nejnižší úrovni, pro zákazníky vybírající si především na základě cen, to je výhoda. Prostřední samoobslužné jídelny není nijak

zdobené útulné. Při rozhovoru s účetní paní Lenkou Skokanovou jsme přišli na to, že jídelna „nevydělává“ v hotových penězích tak jako ostatní části hotelu, a to z důvodu častých plateb stravenkami. V samoobslužné ani není možné platit platebními kartami, jelikož by to velmi zdržovalo provoz. Ukázka nabídky poledních menu je u hotelu Slávie v příloze č. 1 a u ostatních hotelů v příloze č. 7.

#### 4.4.2 RESTAURACE

Učinila jsem srovnání čtyř restaurací v Pelhřimově, abych zjistila, jak je hotel Slávie na tom s cenami minutkové kuchyně.

Hotel Slávie:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
studené předkrmy (100 g, 150 g)	35 – 60,-
polévky (0,33 l)	28 – 30,-
teplé předkrmy (200 g, 1 ks)	34 – 48,-
minutky z ryb (200 g)	85 – 119,-
minutky z drůbežního masa (200 g, 300 g)	78 – 115,-
minutky z hovězího masa (200 g)	114 – 240,-
minutky z vepřového masa (150 g, 200 g)	90 – 120,-
minutky z vepřových drobů (200 g)	78 – 80,-
sýrové a bezmasé pokrmy (150 g, 200 g, 400 g)	48 – 83,-
moučníky (100 g, 150 g, 2 ks)	30 – 58,-
poháry	49 – 56,-
slané pochoutky	16 – 40,-
saláty (120 g)	20 – 48,-
přílohy (200 g)	3 – 35,-

**TABULKA 4: ROZPĚTÍ CEN MINUTKOVÉ KUCHYNĚ HOTELU SLÁVIE**

Zdroj: vlastní zpracování



Hotel Rekrea:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
studené předkrmy (100 g, 80 g, 30 g)	33 – 64,-
polévky (0,33 l)	13 – 27,-
teplé předkrmy (100 g, 150 g)	37 – 60,-
minutky z ryb (200 g, 150 g)	66 – 123,-
minutky z drůbeže (200 g, 150 g, 100 g)	90 – 118,-
minutky z hovězího masa (150 g)	160 – 168,-
minutky z vepřového masa (150 g)	67 – 133,-
speciality (150 g)	107 – 140,-
těstoviny (100 g, 150 g, 300 g)	67 – 100,-
bezmasá jídla (100 g, 200 g, 250 g, 300 g)	48 – 83,-
dětská jídla (100 g)	47 – 77,-
sýry (150 g, 100 g, 50 g)	59 – 80,-
saláty (200 g)	20 – 47,-
teplé moučníky (1 ks, 130 g, 140 g, 172 g)	26 – 58,-
studené moučníky	20 – 51,-
přílohy (200 g, 150 g, 120 g, 50 g)	3 – 32,-

**TABULKA 5: ROZPĚTÍ CEN MINUTKOVÉ KUCHYNĚ V HOTELU REKREA PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

Hodovna Na Kolíbce:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
polévky (0,33 l)	27,-
steaky (100 g, 200 g)	110 - 289,-
kuřecí steaky (200 g)	99 - 139,-
speciality (200 g, 400 g)	200,-
těstoviny (300 g)	99,-
„k pivečku“ (1 ks, 10 ks, 300 g)	38 – 129,-
saláty (200 g, 300 g)	59 - 99,-
přílohy (150 g)	3 - 25,-

**TABULKA 6: ROZPĚTÍ CEN MINUTKOVÉ KUCHYNĚ V HODOVNĚ NA KOLÍBCE PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

Uvedené ceny jsou pouze orientační, je třeba brát také na zřetel, že jídla mají různou gramáž.

Z uvedených přehledů vyšla jako nejdražší restaurace v hotelu Rekrea, i hmotnost podávaných jídel je menší než jídla nabízených restaurací v hotelu Slávie. Hodovna Na Kolíbce je spíše specializovaná restaurace, nenabízí velký výběr minutek, spíš se zaměřuje na steaky. Kompletní přehled jídelních lístků minutkové kuchyně je u hotelu Slávie v příloze č. 2 a u ostatních provozoven v příloze č. 8.

### 4.4.3 PIZZERIE

Na porovnání mám jídelní lístky pizzy v pizzerii hotelu Slávie, hodovny Na Kolíbce (jídelní lístek příloha č. 9) a pizzerie Na Náměstí v Pacově (jídelní lístek v příloze č. 10).

#### Pizzerie hotelu Slávie:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
pizza (průměr 30 cm)	72 – 230,-
spaghetti	84 – 108,-
risotto	78 – 98,-
tortellini	89 – 91,-
penne rigate	85 – 91,-
maso	69 – 121,-
saláty	41 – 114,-
bezmasé pokrmy	86,-
bramborové noky	79 – 129,-
toasty	73 – 74,-
moučníky	35 – 49,-
poháry	38 – 52,-
přílohy	5 – 51,-

**TABULKA 7: ROZPĚTÍ CEN PIZZERIE HOTELU SLÁVIE PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

### Hodovna Na Kolíbce:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
pizza menší porce	75 – 95,-
pizza větší porce	99 – 125,-

**TABULKA 8: ROZPĚTÍ CEN PIZZERIE HODOVNY NA KOLÍBCE PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

### Pizzerie Na Náměstí Pacov:

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
studené předkrmy	72 – 173,-
malá teplá jídla	47 – 87,-
polévky	15,-
salátové mísy 350 g	90 – 122,-
salátové mísy 200 g	55 – 85,-
pizza (průměr 32 cm)	85 – 128,-
gnocchi zapečené v peci	90 – 117,-
těstoviny	77 – 109,-
rýžové speciality	89 – 92,-
kuřecí prsa (150 g)	95 – 135,-
vepřové maso (150 g, 200 g)	107 – 169,-
hovězí svíčková (200 g)	219 – 239,-
ryby a rybí filety na grilu (150 g)	117 – 147,-
bezmasá jídla (100 g, 200 g)	55 – 75,-
přílohy (150 g, 200g)	4 – 38,-

**TABULKA 9: ROZPĚTÍ CEN PIZZERIE NA NÁMĚSTÍ PACOV**

Zdroj: vlastní zpracování

Zde je orientační přehled cen v pizzeriích na Pelhřimovsku. Jsou zde rozdíly ve velikosti pizzy v Pacovské pizzerii a v hotelu Slávie. Hodovna Na Kolíbce nabízí dokonce dva druhy pizzy – malou a velkou. Ceny pizzy by byly po přepočítání velikosti srovnatelné ve všech pizzeriích.

#### 4.4.4 HOTEL

Nyní budu porovnávat ceny v již vymezených ubytovacích zařízeních za noc. Cílem je posoudit, jestli ceny za ubytování jsou v porovnání s ostatními hotely, motely a penziony srovnatelné, nebo jestli jsou rozdíly.

##### Hotel Slávie Pelhřimov

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>
1- lůžkový	680,-
2-lůžkový	980,-
3-lůžkový	1380,-
4-lůžkový	1780,-

**TABULKA 10: CENY ZA NOC V HOTELU SLÁVIE PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

v cenách nejsou zahrnuty snídaně

##### Hotel Rekrea Pelhřimov

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>	<i>Speciální cena pro cestovní kanceláře</i>
1- lůžkový	650,-	490,-
2-lůžkový	650,-	590,-
3-lůžkový	850,-	790,-
4-lůžkový	1050,-	890,-
apartmá pro náročnější	1300,-	990,-

**TABULKA 11: CENY ZA NOC V HOTELU REKREA PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

Hotel Rekrea nabízí pro cestovní kanceláře speciální ceník, jelikož se na zájezdy zaměřuje. Poskytuje slevy při opakované spolupráci, ubytování většího počtu osob (v závislosti na délce ubytování); v cenách nejsou zahrnuty snídaně.

##### Motel Farma Poříčí

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>
jedna osoba ve dvoulůžkovém pokoji	890,-
dvě osoby ve dvoulůžkovém pokoji	1090,-
přistýlka	400,-

**TABULKA 12: CENY ZA NOC V MOTELU FARMA POŘÍČÍ**

Zdroj: vlastní zpracování

Cena ubytování je včetně snídaně.

### Motel Velký Rybník

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>
1- lůžkový	520,-
2-lůžkový	820,-
4-lůžkový	1440,-
přistýlka	310,-

**TABULKA 13: CENY ZA NOC V MOTELU VELKÝ RYBNÍK**

Zdroj: vlastní zpracování

### Motel Bernard Starý Pelhřimov

Nabízí ubytování ve dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky v cenách od 590,- Kč do 790,- Kč dle vybavenosti. Exkluzivní apartmá poskytují za cenu 1200,- Kč.

### Penzion Lucerna

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>
2- lůžkový	740,-
3-lůžkový	1110,-
4-lůžkový	1480,-
apartmán	900,-
přistýlka	370,-

**TABULKA 14: CENY ZA NOC V PENZIONU LUCERNA PELHŘIMOV**

Zdroj: vlastní zpracování

V cenách nejsou zahrnuty snídaně.

### Hotel Křemešník

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc se snídaní</i>	<i>Cena/noc bez snídaně</i>
jedna osoba ve dvoulůžkovém pokoji	745,-	640,-
dvě osoby ve dvoulůžkovém pokoji	595,-	490,-

**TABULKA 15: CENY ZA NOC V HOTELU KŘEMEŠNÍK**

Zdroj: vlastní zpracování

Ceny ubytování v hotelu Slávie a ostatních zařízení v Pelhřimově a na Pelhřimovsku se liší. Jako nejdražší varianta je pro zákazníka nejdražší hotel Slávie. Oproti hotelu Rekrea nebo hotelu Křemešník jsou ceny za noc v řádech desítek korun dražší.

## 5 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ

Pro úspěch na trhu je potřeba neopomíjet ani jednu složku marketingového mixu. Všechny jsou pro řízení podniku stejně důležité. Výsledkem úspěšné aplikace jednotlivých složek marketingového mixu je spokojený zákazník, který se vrací a doporučuje produkt nebo službu svému okolí. Kvalita produktu a služeb, výhodné místo prodeje, konkurenceschopná cena a vhodná propagace. Všechny tyto aspekty přispívají stejnou měrou k uspokojení potřeb zákazníka a dosažení jeho loajality.

Zaměstnanci z hotelu Slávie v Pelhřimově mohou být právem hrdi, že se k nim zákazníci vrací. Úspěch je zapříčiněn kvalitou podávaných jídel, ochotou personálu, přátelským jednáním a v neposlední míře příjemným prostředím.

Z hlediska produktu se ve Slávii podávají pouze jídla z kvalitních a čerstvých potravin. Kuchaři mohou zapojit veškerou fantazii v rozmanitosti připravovaných jídel. Při vybírání názvů jednotlivých pokrmů mají v podstatě volnou ruku. Zákazníci si vyberou jídlo (obsah potravin v pokrmu je napsán v závorce pod názvem v jídelním lístku) a s napětím očekávají, jestli chuť pokrmu je stejně lákavá jako avizovaný název. Velkým lákadlem návštěvníků pizzerie je taky široký výběr míchaných nápojů. Doporučila bych zavést specializované dny připravovaných jídel, nebo pořádání různých akcí, které by s jistotou přilákaly zákazníky. Navrhovala bych uspořádat dětský den s dětským koutkem v restauraci nebo pizzerii a s velkým výběrem zmrzlinových pohárů a ostatních dětmi milovaných jídel. Nebo je možno uspořádat „Den rekordů“, mohly by se podávat extra velké nebo naopak extra malé porce. V pizzerii bych navrhovala začít péct pizza chleba, který se podává s česnekovou pomazánkou, tato lahůdka by jistě navnadila chuťové buňky a také začít vyrábět různé velikosti jednotlivých druhů pizzy. Ne všichni zákazníci jsou schopni takovéto porce sníst. Je možnost zabalení pizzy do papírové krabice. Z hlediska ubytovacích služeb je Slávie malý hotel. Pokoje jsou vybaveny standardním způsobem, některé s výhledem na malebné prostředí pelhřimovského náměstí. Prostory hotelové části se budou v budoucnosti rozšiřovat a rekonstruovat. Jako přínosnou změnu bych navrhovala zavést na pokoje možnost připojení na Internet pomocí Wifi, toto by využívali zákazníci k vyřizování nutné pošty a pracovních záležitostí. Také bych pokoje více nazdobila květinami, aby se hosté cítili skoro jako doma. Jako další vylepšení bych navrhovala koupit nové lůžkoviny a potahové látky tak, aby vybrané barvy k sobě ladily

a místnosti „rozsvítily“. Jinak jsou pokoje zařízeny útulně a vybavení uspokojuje požadavky klientů. Pro snadnější dostupnost a pro zdravotně postižené klienty je v budově zřízen výtah.

Největší výhodou hotelu Slávie je jeho poloha. Žádný jiný hotel nemá tak dobré umístění. Hotel Slávie se nachází přímo v centru Pelhřimova na Masarykově náměstí, kde jsou k dispozici všechna hojně turisty vyhledávaná místa, jako například Muzeum strašidel, Muzeum Vysočiny s městskou šatlavou, Muzeum rekordů a kuriozit, Vyhlídková věž svatého Bartoloměje a ostatní. V době konání Mezinárodního festivalu rekordů a kuriozit mají ubytovaní zákazníci celou akci přímo „pod okny“, čtyři pokoje mají okna s vyhlídkou přímo na Masarykovo náměstí. Ostatní okna jsou situovaná do dvora (na parkoviště) hotelu. V letních měsících je na náměstí otevřená zahrádka restaurace s obsluhou, hosté se mohou v teplých dnech zde osvěžit a nasytit. Ostatní hotely a restaurační zařízení v Pelhřimově jsou od historického centra dál.

V implementaci propagace má hotel Slávie určité slabiny. Nevěnují reklamě přílišnou pozornost. Webové stránky obsahují zastaralé informace a neaktuální fotografie (například jsou zde k nalezení staré fotografie pizzerie ještě před rekonstrukcí). Pro potenciální zákazníky jsou na webových stránkách vhodně umístěné odkazy na využití volného času na celé Vysočině. Na webových stránkách hotelu se každý všední den obměňují denní nabídky hotových jídel v samoobslužné jídelně a jsou zde vyvěšeny veškeré jídelní lístky pro restauraci i pizzerii. Kromě výše zmíněného jsou zde k dispozici kontaktní údaje na hotel. Podle obsahu byly internetové stránky všech hotelů na podobné úrovni, avšak vizuálně se mi zdály webové stránky některých hotelů propracovanější. Napravit by chtěla i reklamní inzerce ve sdělovacích prostředcích. Nyní před sezónou by měly vycházet inzeráty upozorňující zákazníky na možnost ubytování a stravování. Zákazníci musí tento hotel najít a vědět, co mu může nabídnout. Zjistila jsem, že ostatní hotely věnují propagaci větší pozornost než hotel Slávie. Například hotel Křemešník má u silnice první třídy mezi Pelhřimovem a Humpolce pronajatou velkou billboardovou plochu upozorňující na možnost ubytování a stravování. Tento hotel také upozorňuje na pořádané akce pomocí letáků a v místních novinách inzercí. V tomto ohledu by měl hotel Slávie ještě zapracovat.

Cena ubytovacích služeb hotelu je na Pelhřimovsku nejvyšší. Ostatní hotely mají ceny v porovnání se Slávií v řádech desítkách korun nižší. Ale na druhou stranu žádný jiný hotel nemůže nabídnout tak výhodnou dostupnost centra Pelhřimova a ani žádný jiný hotel nemá provozovnu v historické budově na samém náměstí. Rozpětí cen připravovaných pokrmů v samoobslužné jídelně, restauraci a pizzerii je srovnatelné s ostatními podniky v Pelhřimově a blízkém okolí. Hmotnost porcí je také vesměs stejná. Ceny jsou stanovovány intuitivně podle nákladů a konkurence s přihlédnutím k dosažení přiměřeného zisku.

V realizaci všech složek marketingového mixu si společnost S. M. K., a. s. Blansko, konkrétně pro hotel Slávie v Pelhřimově, vede dobře. Jelikož se jedná o menší hotel poskytující i služby v pohostinství, nemají zaměstnaného pracovníka zabývajícího se konkrétně marketingem. O tuto realizaci se starají provozní vedoucí hotelu a svými návrhy také přispívá účetní paní Lenka Skokanová. Některé slabiny by se daly identifikovat, ale s přihlédnutím na výše uvedené skutečnosti, není možné v implementaci obsáhnout dokonale všechny složky marketingového mixu.



## 6 ZÁVĚR

Marketing je na světě stejně dlouho jako lidstvo. Jako příklad je možno použít první biblický příběh. Je zde Eva, která se snaží přesvědčit Adama, aby snědl zakázané jablko. Ale prvním marketingovým pracovníkem nebyla Eva, ale had, který ji uvedl v přesvědčení, aby s Adamem obchodovala.

V poslední době prochází podnikatelské prostředí závažnými změnami. Nabídka produktů i služeb velmi často převyšuje poptávku, ale i do konkurenční prostředí zasahují prvky globalizace spojené s rozvojem počítačových a komunikačních technologií. Moderní ekonomiky od dob „vesnic s pěti rodinami“ urazily dlouhou cestu, ale stále platí tytéž pravidla

Zákazník by měl být prioritou podnikatelského snažení. Kdo nemá zákazníky, nemůže na trhu dlouho vydržet. A pokud chce firma získat zákazníky a udržet si je, musí správně používat všechny prvky marketingového mixu. Vytvoření správného marketingového mixu je nezbytností pro zájem o firemní výrobky a služby.

Stávající fungování implementace marketingového mixu v hotelu Slávie lze hodnotit uspokojivě a to s přihlédnutím na velikost, finanční možnosti a omezený počet pracovníků, jež se této problematice věnují. Úspěch firmy zajišťuje vysoká kvalita produktu a služeb a snaha přilákat nové zákazníky vymyšlením stále nových a lepších služeb. Prioritou společnosti je přátelský přístup a snaha maximálně uspokojit všechny potřeby zákazníka. Lepší uplatnění v tržním prostředí by mělo být podpořeno vyšší zaměřeností na informace sdělované na webových stránkách a upnutí pozornosti na reklamu společnosti, jako například pronajmutí reklamní plochy na příjezdových komunikacích do Pelhřimova a inzerce v místních sdělovacích prostředcích a na internetových stránkách Pelhřimovska. Společnost by se také měla zaměřit na přilákání zákazníků pořádáním specializovaných akcí.

**Hlavní cíl bakalářské práce byl splněn, jelikož jsem provedla analýzu marketingového mixu společnosti S. M. K., a. s. Blansko (hotelu Slávie v Pelhřimově) a implementovala návrhy na zlepšení stávající situace.** Ve své práci jsem se pokusila identifikovat slabiny v uplatňovaném marketingovém mixu této společnosti a navrhla

jsem možnosti lepšího využití jednotlivých složek marketingového mixu pro konkrétní podmínky hotelu Slávie v Pelhřimově.

Na závěr lze říci, že význam marketingového mixu se v poslední době dostává do popředí. Stejně jako společnost S. M. K., a. s. Blansko, tak i každá firma si je vědoma toho, že při nezadržitelném růstu množství druhů produktů a služeb jsou aktivity v oblasti marketingu a marketingového mixu nutným prostředkem pro zajištění přežití.

## 7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### KNIHY

- [1] CARTHY, M., JEROME, E. *Základy marketingu*, vyd. 1. Praha: Victoria Publishing, 1995, ISBN 80-85405-29-5.
- [2] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum*, vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [3] HESKOVÁ, M. *Marketingová komunikace součást marketingového mixu*, vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2001. 95 s. ISBN 80-245-0176-7
- [4] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3
- [5] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera*, vyd. 1. Praha : Management press, 2000. ISBN 80-7261-010-4.
- [6] KOTLER, P. *Marketing od A do Z*. Praha: Management press, 2003. 203 s. ISBN 80-7261-0821-1
- [7] KOTLER, P. *Marketing v otázkách a odpovědích*, vyd. 1. Brno : CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0.
- [8] SPÁČIL, A. *Péče o zákazníky*. Praha : Grada Publishing, 2003. 116 s. ISBN 80-247-0514-1.
- [9] VACULÍK, J. *Základy marketingu*. vyd. 2. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. ISBN 80-7194-583-8.

Interní materiály společnosti S. M. K., a. s. Blansko

### INTERNET

- [10] <http://www.google.cz>
- [11] <http://www.hotelkremesnik.cz>
- [12] <http://www.hotelslavie.pel.cz>
- [13] <http://www.motel-farma.cz/>
- [14] <http://www.motel.web.cz/>
- [15] <http://www.nakolibce.cz>
- [16] <http://www.oblibene.com/bernard/>
- [17] <http://www.pelhrimovsko.cz>
- [18] <http://www.penzionlucerna.cz/>

- [19] <http://www.pizzeriepacov.cz/>
- [20] <http://www.rekreapelhrimov.cz>
- [21] <http://uhradeb.pelhrim.cz/>

## 8 PŘÍLOHY

*Příloha č. 1: denní jídelní lístek v samoobslužné jídelně*



# Denní jídelní lístek



## Restaurace

### Polévka

0,33 l	<b>Hovězí s fridátovými nudlemi</b>	13,--
0,33 l	<b>Hrachová s párkem</b>	13,--

### Hotová jídla

100 g	<b>Cikánská hovězí pečeně</b>	48,--
200 g	Rýže dušená	12,--
100 g	<b>Vepřová plec na žampionech</b>	46,--
160 g	Houskové knedlíky	13,--
150 g	<b>Vepřové výpečky, zelí</b>	45,--
200 g	Bramborové knedlíky	15,--
100 g	<b>Katův šleh</b>	48,--
200 g	Cmundičky	17,--
300 g	<b>Bramborové halušky se slaninou, zelí</b>	48,--
100 g	<b>Smažená kuřecí prsa</b>	49,--
200 g	Vařené brambory, maštěné máslem	14,--

### **Studené předkrmy/Kalte Vorspeisen**

204	100 g	<b>Mozarela s rajčaty a balzamikovým octem</b> <i>Mozarela mit Tomaten und balsamico Essig</i>	48,-
203	100 g	<b>Koktejl z krabích tyčinek</b> <i>Krabefleisch Coctail</i>	56,-
200	150 g	<b>Šunka , sýr Eidam, okurka</b> <i>Schinken , Edamer Käse, Gurke</i>	59,-
196	200 g	<b>Tlačenka, cibule, ocet</b> <i>Spekwurst, Zwiebel, Essig</i>	38,-
189	150 g	<b>Utopenci s cibulí</b> <i>Aufgeladene Wurst mit Zwiebel</i>	35,-

### **Polévky/Supen**

436	0,33 l	<b>Hovězí s masem a nudlemi</b> <i>Rindebrühe mit Fleisch und Nudeln</i>	28,-
471	0,33 l	<b>Česneková s opečeným chlebem</b> <i>Knoblauchsuppe mit Toast</i>	25,-
481	0,33 l	<b>Gulášová</b> <i>Gulaschsuppe</i>	30,-

### **Teplé předkrmy/ Warme Vorspeisen**

209	200 g	<b>Špagety se sýrovou omáčkou (4 druhy sýra)</b> <i>Spaghetti mit Käsesosse (4 Arten Käse)</i>	48,-
210	200 g	<b>Bramboráky zapečené s uzeným sýrem</b> <i>Gebratene Kartoffelpuffer mit geräuchertem Käse</i>	39,-
211	1 ks	<b>Klobása „pana Prokeše“, hořčice</b> <i>Bratwurst „Herr Prokeš“ ,Senf</i>	34,-
212	1 ks	<b>Italská topinka</b> <i>Italienische Geröstete Brotscheibe</i>	45,-

## *Denní nabídka*

496	150 g	<i>Hovězí guláš s křenem a cibulí, 4 ks bramboráčků</i> <i>Rindgulasch mit Kren und Zwiebel, 4x Kartoffelpufferchen</i>	90,-
510	150 g	<i>Vepřová krkovička pečená, bramborový knedlík, zelí</i> <i>Schweinekamm, Kartoffelknodel, Kohl</i>	88,-

## *Jídla na objednávku*

*Doba přípravy dle náročnosti 35-50 min.*

*Gerichte nah Bestellung*

*Zeit für Zubereitung cca 35-50 min.*

### *Minutky z ryb*

#### *Fisch*

218	200 g	<i>Pstruh na roštu, citrón</i> <i>Forelle auf Rost, Zitrone</i>	99,-
215	200 g	<i>Rybí filé na grilu</i> <i>Fischfilet auf Grill</i>	85,-
220	200 g	<i>Losos s koprovým přelivem</i> <i>Lachs mit Dill Dressings</i>	119,-
184	<i>Pstruh 10 g navíc</i>		4,-
	<i>Forelle 10 Gr noch dazu</i>		4,-

## *Minutky z drůbežního masa/Geflügel*

236	200 g	<b>Kuřecí salát s těstovinou</b> (kuřecí nudličky, smetana, česnek, šunka, pórek) <b>Hühnerfleisch salat mit Teigwaren</b> (Hühnbrust, Sahne, Knoblauch, Schiker, Lauch)	94,-
230	200 g	<b>Kuřecí šavlička</b> (kuřecí maso, šunka, niva) <b>Hühner Sabel</b> (Hühnerfleisch, Schinke, Niva)	115,-
222	200 g	<b>Kuřecí plátek zapečený s broskví a sýrem</b> <b>Eingebackener Hühnerschnitte mit Pfirsich und Käse</b>	94,-
225	200 g	<b>Krůtí plátek Florida</b> (krůtí maso, ananas, šunka, sýr eidam, marmeláda) <b>Putenscheibe „Florida“</b> (Putefleisch, Ananas, Schinken, Edamer Käse, Marmelade)	115,-
226	200 g	<b>Smažená kuřecí prsa</b> <b>Gebraten Hühnerbruststück</b>	79,-
223	200 g	<b>Smažený královský špíz</b> (kuřecí maso, anglická slanina, cibule) <b>Paniertes Königsspisse</b> (Hühnerfleisch, Speck, Zwiebel)	108,-
224	200 g	<b>Kuřecí nudličky se žampiony a smetanou</b> (kuřecí prsa, žampiony, bílé víno, smetana, koření) <b>Hühnudeln mit Champignons und Sahne</b> (Hühnerfleisch, Champignons, Sahne, Zwiebel, Weisswine)	110,-
228	200 g	<b>Kuřecí KUNG – PAO</b> (kuřecí maso, pórek, cibule, arašídý, sójová omáčka) <b>Hühner Kung-Pao</b> (Hühnerfleisch, Porree, Zwiebel, Erdnüsse, Sojasoss)	98,-
295	300 g	<b>Smažená pikantní kuřecí křidélka</b> <b>Gebakene pikant Hüner Flügel</b>	78,-
237	200 g	<b>Pikantní kuřecí směs</b> (kuřecí maso, cibule, pórek, chilli) <b>Pikantes Hühnegemüsch</b> (Hühnerfleisch, Zwiebel, Porter, Chilli)	95,-



## **Minutky z hovězího masa**

### *Pfannen Gerichte aus Rindfleisch*

238	200 g	<b>Biftek Argentina</b> (svíčková, klobása, slanina, žampiony, sýr Niva) <b>Beefsteak Argentina</b> (Lende, Bratwurst, Speck, Champignons, Käse Niva)	240,-
239	200 g	<b>Biftek se šunkou a vejcem</b> (svíčková, vejce, šunka, pepř) <b>Beefsteak mit Schinken und Ei</b> (Lende, Ei, Schinken)	220,-
240	200 g	<b>Pfeffer steak</b> (svíčková, pepř, smetana, koňak Napoleon) <b>Pfeffer Steak</b> (Rump Steak, Pfeffer, Sahne, Kognak Napoleon)	220,-
241	200 g	<b>Svíčkové řezy Djulbastia</b> (svíčková, česnek, kečup) <b>Lendenbratenschnitte Djulbastia</b> (Lende, Knoblauch, Ketchup)	210,-
242	200 g	<b>Medvědí tlapa</b> (svíčková, česnek, šunka, trojobal) (Lende, Knoblauch, Schinken)	225,-
243	200 g	<b>Satanova stopa</b> (svíčková, cibule, kapie, kečup žampiony, chilli) (Lende, Zwiebel, Kapie, Ketchup, Champignons, Chilli)	230,-
244	200 g	<b>Vídeňská roštěná</b> (roštěnec, koření, osmažená cibulka) <b>Wiener Rostbraten</b> (Rostbraten, Gewürz, Gebraten Zwiebel)	108,-
245	200 g	<b>Holandská roštěná</b> (roštěnec, tři druhy sýra) <b>Rostbraten auf Niederländische Art</b> (Rostbraten, 3 Käsesorte)	114,-

*Svíčková navíc 6,- Kč / Lende 10 Gr noch dazu 6,- Kč*

## *Minutky z vepřového masa*

### *Pfannen Gerichte aus Schweine Fleisch*

247	150 g	<p><b><i>Pelhřimovský řízek</i></b>  <i>(přírodní plátek s česnekem v bramboráku)</i>  <b><i>Schnitzel „Pelhřimov“</i></b>  <i>(Schweinskeule, Schinken, Käse Eidam, Schimmelkäse Niva)</i></p>	94,-
248	150 g	<p><b><i>Řízek „Agrostroj“</i></b>  <i>(vepřová kýta, klobása, okurka, žampiony, cibule, slanina, sýr eidam)</i>  <b><i>Schnitzel „Agrostroj“</i></b>  <i>(Schweinskeule, Bratwurst, Gurke, Champignons, Zwiebel, Speck, Edamer Käse)</i></p>	120,-
249	150 g	<p><b><i>Vepřové nudličky Fajnšmekr</i></b>  <i>(vepřová kýta, cibule, pórek, šunka, Niva, smetana)</i>  <b><i>Schweine Nudeln „Fajnšmekr“</i></b>  <i>(Schweinskeule, Zwiebel, Poree, Käse Niva, Sahne)</i></p>	108,-
250	200 g	<p><b><i>Vepřové ražniči</i></b>  <b><i>Schweinfleisch Raschnitschi</i></b></p>	90,-
253	150 g	<p><b><i>Vepřový řízek „Madeta“</i></b>  <i>(vepřová kýta, šunka, sýr Eidam a Niva)</i>  <b><i>Schweineschnitzel „Madeta“</i></b>  <i>(Schweinskeule, Schinken, Käse Edamer und Niva)</i></p>	98,-
255	200 g	<p><b><i>Formanský špíz</i></b>  <i>(vepřová kýta, klobása, okurka, slanina)</i>  <b><i>Formans Spiessbraten</i></b>  <i>(Schweinskeule, Bratwurst, Gurke, Speck)</i></p>	105,-
256	150 g	<p><b><i>Smažený vepřový řízek, okurka</i></b>  <b><i>Paniertes Schweine Snitzel, Gurke</i></b></p>	85,-
531	150 g	<p><b><i>Mexický kotlík</i></b>  <i>(vepřové nudličky, cibule, chilli, andaluská zelenina, kečup)</i>  <b><i>Mexikanisch Tiegel</i></b>  <i>(Schweinegeschnetzeltes, Zwiebel, Chilli, Gemüse, Ketchup)</i></p>	90,-
532	150 g	<p><b><i>Přírodní řízek na žampionech</i></b>  <b><i>Naturschnitzel mit Champignons</i></b></p>	92,-

## *Minutky z vepřových drobů*

### *Pfannen Gerichte Schweineleber*

263	200 g	<i>Smažená vepřová játra</i> <i>Gebackene Schweineleber</i>	80,-
264	200 g	<i>Vepřová játra na roštu</i> <i>Schweineleber auf Rost</i>	78,-
265	200 g	<i>Játra pana starosty</i> <i>(cibule,protlak,smetana)</i> <i>(Zwiebel, Tomatenmus, Sahne)</i>	80,-

## *Sýrové a bezmasé pokrmy*

### *Käse und Fleischlose Gerichte*

275	150 g	<i>Smažený sýr</i> <i>Panierter Käse</i>	78,-
276	150 g	<i>Smažený sýr se šunkou</i> <i>Panierter Käse mit Schinken</i>	83,-
277	100 g	<i>Smažený sýr Hermelín</i> <i>Panierter Camembert</i>	80,-
278	150 g	<i>Smažená Niva</i> <i>Panierter Käse-Niva</i>	78,-
279	200 g	<i>Smažený sýrový špíz (4druhy sýra)</i> <i>Gebraten Käse Spiess (4 Käse Arten)</i>	88,-
280		<i>Omeleta s hráškem</i> <i>Omelette mit Erbse</i>	48,-
281	400 g	<i>Brokolice zapečená se sýrem</i> <i>Eingebackener Brokkoli Käse</i>	59,-

## *Moučníky / Mehlspeise*

297	2 ks	<i>Palačinka s ovocem a šlehačkou</i> <i>Palatschinke mit Obst und Schlagsahne</i>	48,-
298	2 ks	<i>Palačinka se zmrzlinou a šlehačkou</i> <i>Palatschinke mit Eis und Schlagsahne</i>	58,-

299	2 ks	<b>Mlynářská palačinka</b> <i>Palatschinken mit Obst und Schlagsahne</i>	45,-
314	150 g	<b>Jablečný závin se šlehačkou</b> <i>Apfelstrudel mit Schlagsahne</i>	30,-
376	100 g	<b>Medový dort MARLENKA</b> <i>Marlenka – Honigsüss Torte</i>	38,-
376	100 g	<b>Mléčně kakaový dort MARLENKA</b> <i>Marlenka – Milchsokolade Torte</i>	38,-

### ***Poháry / Becher***

300		<b>Horké maliny s vanilkovou zmrzlinou a šlehačkou</b> <i>Heise Himbeeren mit vanillaeis und Schlagsahne</i>	49,-
305		<b>Zmrzlinový pohár s ovocem a šlehačkou</b> <i>Eisbecher mit Obst und Schlagsahne</i>	56,-
306		<b>Horké jahody s vanilkovou zmrzlinou a šlehačkou</b> <i>Heise Beeren mit vanillaeis und Schlagsahne</i>	49,-

### ***Slané pochoutky/Delikatessen***

190		<b>Chipsy (Chips)</b>	23,-
191		<b>Arašídý(Erdnüsse)</b>	16,-
194		<b>Pražené mandle 50 g(Geröstete Mandeln)</b>	40,-

### ***Saláty/Salate***

309	120 g	<b>Míchaný zeleninový salát</b> <i>(Salat- gemischtes Gemüse)</i>	44,-
310	120 g	<b>Salát s kyselého zelí s cibulí a kapií</b> <i>(Salat mit Sauerkraut, Zwiebel und Kapie Paprika)</i>	25,-
311	120 g	<b>Šopský salát</b> <i>(Gemische Salat mit Käse)</i>	48,-
318	120 g	<b>Zelný salát s koprem</b> <i>(Krautsalat mit Dill)</i>	20,-

## *Přílohy / Beilagen*

320	200 g	<i>Brambory vařené/Salzkartoffeln</i>	25,-
321	200 g	<i>Brambory maštěné máslem/Salzkartoffeln mit Butter</i>	28,-
322	200 g	<i>Brambory opékané/Bratkartoffeln</i>	28,-
323	200 g	<i>Hranolky/Pommes Frites</i>	30,-
328	200 g	<i>Myslivecké brambory/Jägerkartoffeln</i>	40,-
324	200 g	<i>Americké brambory/Kartoffeln“American Styl“ (brambory s jemnou slupkou/Kartoffeln feiner Schale)</i>	34,-
325	200 g	<i>Cmundičky/Kleine Kartoffeln Puffer</i>	35,-
326	200 g	<i>Rýže /Reis</i>	22,-
329	200 g	<i>Šunková rýže/Reis mit Schinken</i>	25,-
330	50 g	<i>Tatarská omáčka/Tatarsauce</i>	12,-
331	30 g	<i>Kečup/Ketchup</i>	8,-
332	20 g	<i>Hořčice/Senf</i>	3,-
333	1 ks	<i>Rohlík/Hörnchen</i>	5,-
334	55 g	<i>Chléb/Brot</i>	4,-
327	150 g	<i>Zeleninová obloha/Gemüse Beilage</i>	23,-
336	50 g	<i>Okurka/Gurke</i>	5,-
335	50 g	<i>Křen/Kren</i>	9,-

# Jídelní lístek Pizzerie

## Speisekarte Pizzeria

### Pizza Ø30 cm

(Cena poloviční porce pokrmu = 70 % původní ceny)

210	<b>M a r g h e r i t a</b> (tomato,sýr,oregáno) (Tomato,Käse,Oregano)	72,--
211	<b>C h a m p i g n o n s `</b> (tomato,sýr,žampióny,oregáno) (Tomato,Käse,Champignons,Oregano)	98,--
212	<b>S a l a m e</b> (tomato,sýr,trv. salám,oregáno) (Tomato,Käse,Wurst,Oregano)	105,--
213	<b>P r o s c i u t t o</b> (tomato,sýr,šunka,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Oregano)	110,--
209	<b>M e s s i n a</b> (smetana,sýr,šunka,cibule) (Sahne,Käse,Schinken,Zwiebel )	118,--
208	<b>C a p r i c c i o s a</b> (tomato,sýr,šunka,žampióny,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Champignons,Oregano)	118,--
207	<b>C a l a b r e s e</b> (tomato,sýr,Poličan,Paprikáš,cibule,paprika,feferonka,oregáno) (Tomato,Käse,Salami „Poličan“,Salami „Paprikáš“,Zwiebel,Pepperoni,Oregano)	125,--
214	<b>H a w a i</b> (sýr,šunka,ananas) (Käse,Schinken,Ananas)	92,--
215	<b>T o n n o</b> (tomato,sýr,tuňák,cibule,oregáno) (Tomato,Käse,Thunfisch,Zwiebel,Oregano)	105,--

216	<b><i>A p o l l o</i></b>	108,--
	(tomato,sýr,šunka,žampióny,vejce,oregáno) (Tomato,Käse,Champignons,Schinken,Ei,Oregano)	
217	<b><i>V e g e t a r i a n a</i></b>	108,--
	(tomato,sýr,žampióny,brokolice,oliv,y,paprika,oregáno) (Tomato,Käse,Champignons,Brokkoli,Olive,Oregano)	
218	<b><i>A l l ` i t a l i a n a</i></b>	120,--
	(tomato,sýr,trv. salám,oliv,y,artyčoky,oregáno) (Tomato,Käse,Wurst,Olive,Artischocken,Oregano)	
219	<b><i>Q u a t t r o f o r m a g g i</i></b>	122,--
	(sýr Eidam,Hermelín,Niva,uzený Eidam, žampióny,cibule) (4 Käsesorten,Champignons,Zwiebel)	
220	<b><i>D i a v o l a</i></b>	123,--
	(tomato,sýr,šunka,trv. salám,paprika,feferonka,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Wurst,Paprika,Pepperoni,Oregano)	
221	<b><i>O r t o l a n a</i></b>	125,--
	(tomato,sýr,brokolice,špenát,Niva,artyčoky,oregáno) (Tomato,Käse,Brokkoli,Spinat,Niva-Weichkäse mit Blauschimmel,Artischocken,Oregano)	
222	<b><i>Q u a t t r o s t a g g i o n i</i></b>	125,--
	(tomato,sýr,šunka,trv. salám,žampióny,artyčoky,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Wurst,Champignons,Artischocken,Oregano)	
223	<b><i>A l c a p o n e</i></b>	125,--
	(tomato,sýr,šunka,klobása,cibule,žampióny,oliv,y,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Bratwurst,Zwiebel,Champignons,Olive,Oregano)	
224	<b><i>C a l z o n e</i></b>	123,--
	(plněná pizza,tomato,sýr,šunka,trv. salám,žampióny,cibule,oregáno) (gefüllte Pizza,Tomato,Käse,Schinken,Wurst,Champignons,Zwiebel,Oregano)	
225	<b><i>S l á v i e</i></b>	125,--
	(tomato,sýr,šunka,klobása,žampióny,cibule,angl.slánina,oliv,y,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Bratwurst,Champignons,Zwiebel,Speck,Olive)	
226	<b><i>S a n t ` a n t o n i o</i></b>	122,--
	(tomato,sýr,tuňák,mořské plody,oliv,y,oregáno) (Tomato,Käse,Thunfisch,Meeresfrüchte,Olive,Oregano)	

228	<b><i>Scampi</i></b> (tomato,sýr,krevety,česnek,olivý,oregáno) (Tomato,Käse,Krevetten,Knoblauch,Olive,Oregano)	123,--
230	<b><i>Sorrento</i></b> (tomato,sýr,anglická slanina,paprika,cibule,Niva,oregáno) (Tomato,Käse,Speck,Paprika,Zwiebel,Weichkäse mit Blauschimmel,Oregano)	109,--
231	<b><i>Modena</i></b> (tomato,sýr,šunka,žampióny,česnek,olivý,oregáno) (Tomato,Käse,Schinken,Champignons,Knoblauch,Olive,Oregano)	113,--
232	<b><i>Napoli</i></b> (tomato,sýr,klobása,paprika,rajče,oregáno) (Tomato,Käse,Bratwurst,Paprika,Paradiesapfel,Oregano)	110,--
233	<b><i>Positano</i></b> (tomato,sýr,špenát,kukuřice,rajče,Hermelín,oregáno) (Tomato,Käse,Spinat,Mais,Paradiesapfel,Hermelín-Weichkäse mit Weisschimmel,Oregano)	110,--
234	<b><i>Salerno</i></b> (tomato,sýr,trv. salám,rajče,paprika,cibule,oregáno) (Tomato,Käse,Wurst,Paradiesapfel,Paprika,Zwiebel,Oregano)	115,--
235	<b><i>Romana</i></b> (tomato,sýr,žampióny,anglická slanina,rajče,vejce,oregáno) (Tomato,Käse,Champignons,Speck,Paradiesapfel,Ei,oregano)	118,--
238	<b><i>Mexicana</i></b> (tomato,sýr,trv. salám,vejce,rajče,feferonka,cibule,oregáno) (Tomato,Käse,Wurst,Ei,Paradiesapfel,Peperoni,Zwiebel,Oregano)	120,--
239	<b><i>Bolognese Piccante</i></b> (sýr,šunka,rajče,cibule,masová směs Ďábelské tousty,oregáno) (Käse,Schinken,Paradiesapfel,Zwiebel,piccante Fleisch mischungen ,Oregano)	125,--
229	<b><i>Sann Marino</i></b> (sýr,anglická slanina,vejce,pórek,oregáno) (Käse,Speck,Ei,Porter,Oregano )	108,--
227	<b><i>Karibica</i></b> (tomato,sýr,rajče,krabí maso,oregáno) (Tomato,Käse,Paradiesapfel,Krabb Fleisch )	105,--



236	<b><i>Pizza Frutta</i></b>	90,--
	(sýr, smetana, jahody, maliny, borůvky, cukr, skořice) (Käse, Sahne, Erdbeeren, Himbeeren, Blaubeeren, Zucker, Zimt)	
237	<b><i>Vulcano</i></b>	119,--
	(tomato, sýr, šunka, klobása, anglická slanina, cibule, oregáno) (Tomato, Käse, Schinken, Bratwurst, Speck, Zwiebel, Oregano)	
240	<b><i>Peruggia</i></b>	125,--
	(tomato, sýr, Poličan, Paprikáš, cibule, rajčata, oregáno) (Tomato, Käse, Salami „Poličan“, Salami „Paprikáš“, Zwiebel, Paradiesapfel, Oregano)	
241	<b><i>Pizza Pollo</i></b>	108,--
	(tomato, sýr, kuřecí prsa, oregáno) (Tomato, Käse, Huhner Brust, Oregano)	
243	<b><i>Pizza Kokino</i></b>	110,--
	(tomato, sýr, kuřecí prsa, brokolice) (Tomato, Käse, Huhner Brust, Brokkoli, Gewürze)	
242	<b><i>Pizza Popay</i></b>	110,--
	(tomato, sýr, kuřecí prsa, gril. koření, žampiony, špenát, oregáno) (Tomato, Käse, Huhner Brust, Champignons, Spinat, Gewürze)	
259	<b><i>Maxi pizza - 50 cm</i></b>	230,--
	(tomato, sýr, šunka, anglická slanina, salám, cibule, oregáno) (Tomato, Käse, Schinken, Speck, Salami, Zwiebel, Oregano) <b>(doba přípravy cca 30 minut)</b>	

*Všechny pizzy je možné na Vaše přání upravit přidáním nebo odebráním jednotlivých surovin použitých v základní nabídce.*

***Nabízíme zabalení pizzy, salátů, těstovin a zapečených pokrmů.***

Krabice	- pizza
Thermo box	- těstoviny
Plast box	- saláty
Zapékací miska	- zapékané těstoviny, brambory atd.

Cena obalů je 8,-- Kč.

## *Těstoviny / Teigwaren*

(hmotnost těstovin 210 g + další suroviny)

### *Spaghetti*

- 306 *Spaghetti Carbonara* 84,--  
(smetana, šunka, vejce)  
(Sahne, Schinken, Ei)
- 307 *Spaghetti Milanese* 89,--  
(žampiony, šunka, smetana)  
(Champignons, Schinken, Sahne)
- 311 *Spaghetti s kuřecím masem* 99,--  
(kuřecí prsa, žampiony, smetana)  
(Hühner Brust, Champignons, Sahne)
- 312 *Spaghetti Krabbe* 91,--  
(smetanová omáčka s krabím masem, sýr)  
(Sahnesauce mit Krabbe Fleisch, Käse)
- 305 *Spaghetti Bolognese* 108,--  
(mleté vepřové a hovězí maso, rajčata, cibule, česnek, protlak, bazalka, sýr)  
(Gemahlen Schwein- und Rindfleisch, Tomaten, Zwiebel, Knoblauch, Käse)

### *Risotto*

- 317 450 g *Risotto Pollo* 98,--  
(100 g kuřecí prsa, rýže, zeleninová směs, česnek, sýr, máslo)  
(100 Gr Hühner Brust, Reis, Knoblauch, Käse, Gemüse Mischung)
- 319 300 g *Risotto Pollo* 78,--
- 318 500 g *Risotto Vegetariano* 91,--  
(rýže, žampiony, cibule, kukuřice, brokolice, rajče, sýr)  
(Reis, Champignons, Zwiebel, Mais, Brokkoli, Paradiesapfel, Käse)
- 320 300 g *Risotto Vegetariano* 80,--

### *Tortellini*

(plněné těstoviny)

- 313 *Tortellini* 89,--  
(žampiony, smetana, koření, sýr)  
(Sahne, Käse, Gewürze, Champignons)

- 315 **Tortellini Milanese** 91,--  
(žampiony, šunka, smetana)  
(Champignons, Schinken, Sahne)

### ***Penne rigate***

- 324 **Rigatoni all forno** 86,--  
(smetana, kečup, sýr)  
(Sahne, ketchup, Käse)
- 325 **Rigatoni Krabbe** 91,--  
(smetanová omáčka s krabím masem, sýr)  
(Sahnesauce mit Krabbe Fleisch, Käse)
- 354 **Zapečené rigatoni s brokolicí** 85,--  
**(smetana, žampiony, brokolice, sýr)**  
(Überbäkt Rigatoni mit Sahne, Brokkoli, Champignons, Käse)
- 355 **Zapečené rigatoni se špenátem** 85,--  
(smetana, žampiony, špenát, sýr)  
(Überbäkt Rigatoni mit Sahne, Spinat, Champignons, Käse)

## Maso / Fleisch

Doba přípravy cca 35 min. / Zeit für Zubereitung cca 35 Min.

- 269 250 g **Vepřové medailónky, obloha** 171,--  
(vepřová panenka,anglická slanina,citrón,koření)  
250 Gr **Schweinemedallions, Garniert**  
(Schweinelende,Speck,Zitrone,Gewürze)
- 271 200 g **Kuřecí prsa na grilu, obloha** 114,--  
(Hühnerbrustfilet,gegrillt)
- 277 100 g **Kuřecí prsa na grilu, obloha** 78,--  
(Hühnerbrustfilet,gegrillt)
- 270 200 g **Kuřecí prsa na grilu s uzeným sýrem, obloha** 121,--  
(Hühnerbrustfilet mit geräucherter Käse,gegrillt)
- 276 100 g **Kuřecí prsa na grilu s uzeným sýrem, obloha** 82,--  
(Hühnerbrustfilet mit geräucherter Käse,gegrillt)
- 273 490 g **Kuřecí salát s jogurtovým dressingem** 99,--  
(100 g kuřecí prsa,salát,rajče,okurka,paprika,jogurtový dressing)  
490 Gr **Geflügelsalat mit Joghurtdressing**  
(100 Gr Hühner Brust,Salat,Tomate,Gurke,Paprika,Joghurtdressing)
- 268 300 g **Kuřecí salát s jogurtovým dressingem** 81,--  
(100 g kuřecí prsa,salát,rajče,okurka,paprika,jogurtový dressing)  
300 Gr **Geflügelsalat mit Joghurtdressing**  
(100 Gr Hühner Brust,Salat,Tomate,Gurke,Paprika,Joghurtdressing)
- 274 490 g **Kuřecí salát s toasty** 111,--  
(100 g kuřecí prsa,rajče,paprika,okurky,salát,bylinkový dressing,toastový chléb)  
490 Gr **Geflügelsalat mit Toast**  
(100 Gr Hühner Brust,Tomate,Gurke,Paprika,Salat,Kräutersauce,Toast)
- 267 490 g **Kuřecí salát s bramborovými lupínky** 111,--  
(100 g kuřecí prsa,rajče,paprika,okurky,salát,bylinkový dressing,bramborové lupínky)  
490 Gr **Geflügelsalat mit Kartoffeln Blättchen**  
(100 Gr Hühner Brust,Tomate,Gurke,Paprika,Salat,Kräutersauce,Kartoffeln Blättchen)
- 278 250 g **Pikantní kuřecí křidélka** 69,--  
(smažená pikantní kuřecí křidélka)  
250 Gr **Die pikante kleine Hühnerflügel**

## S a l á t y / Salate

Doba přípravy cca 30 min. / Zeit für Zubereitung cca 30 Min.

- 143 200 g **Šopský salát** 41,--  
(rajčata, paprika, okurky, balkánský sýr)
- 200 Gr **Gemüsesalat mit Käse**  
(Paradiesapfel, Paprikaschoten, Gurke, Käse)
- 144 200 g **Italský salát** 53,--  
(paprika, rajčata, okurky, olivy, eidam)
- 200 Gr **Italienischer Salat**  
(Paprikaschoten, Paradiesapfel, Salatgurken, Oliven, Eidamerkäse)
- 282 450 g **Tuňákový salát** 98,--  
(tuňák, vejce, cibule, brokolice, kukuřice, rajče, salát, bylinkový dressing)
- 450 Gr **Salat mit Thunfisch**  
(Brokkoli, Mais, Paradiesapfel, Zwiebel, Thunfisch, Ei, Salat, Kräutersauce)
- 140 350 g **Zeleninový salát s jogurtovým dressingem** 75,--  
(salát, brokolice, kukuřice, rajčata, jogurtový dressing)
- 350 Gr **Gemüsesalat mit Joghurtdressing**  
(Salat, Brokkoli, Mais, Paradiesapfel, Joghurtdressing)
- 283 450 g **Zeleninový salát s kalamáry** 114,--  
(kalamáry, salát, brokolice, kukuřice, rajče, okurka, bylinkový dressing)
- 450 Gr **Gemüsesalat mit Kalamari**  
(Kalamari, Salat, Brokkoli, Mais, Paradiesapfel, Gurke, Kräutersauce)
- 142 300 g **Caprese – doporučená příloha Pizza brot** 89,--  
(sýr Mozzarella, rajčata, olivy, olivový olej, bazalka)  
(Käse „Mozzarella“, Paradiesapfel, Olive, Olivenöl, Basilienkraut)

## Bezmasé pokrmy / Fleischlose Speisen

(minimální hmotnost pokrmu 300 g)

Doba přípravy cca 30 min. / Zeit für Zubereitung cca 30 Min.

- 139 **Zapečené americké brambory se slaninou a sýrem** 86,--  
(americké brambory, slanina, smetana, česnek, sýr)

## **Bramborové noky**

### **Kartoffelnocken**

- 357 **Bramborové noky se špenátem a Nivou** 99,--  
(bramborové noky, smetana, špenát, Niva)  
*Kartoffelnocken mit Spinat und Schimmelkäse*
- 356 **Zapečené bramborové noky s brokolicí a krevetami** 129,--  
(bramborové noky, krevety, brokolice, smetana, česnek, sýr)  
*Überbägst Kartoffelnocken mit Krevetten und Brokkoli*
- 358 **Zapečené bramborové noky s brokolicí a kuřecím masem** 120,--  
(bramborové noky, kuřecí maso, brokolice, smetana, sýr)  
*Überbägst Kartoffelnocken mit Hühnerfleisch und Brokkoli*
- 147 **Uhlířské bramborové noky** 79,--  
(bramborové noky, anglická slanina, klobása, pórek, cibule)  
*(Kartoffelnocken, Speck, Bratwurst, Porree, Zwiebel)*

### **Toasty / Toaste**

- 280 **P l e s n i v ý toast** 74,--  
(šunka, klobása, cibule, rajče, hermelín)  
*(Schinken, Bratwurst, Zwiebel, Paradiesapfel, Weichkäse Hermelín)*
- 281 **Ď á b e l s k ý toast** 73,--  
(ďábelská masová směs, sýr)  
*(Fleisch Mischung pikante, Käse)*

### **Moučníky / Mehlspeisen**

- 184 100g **Medový dort MARLENKA** 35,--  
*Honigkuchen*
- 184 100g **Mléčně kakaový dort MARLENKA** 35,--  
*Milchen-Kakao Honigkuchen*
- 178 1 ks **Banana Split** 44,--
- 179 1 ks **Banana Split se zmrzlinou** 49,--

## *Poháry/ Becher*

167	<i>Horké borůvky se šlehačkou</i>	38,--
168	<i>Horké borůvky s vanilkovou zmrzlinou</i>	44,--
169	<i>Horké borůvky s vanilkovou zmrzlinou a šlehačkou</i>	49,--
174	<i>Horké jahody se šlehačkou</i>	38,--
172	<i>Horké jahody s vanilkovou zmrzlinou</i>	44,--
173	<i>Horké jahody s vanilkovou zmrzlinou a šlehačkou</i>	49,--
175	<i>Horké maliny se šlehačkou</i>	38,--
170	<i>Horké maliny s vanilkovou zmrzlinou</i>	44,--
171	<i>Horké maliny s vanilkovou zmrzlinou a šlehačkou</i>	49,--
176	<i>Zmrzlinový pohár se šlehačkou</i>	43,--
177	<i>Zmrzlinový pohár s ovocem a šlehačkou</i>	52,--

## *Přílohy / Beilagen*

284	250 g	<b>Dušená zelenina</b> (brokolice,kukuřice,karotka)	51,--
	250 Gr	<i>Gedünstetes Gemüse</i> (Brokkoli,Mais,Karotte)	
199	200 g/Gr	<b>Hranolky/Pommes frites</b>	26,--
201	200 g	<b>Brambory „american styl“</b> (originál americké brambory s jemnou slupkou)	34,--
	200 Gr	<i>Kartoffeln“american styl“</i> (originale amerikanische Kartoffeln mit feiner Schale)	
350	250 g	<b>Smažené bramborové noky</b>	44,--
	250 Gr	<i>Paniertes Kartoffelnnocken</i>	
203	180 g/Gr	<b>P i z z a b r o t</b>	29,--
206	50 g/Gr	<b>T a t a r s k á o m á č k a</b> - Tatarsauce	8,--
161	50 g/Gr	<b>K e č u p</b> - Ketschup	5,--

## Ceník pokrmů

### určených ke konzumaci mimo provoz pizzerie

<b>Pizza</b>		<b>Maso</b>	
410 Margherita	65,-	456 Kuřecí prsa na grilu	101,-
411 Champignons	93,-	455 - s uzeným sýrem	107,-
412 Salame	107,-	454 Vepřové medailónky	151,-
413 Prosciutto	110,-	458 Salát s kuřecím masem	
414 Hawai	85,-	a jogurt. dressingem	87,-
415 Tonno	98,-	457 Kuřecí salát s toasty	99,-
416 Apollo	107,-	367 - s bramborovými lupínky	98,-
417 Vegetariana	110,-	486 Pikantní kuřecí křídélka	61,-
418 All Italiana	113,-	<b>Spaghetti</b>	
419 Quattro formaggi	115,-	466 Spaghetti Carbonara	74,-
420 Diavola	116,-	467 Spaghetti Milanese	79,-
421 Ortolana	118,-	469 Spaghetti Krabbe	81,-
422 Quattro stagioni	118,-	468 Spag. s kuřecím masem	88,-
423 Alcapone	118,-	305 Spaghetti Bolognese	95,-
424 Calzone	116,-	<b>Risotto</b>	
425 Slávie	118,-	472 Risotto Pollo	87,-
426 Sant Antonio	115,-	473 Risotto Vegetariáni	81,-
427 Karibica	98,-	474 Risotto Pollo malé	67,-
428 Scampi	116,-	475 Risotto Veget. malé	71,-
429 Sann Marino	107,-	<b>Tortellini</b>	
430 Sorrento	107,-	470 Tortellini	79,-
488 Pizza Pollo	102,-	471 Tortellini Milanese	81,-
431 Modena	110,-	<b>Penne rigate</b>	
432 Napoli	110,-	477 Rigatoni all forno	76,-
433 Positano	107,-	478 Rigatoni Krabbe	81,-
434 Salerno	107,-	483 Rigat. zap. s brokolicí	75,-
435 Romana	110,-	355 Rigat. zap. se špenátem	75,-
437 Vulcano	118,-	<b>Bezmasé pokrmy</b>	
438 Mexicana	113,-	Bramborové noky	
439 Bolognese Pikante	118,-	482 - se špenátem a Nivou	87,-
440 Peruggia	118,-	Zapečené americké brambory	
409 Messina	110,-	447 - s brokolicí a sýrem	77,-
408 Capricciosa	110,-	448 - se špenátem a sýrem	73,-
407 Calabrese	127,-	Zapečené bramborové noky	
406 Kokino	118,-	485 s brokolicí a krevetami	114,-
405 Popay	113,-	358 s brokolicí a kuř.masem	120,-
		487 Uhlířské bramborové noky	70,-
<b>Saláty</b>			
446 Italský salát	47,-		
445 Šopský salát	37,-		
442 Zeleninový s jog. dress.	66,-		
459 Zeleninový s kalamáry	101,-		
443 Tuňákový salát	87,-		
444 Caprese	79,-		



Příloha č. 4: Nabídka míchaných nápojů v pizzerii

Míchané nápoje		
702	<b>Mojito</b> – ovocný long drink (Havana rum, limonový sirup, citrón, bílý ovocný cukr, máta, soda, led)	80,—
820	<b>Blue Ball</b> – (ovocný) sladký long drink (Cachaça, pomerančový džus)	39,—
821	<b>Měsíční serenáda</b> – sladký long drink (Bibi Red Orange, pomerančový džus)	55,—
851	<b>Zelená tajemství</b> – ovocný long drink (Fruity Apple, Bibi, pomerančový džus)	50,—
847	<b>Srdčovitá koule</b> – long drink (ječmeně kukuřič, Spirit)	40,—
704	<b>Blue Bay</b> – long drink (Cachaça, Spirit)	49,—
823	<b>Růžomáček</b> – ovocný long drink (Cin, Cachaça, pomerančový džus, pomerančová šťáva, soda)	38,—
709	<b>Maniac</b> – ovocný long drink (melounový Bob, Bibi Coconut, Havana rum, ananášový džus, ananáš)	49,—
707	<b>Hebká masala</b> – ovocný long drink (Bibi Coconut, Bibi Blue, Bibi Passion Fruit, ananášový džus, ananáš)	55,—
708	<b>Cesta do nebe</b> – long drink 25. až (párty seriózní) (Bibi Banana, vodka, pomerančový džus)	46,—
709	<b>Pearl Harbor</b> – ovocný long drink (melounový Bob, vodka, ananášový džus)	54,—
710	<b>Labyrintní váleček</b> – long drink 45. až (párty seriózní) (Bibi Banana, Cachaça, ananášový džus)	77,—
711	<b>Caribbean Maracaja</b> – ovocný long drink (Bibi Passion Fruit, grapefruitový džus)	59,—
712	<b>Power XXL</b> – (ovocný) ovocný long drink (Bibi Fruity Apple, gin, pomerančový džus)	57,—
809	<b>Sex On The Beach</b> long drink pro každou roční dobu (Apricot Bibe, vodka, Cachaça, pomerančový džus)	49,—
805	<b>Indický panč</b> – ovocný long drink (Bibi Banana, Havana rum, Apricot Bob, pomerančový džus, ananášový džus)	66,—
811	<b>Dream Colada</b> – ovocný long drink (Bibi Coconut, Ananáš, meloun, ananášový džus)	49,—
716	<b>Red Colada</b> – long drink (Havana rum, Bibi Red Orange, kokos, ananášový džus, ananáš)	59,—
717	<b>Red 25. Avenue</b> – sladký ovocný long drink (Ananáš, rum, kokosový sirup, citrónová šťáva, ananášový džus)	46,—
718	<b>Karibik Colada</b> – ovocný ananášový long drink (Bibi Banana, ananášový džus, meloun, ananášový džus)	59,—
805	<b>Sex on the beach</b> – ovocný long drink pro každou dobu (Fruity Apple, gin, Bibi Banana, led)	69,—
824	<b>Tequila Sunrise</b> – long drink pro každou dobu (tequila, Cachaça, citrónová šťáva, pomerančový džus)	69,—
722	<b>Zlaté torpédo</b> – (ovocný) sladký short drink (Cachaça, Ananáš, ananáš)	47,—
815	<b>Euro – Cap</b> – (ovocný) short drink na večer (Bibi Blue, Cachaça, Cachaça, citrónová šťáva, ananáš)	67,—
854	<b>Jelčič orgasmus</b> – long drink nejen na večer (Ananáš, Bibi Red Orange, citrónová šťáva, pomerančový džus)	49,—
727	<b>Francouzský polibek</b> – ovocný long drink (Bibi Passion Fruit, vodka, pomerančový džus, ananášový džus)	49,—
190	<b>Mražený káva</b> (vanilková smetana, mražený káva, šlehačka)	35,—
Nealkoholické nápoje		
831	<b>Jahodovo-banánový koktejl</b> – sladký long drink (jahodový džus, banán, smetana)	49,—
832	<b>Hruškovo-kašičkový koktejl</b> – sladký long drink (hruškový džus, citrónová šťáva, meloun, šlehačka, vanilkový cukr)	45,—
830	<b>Americká šimovrdla</b> – ovocný long drink (šimovrdla ovocný džus, soda, sirup)	30,—
188	<b>Frappe koktejl</b> – sladký long drink - jahodový - vanilkový	35,—



# Hotel Slávie

*Zveme Vás na návštěvu našeho hotelu!!!*

*Nabízíme:*

- *ubytování v pohodlně zařízených pokojích*
- *příjemné posezení v pizzerii s velkým výběrem pizzy a míchaných nápojů*
- *možnost stravování v jídelně*
- *pořádání svateb, oslav a jiných akcí*
- *v letních měsících je otevřena zahrádka na náměstí*

**Kontakt:**

Masarykovo nám. 29  
393 01 Pelhřimov

tel: +420 565 321 540  
fax: +420 565 321 857  
pizza: 720 13 13 83  
email: [hotelslavie@pel.cz](mailto:hotelslavie@pel.cz)

### Rozpětí cen v hotelu Slávie v Pelhřimově

#### Samoobslužná jídelna

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
polévka	13 – 14,-
hotová jídla	45 – 55,-

#### Restaurace

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
studené předkrmy	35 – 60,-
polévky	28 – 30,-
teplé předkrmy	34 – 48,-
minutky z ryb	85 – 119,-
minutky z drůbežího masa	78 – 115,-
minutky z hovězího masa	114 – 240,-
minutky z vepřového masa	90 – 120,-
minutky z vepřových drobů	78 – 80,-
sýrové a bezmasé pokrmy	48 – 83,-
moučníky	30 – 58,-
poháry	49 – 56,-
slané pochoutky	16 – 40,-
saláty	20 – 48,-
přílohy	3 – 35,-

#### Pizzeria

<i>Druh jídla</i>	<i>Rozpětí cen v Kč</i>
pizza	72 – 230,-
spaghetti	84 – 108,-
risotto	78 – 98,-
tortelliny	89 – 91,-
penne rigate	85 – 91,-
maso	69 – 121,-
saláty	41 – 114,-
bezmasé pokrmy	86,-
bramborové noky	79 – 129,-
toasty	73 – 74,-
moučníky	35 – 49,-
poháry	38 – 52,-
přílohy	5 – 51,-

#### Hotel

<i>Druh pokoje</i>	<i>Cena/noc</i>
1- lůžkový	680,-
2-lůžkový	980,-
3-lůžkový	1380,-
4-lůžkový	1780,-



## Polední nabídka

Pondělí 21.4.2008

od 11:00 – 14:00

### **Polévka:**

01. Rajska 15,-Kč

### **Hlavní jídlo :**

02. 100g Kuřecí prsíčka KALIFORNIE, zapečená s broskví, hranolky 62,-Kč

03. 100g Smažená „NIVA“, vařené brambory, tatarská omáčka 59,-Kč

04. 100g Kuře Kung-Pao z čínské kuchyně, rýže 56,-Kč

05. 280g Špagety v tomatové omáčce, sypané sýrem 42,-Kč

06. **MOUČNÍK :** Medovník 16,-Kč

421. **Polední nápoj TOMA** – ORANGE nebo COOL 0,2l 8,-Kč

### **Na úterý pro Vás připravíme:**

### **Polévka:**

01. Zeleninová z čínské kuchyně 15,-Kč

### **Hlavní jídlo :**

02. 100g Kančí na česneku, špenát, bramborové knedlíky 62,-Kč

03. 4 ks Pikantní kuřecí křídýlka, vařené brambory, sterilovaná okurka 54,-Kč

04. 100g Kuře s cibulkou z čínské kuchyně, rýže 56,-Kč

05. 280g Žampionové rizoto, čerstvá zelenina 52,-Kč

010. **SALÁT :** Okurkový 15,-Kč

012. **MOUČNÍK :** Teplá vafle – ( džem, šlehačka) 15,-Kč

421. **Polední nápoj TOMA** – 0,2l 8,-Kč

Personál restaurace „ U Hradeb“ Vám přeje dobrou chuť.

## *Pizzerie Na Náměstí Pacov*

Aktuální polední menu (21. 4. – 25. 4. 2008) :

### ***pondělí:***

Polévka: Česnečka se sýrem

1. Kuřecí nudličky na pórku s bramborovými placičkami
2. Francouzské brambory, okurek
3. Pizza se slaninou a sýrem
4. Salát Catánie, pizza chleba

### ***úterý:***

Polévka: Bramboračka

1. Lesnická směs (vepřové a játra) s bramboráčky
2. Smažené žampiony, vařený brambor, tatarka
3. Pizza salámová s rajčaty
4. Žabí huba s kuřecími nugetkami

### ***středa:***

Polévka: Italská zeleninová s rajčatovým protlakem

1. Kuřecí řízek v těstíčku, bramborová kaše
2. Špagety Capri, zelný salát
3. Pizza s listovým špenátem a vejcem
4. Farfalle s tvarohem, turecká káva

### ***čtvrtek:***

Polévka: Krémová s žampiony

1. Kuřecí prsa s žampionovou omáčkou, rýže
2. Vepřový kotlet na česneku, špenátové penne
3. Pizza se slaninou a americkými bramborami
4. Topinky s masovým ragú, šopský salát

### ***pátek:***

Polévka: Fazolová s párkem

1. Kuřecí nudličky s baby karotkou, vařený brambor
2. Farfalle s anglickou slaninou a kyselým zelím
3. Pizza sladká s ovocem a čokoládou
4. Zeleninový salát se šunkou, fazolemi a vejcem

## *Hotel Rekrea*

### Jídelní lístek

<i>Studené předkrmy</i>			
840	100 g	Šunkový salát se zeleninou	51,00 Kč
713	100 g	Brokolicový salát s hermelínem a rajčaty	32,00 Kč
835	80 g	Okurka plněná krabím salátem	33,00 Kč
809	30 g	Uzený losos s brusinko–křenovou šlehačkou	64,00 Kč
<i>Polévky</i>			
769		Sýrový bujon s vejcem	23,00 Kč
216		Hovězí vývar s petrželovými nudlemi	18,00 Kč
832		Brokolicový krém se sýrovými knedlíčky	28,00 Kč
834		Houbová smetanová s jemnými noky s drhnutým tymiánem	26,00 Kč
235		Staročeská polévka /vejce, chléb, sýr, česnek, uzená krkovice/	27,00 Kč
221		Hovězí vývar se šunkovým svítkem	14,00 Kč
229		Česneková polévka	13,00 Kč
44		Rajčatová polévka	27,00 Kč
<i>Teplé předkrmy</i>			
799	100 g	Smažené rybí kuličky s pikantní omáčkou	60,00 Kč
674	100 g	Myslivecká omeleta /vejce, cibule, paprika, žampiony, kuřecí drůbky, slanina/	60,00 Kč
801	100 g	Těstovinové taštičky se špenátem	42,00 Kč
843	150 g	Cibulový koláč /cibule, paprika, slanina /	37,00 Kč
857	100 g	Gratinovaný chřest	59,00 Kč
387	80 g	Smažená niva s ďábelskou omáčkou	50,00 Kč
833	50 g	Sýrová omeleta se šunkou a žampiony	95,00 Kč
831	50 g	Toast NIVA	43,00 Kč
<i>Ryby</i>			
473	200 g	Pstruh po mlynářsku	107,00 Kč
845	200 g	Plněný pstruh v alobalu / cibule, slanina, uzená krkovice /	123,00 Kč
800	150 g	Lososový steak s citrónovou omáčkou / cibule, smetana, bazalka /	109,00 Kč
735	150 g	Losos na grilu	92,00 Kč
465	150 g	Kapr po NOVOHRADSKU	75,00 Kč

474	200 g	Kapr s bylinkovým máslem	82,00 Kč
470	150 g	Smažené rybí filé	67,00 Kč
472	150 g	Rybí filé na másle	66,00 Kč
468		Příplatek na 10g pstruha	5,00 Kč
<i>Drůbež</i>			
715	200 g	Kořeněný kuřecí steak	116,00 Kč
806	150 g	Kuřecí prsa plněná rajčaty a balkán. sýrem	118,00 Kč
807	100 g	Kuřecí prsa s hermelínem a sázeným vejcem	95,00 Kč
56	150 g	Kuřecí KUNG-PAO / cibule, arašidy, paprika, sójová omáčka /	110,00 Kč
498	150 g	Smažený kuřecí řízek	90,00 Kč
803	150 g	Kuřecí nudličky na Kari	93,00 Kč
804	100 g	Jemné krutí rizoto se šunkou a žampiony	112,00 Kč
749	150 g	Krutí kapsa / cibule, pórek, žampiony, slanina, salám /	96,00 Kč
<i>Hovězí maso</i>			
836	150 g	Provensálský biftek	167,00 Kč
844	150 g	Biftek s pikantní omáčkou sypaný čerstvým strouhaným křenem a sýrem	173,00 Kč
180	150 g	PFEFFER-Steak	163,00 Kč
797	150 g	Inspirace z Číny / Brokolice, česnek, sojová omáčka /	160,00 Kč
756	150 g	Svíčkové řezy OPERA / slanina, cibule, drůbeží játra, červené víno /	168,00 Kč
<i>Vepřové maso</i>			
850	150 g	Vepřová panenka plněná brokolicí s roqueforovou omáčkou	133,00 Kč
688	150 g	Pikantní vepřová směs v bramboráku	122,00 Kč
302	150 g	Smažený vepřový řízek	84,00 Kč
323	150 g	Vepřové medailonky s bazalkovým máslem	108,00 Kč
317	150 g	Vepřový přírodní řízek	78,00 Kč
192	150 g	Játra pana starosty / cibule, šlehačka, rajčatový protlak /	67,00 Kč
<i>Speciality</i>			
841	150 g	Plněná kuřecí roláda / žampiony, pórek, smetana, jablka, vejce, bílé víno /	133,00 Kč
842	150 g	Krutí kapsa s nivou / broskve, pórek, sojová omáčka /	107,00 Kč
259	150 g	Svíčková STROGANOV / cibule, šlehačka, rajčatový protlak /	140,00 Kč

67	150 g	Pelhřimovský řízek / vepř. řízek v bramboráku /	117,00 Kč
770	150 g	Vepřová pochoutka / vepřové maso, pórek, žampiony, šlehačka, niva /	135,00 Kč
267	150 g	Jehla LUCULLUS / 3 druhy masa, cibule, žampiony, sýr, slanina /	126,00 Kč
<i>Těstoviny</i>			
63	350 g	Špagety REKREA / bazalka, cibule, sýr /	74,00 Kč
187	100 g	Špagety s vepřovým masem / cibule, rajčata, rajčatová omáčka, sýr /	77,00 Kč
837	150 g	Farfalle s lososem a smetanovou omáčkou	100,00 Kč
830	300 g	Farfalle se zeleninou	67,00 Kč
<i>Bezmasá jídla</i>			
51	100 g	Smažený sýr	53,00 Kč
52	100 g	Smažený hermelín	55,00 Kč
487	300 g	Zeleninové rizoto	60,00 Kč
805	250 g	Bazalkové brambory s rajčaty	83,00 Kč
702	200 g	Zapečená brokolice se sýrem	70,00 Kč
808	100 g	Zeleninový závin s rajčatovou omáčkou	53,00 Kč
480	180 g	Smažené žampiony	48,00 Kč
<i>Dětská jídla</i>			
624	100 g	Kuřecí maso se zeleninou	60,00 Kč
454	100 g	Smažený kuřecí řízek	56,00 Kč
310	100 g	Smažený vepřový řízek	63,00 Kč
443	100 g	Vepřový řízek zapečený se sýrem	77,00 Kč
872	100 g	Rybí filé přírodní	47,00 Kč
<i>Sýry</i>			
856	150 g	Sýrová poezie s jádry ořechů	80,00 Kč
854	100 g	Variace plísňových sýrů s olivami	59,00 Kč
611	50 g	Sýr EIDAM	18,50 Kč
609	50 g	Sýr HERMELÍN	23,00 Kč
737	50 g	Sýr MOZZARELLA	16,00 Kč
610	50 g	Sýr NIVA	23,00 Kč
<i>Saláty</i>			
103	200 g	Rajčatový salát s kolečky červené cibule	28,00 Kč
802	200 g	Rajčatový salát s olivami a cibulí	47,00 Kč
851	200 g	Mrkvový salát s ananasem	20,00 Kč



106	200 g	Šopský salát s balkánským sýrem	47,00 Kč
102	200 g	Okurkový salát	25,00 Kč
848	200 g	Celerový salát s jablky	37,00 Kč
<i>Teplé moučníky</i>			
621	1 ks	Palačinka s čokoládou a šlehačkou	26,00 Kč
622	1 ks	Palačinka s ovocem a zmrzlinou	48,00 Kč
435	172 g	Povidlové taštičky	35,00 Kč
493	140 g	Domácí jablkový závin s vanilkovou omáčkou	26,00 Kč
847	130 g	Teplé jahody se zmrzlinou, jahodový přeliv	58,00 Kč
<i>Studené moučníky</i>			
251		Jahodový pohár / kakao, griotka, šlehačka /	51,00 Kč
249		Hruškový pohár / zmrzlina, kakao, šlehačka /	43,00 Kč
743		Zmrzlinový pohár s čokoládovou polevou	20,00 Kč
705		Zmrzlinový pohár s teplým ovocem	50,00 Kč
853		Jablko-broskvová romance s čokoládovým přelivem	31,00 Kč
<i>Přílohy</i>			
71	200 g	Vařené brambory	17,00 Kč
72	210 g	Vařené brambory m.m.	21,00 Kč
74	200 g	Opečené brambory	19,00 Kč
73	150 g	Smažené hranolky	30,00 Kč
86	150 g	Americké brambory	35,00 Kč
68	120 g	Bramborové krokety	23,00 Kč
91	120 g	Rosti / s příchutí muškátu /	21,00 Kč
263	100 g	Bramborové placky	23,00 Kč
79	180 g	Bramboráčky	25,00 Kč
77	150 g	Dušená rýže	11,00 Kč
113	160 g	Kari rýže	14,00 Kč
82	170 g	Šunková rýže	19,00 Kč
75	160 g	Houskové knedlíky	9,00 Kč
76	200 g	Bramborové knedlíky	13,00 Kč
69	200 g	Vlašský salát	32,00 Kč
80	200 g	Zeleninová obloha	20,00 Kč
78	50 g	Tatarská omáčka	9,00 Kč
109	50 g	Kečup	9,00 Kč
90		Pečivo	3,00 Kč

## *Jídelní lístek hodovny Na Kolíbce Pelhřimov*

### *POLÉVKA*

21. Domáci zelňačka s čabajkou

27 Kč

### *STEAKY*

200g Tatarák s topinkami a česnekem

199 Kč

100g Flák svíčkové na grilu (váha na přání)

110 Kč

200g Biftek s vejcem

249 Kč

200g Biftek na švestkové omáče

249 Kč

200g Staročeský steak se slaminou

249 Kč

200g Steak královský- na víně, mandlích a chilli

289 Kč

200g Pfeffer steak jak je líbí

249 Kč

200g Steak s hříbkovou omáčkou

269 Kč

(bohatá zeleninová obloha je samozřejmostí)

### *KUŘECÍ STEAKY*

200g Prsíčka na grilu

130 Kč

200g Marinovaná prsíčka

139 Kč

200g Čertovská směs

99 Kč

### *SPECIALITY*

200g Pečené vepřové koleno na prkénku

200 Kč

400g pečená vepřová žebra na česneku (pečivo)

200 Kč

### *TĚSTOVINY*

300g Špagety carbonara

99 Kč

300g Bolonské Špagety sypané sýrem

99 Kč

## K PIVEČKU

1Ks Nakládany hermelin	38 Kč
300g Studeně prkénko	129 Kč
10Ks Grilovaná keřecí křídla	99 Kč

## SALÁTY

200g Míchaný salát s dresingem	68 Kč
200g Šopský salát	68 Kč
200g Zelný salát	59 Kč
300g Salát s kuřecím masem	99 Kč

## PŘÍLOHY

150g Hranolky	25 Kč
150g Krokety	25 Kč
150g Brambory	18 Kč
150g Bramboráčky	25 Kč
1Ks Pečivo	3 Kč
Tatarka	17 Kč
Kečup	12 Kč
Dresing	17 Kč

## Jídelní lístek pizzerie hodovny Na Kolíbce Pelhřimov

K PIVEČKU	
1Ks Nakládany hernelin	38 Kč
300g Studené prkénko	129 Kč
10Ks Grilovaná keřecí křídla	99 Kč
SALÁTY	
200g Míchany salát s dresingem	68 Kč
200g Šopský salát	68 Kč
200g Zelny salát	59 Kč
300g Salát s kuřecím masem	99 Kč
PŘÍLOHY	
150g Hranolky	25 Kč
150g Krokety	25 Kč
150g Brambory	18 Kč
150g Bramboráčky	25 Kč
1Ks Pečivo	3 Kč
Tatarka	17 Kč
Kečup	12 Kč
Dresing	17 Kč

## PIZZY

21. Mexíco - kečup, salám, fazole, kukurice, chilli sýr	85Kč	115Kč
22. Pikantní – Pikant – Piquant - kečup, šunka, žampiony, kukurice, hrášek, chilli sýr	89Kč	125Kč
23. Sedlák – Bauer – Farmer - kečup, česnek, salám, speciální sýr, sýr	85Kč	115Kč
24. Zahradník – Gärtner – Gardener - kečup, brokolice, pórek, sýr	85Kč	115Kč
25. Chřestová – Spargel – Asparagus - kečup, šunka, chřest, sýr	85Kč	115Kč
26. Čundrák – Bummler – Camper - kečup, klobása, kapi, kukurice, sýr	85Kč	115Kč
27. Rybář – Fischer – Fisherman - kečup, tuňák, krabi tyčinky, krevety, cibule, sýr	89Kč	125Kč
28. Řezník – Metzger – Butcher - kečup, slanina, klobása, chilli sýr	85Kč	115Kč
29. Labužník – Feinschmecker – Gourmet - kečup, šunka, kukurice, chřest, fazole, olivy, sýr	89Kč	125Kč
30. Jarní – Frühling – Spring - kečup, mrkev, hrášek, fazolky, květák, sýr	79Kč	110Kč
31. Vodník – Wassermann – Water sprite - kečup, česnek, šunka, špenát, sýr	89Kč	125Kč
32. Hemelínová – Camembert - kečup, šunka, hemelín, sýr	85Kč	115Kč
33. Myslivecká – Jäger- Hunter - kečup, špenát, slanina, česnek, chilli sýr	85Kč	115Kč
34. Pašerák – Schmuggler – Smuggler - kečup, anglická slanina, chilli sýr	79Kč	110Kč
35. Pochoutka – Leckerei – Goodie - kečup, šunka, niva, sýr	85Kč	115Kč

### Přídavky – Zugaben – Additions:

Kapie, cibule, česnek, olivy, kukurice, hrášek, rajčata, špenát 10Kč

Salám, šunka, slanina, mořské plody, tuňák, klobása, krevety, krabi tyčinky, sýr 15Kč

Krabička – Karton – Box 10Kč

# RESTAURACE A PIZZERIE NA NÁMĚSTÍ



Náměstí svobody 170, 39501 Pacov  
www.pizzeriepacov.cz

rozvoz jídel: denně do 21:30, tel. 565 444 900

ceny rozvozu: zdarma při objednávce nad Kč 150,-  
Kč 30,- při objednávce do Kč 150,-  
mimo Pacov Kč 10,- / km

## PŘEDKRMY STUDENÉ

001.	Caprese .....	72,-
	<i>(mozzarella s rajčaty, oliv. olejem, bazalkou)</i>	
002.	Sýrový talíř s olivami .....	92,-
	<i>(4 druhy sýra, 200 gramů)</i>	
003.	Coctail z krabího masa .....	62,-
	<i>(krabí maso, jablko, majonéza)</i>	
004.	Carpaccio .....	87,-
	<i>(plátky marinované syrové svičkové)</i>	
005.	Prosciutto e melone .....	87,-
	<i>(žlutý meloun s parmskou šunkou a parmazánem)</i>	
006.	Itálie pro dva .....	173,-
	<i>(mísa obložená uzeninou, zeleninou, sýry)</i>	

## MALÁ TEPLÁ JÍDLA

007.	Grissiny se sýrovou omáčkou .....	38,-
	<i>(pizza tyčky)</i>	
008.	Grissiny s česnekovou omáčkou .....	43,-
	<i>(pizza tyčky)</i>	
009.	Žabí huba kuřecí .....	60,-
	<i>(teplá placka z těsta na pizzu, plněná zeleninou, majolkou a kuřecím masem)</i>	
315.	Žabí huba šunková .....	55,-
	<i>(teplá placka z těsta na pizzu, plněná zeleninou majolkou a šunkou)</i>	
010.	Žabí huba sýrová .....	50,-
	<i>(teplá placka z těsta na pizzu, plněná zeleninou, majolkou a sýrem)</i>	
011.	Bruschetta al pomodoro .....	47,-
	<i>(toast zapečený s kousky rajčat, bazalkou a oliv. olejem)</i>	
348.	Tajemný měšec .....	87,-
	<i>(kuřecí solé v palačince sypané sýrem a mandlemi, zapečené v peci)</i>	
270.	Tajemný měšec .....	87,-
	<i>(kuřecí nugetky se špenátem v palačince sypané sýrem a mandlemi, zapečené v peci)</i>	

## POLÉVKY

013.	Dle denní nabídky – nerozvážíme .....	15,-
------	---------------------------------------	------

## SALÁTOVÉ MÍSY (350 g / 200 g)

014.	Verona .....	85,- / 60,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, šunka, sýr, majolka, vejce)</i>	
016.	Sardinie .....	108,- / 76,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, tuňák, sýr, majolka, olivy)</i>	
018.	Florencie .....	93,- / 65,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, šunka, sýr, majolka, vejce, fazole)</i>	
020.	Catania .....	90,- / 63,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, krabí maso, sýr, majolka, vejce)</i>	
022.	Pollo .....	112,- / 78,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, sýr, majolka, kuřecí nugetky)</i>	
024.	Neapol .....	95,- / 67,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, šunka, sýr, majolka, vejce, kukuřice)</i>	
026.	Palermo .....	108,- / 76,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, sýr, majolka, smažený Camembert)</i>	
252.	Roma .....	122,- / 85,-
	<i>(hlávkový salát, okurky, rajčata, žlutý meloun, parmská šunka, olivy, ochucený dresingen)</i>	
253.	Těstovinový salát .....	89,-
	<i>(těstoviny, rajče, okurka, paprika, kuřecí nugetky, dresing)</i>	
288.	Malý míchaný salát z čerstvé zeleniny .....	55,-
	<i>(s oliv. olejem, sypaný sýrem)</i>	

## PIZZA (HMOTNOST TĚSTA 250 G, PRŮMĚR 32 CM)

043.	Margarita .....	85,-
	<i>(tomato, eidam, mozzarella)</i>	
044.	Funghi .....	86,-
	<i>(tomato, eidam, žampiony)</i>	
045.	Vesuvio .....	86,-
	<i>(tomato, eidam, šunka)</i>	
046.	Capricciosa .....	94,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, žampiony)</i>	
047.	Salami .....	99,-
	<i>(tomato, eidam, salám, paprika sladká)</i>	
048.	Quattro Stagioni .....	114,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, salám, paprika, žampiony)</i>	
049.	Hawai .....	96,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, ananas)</i>	
050.	Sir Filipo .....	107,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, kukuřice, olivy)</i>	
051.	Siciliana .....	105,-
	<i>(tomato, eidam, paprika, tuňák, cibule)</i>	
052.	Felicità .....	117,-
	<i>(tomato, mozzarella, tuňák, olivy, rajče)</i>	
053.	Frutti di mare .....	143,-
	<i>(tomato, mozzarella, dary moře, olivy)</i>	
054.	Vegetariana .....	112,-
	<i>(tomato, eidam, paprika, kukuřice, cibule, rajče, česnek)</i>	
055.	El capo .....	117,-
	<i>(tomato, mozzarella, artičoky, ang. slanina, žampiony)</i>	
255.	Al formaggio .....	119,-
	<i>(tomato, eidam, mozzarella, niva, hermelín)</i>	
056.	Diavola – Ďábelská .....	99,-
	<i>(tomato, eidam, klobása, feferonky, cibule)</i>	
057.	Fanelata .....	98,-
	<i>(tomato, mozzarella, špenát, česnek, rajče)</i>	
058.	Specialita z vysočiny .....	112,-
	<i>(tomato, eidam, ang. slanina, brambor, kukuřice, cibule, česnek)</i>	
059.	Calzone – uzavřená .....	103,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, artičoky)</i>	
060.	Studentská .....	89,-
	<i>(tomato, eidam, šunka, cibule)</i>	
326.	Bolognes .....	118,-
	<i>(mozzarella tomatová, omáčka z mletého masa, cibulové kroužky)</i>	
327.	Pizza se sušenými rajčaty .....	124,-
	<i>(tomato, mozzarella, kuřecí nugetky, olivy)</i>	
328.	Mexicana .....	128,-
	<i>(tomato, mozzarella, salám, slanina, fazole, kukuřice, cibule, česnek, rozšlehané vejce, feferonky)</i>	
256.	Al prosciutto crudo .....	131,-
	<i>(tomato, mozzarella, parmská šunka)</i>	
257.	La scala .....	118,-
	<i>(smetana, šunka, hermelín, vinná brusinková omáčka)</i>	
258.	Dolce .....	108,-
	<i>(marmeláda, míchané ovoce, čokoláda, šlehačka)</i>	
259.	Gabana .....	95,-
	<i>(čokoláda, banán, mleté ořechy, šlehačka)</i>	
260.	Zimní sen .....	82,-
	<i>(jablkové pyré, jablko, skořice)</i>	
061.	Pizza chleba se sýrem .....	38,-
	<i>(doporučujeme k salátům a předkrmům)</i>	
062.	Pizza chleba s česnekem a sýrem .....	48,-

## GNOCCHI ZAPEČENÉ V PECI

028. Bramborové noky s anglickou slaninou ..... 92,-  
(anglická slanina, žampiony, hrášek, smetana, sýr)
029. Bramborové noky se šunkou ..... 90,-  
(šunka, smetana, sýr, brokolice, česnek)
030. Bramborové noky s kuřecím masem ..... 96,-  
(kuřecí maso, špenát, smetana, sýr)
031. Bramborové noky s jahodami ..... 80,-  
(jahody, šlehačka)
032. Bramborové noky v tomatovém sosu ..... 117,-  
(tomatový sos, cibule, olivy, feferonky, šunka, parmazán)

## TĚSTOVINY

033. Špagety boloňské – zapečené v peci ..... 77,-  
(masové ragù, sýr)
034. Špagety capri ..... 83,-  
(niva, smetana, česnek, sýr)
519. Špagety al pollo ..... 109,-  
(s restovanými žampiony, kuřecími nugetkami a sušenými rajčaty, sypané parmazánem)
036. Penne al pollo ..... 87,-  
(kuřecí maso, paprika, tomatový sos, parmazán)
037. Penne al funghi ..... 84,-  
(žampiony, šunka, paprika, přelité smetanovou omáčkou)
038. Penne al tonno ..... 96,-  
(tuňák, smetana, česnek, žampiony, sýr)
039. Lasagne al forno – zapečené v peci – nerozvážíme .... 98,-  
(masové ragù, rajčatová omáčka, parmazán)
040. Lasagne al spinaci – zapečené v peci – nerozvážíme ... 90,-  
(špenát, vejce, šunka, smetana)
261. Tagliatelle ..... 105,-  
(s kuřecím masem a brokolici, přelité sýrovou omáčkou)
262. Tagliatelle ..... 87,-  
(s kyselým zelím, šunkou a slaninou)
263. Tagliatelle ..... 99,-  
(s pesto omáčkou, anglickou slaninou a cibulí, sypané parmazánem)

## RÝŽOVÉ SPECIALITY

041. Risotto con pollo ..... 92,-  
(kuřecí maso s čerstvými restovanými žampiony, hrášek, parmazán)
042. Risotto con funghi ..... 89,-  
(šunka, restované žampiony, česnek, parmazán)

## RADĚJI MASO

### Kuřecí prsa

073. 150 g kuřecí prsa na grilu s čerstvou zeleninou ..... 95,-
074. 150 g kuřecí prsa na grilu s restovanou zeleninou ..... 99,-
075. 150 g kuřecí prsa na grilu zapečená s ovocem a sýrem, obloha ..... 102,-
076. 150 g kuřecí prsa na grilu zapečená s mozzarellou a olivami, obloha ..... 105,-
091. 150 g kuřecí soté na bramboráku, obloha ..... 129,-
092. 150 g kuřecí prsa zapečená v bramborovém těstíčku, obloha ..... 137,-
101. 150 g Normandský steak se smetanovou omáčkou ... 119,-  
(se žampiony, flambovaný vodkou)
105. 150 g kuřecí řízek smažený v parmazánu ..... 135,-  
(jako přílohu doporučujeme tagliatelle se slaninou a česnekem na olivovém oleji)
265. 150 g kuřecí nudličky po čínsku ..... 113,-
329. 150 g kuřecí směs Náměstí ..... 115,-  
(kuřecí nudličky na zelenině a červeném víně)

### Vepřové maso

078. 150 g kotlet na rozmarýnu v česnekové omáčce s čerstvou paprikou ..... 115,-
079. 150 g kotlet na barevném pepři s rest. zeleninou ..... 113,-
080. 150 g plněný kotlet, obloha ..... 107,-  
(plněný šunkou, sýrem a žampiony)

081. 150 g kotlet zapečený s nivou a parmskou šunkou, obloha ..... 133,-
093. 200 g krkovička na grilu s křenem a hořčicí ..... 116,-
197. 150 g čínská směs z vepřové panenky ..... 136,-
082. 200 g panenka alla Amerika ..... 154,-  
(v kalifornském steakovém koření, obloha)
083. 200 g panenka protýkaná slaninou s restovanou zeleninou ..... 162,-
084. 200 g panenka nadívaná špenátem a mozzarellou, obloha ..... 169,-
085. 150 g panenské medailonky s omáčkou z čerstvých žampionů ..... 143,-

### Hovězí svíčková (200 g)

086. bistecca al verde ..... 229,-  
(na cibuli a barevném pepři, obloha)
087. steak po Toskánsku ..... 219,-  
(se šalvějí na olivovém oleji, obloha)
088. biftek s vejcem a restovanou zeleninou ..... 223,-
264. Horká višň ..... 230,-  
(biftek přelitý horkou višňovou omáčkou)
388. biftek na grilu ..... 239,-  
(s restovanými zelenými fazolkami na slanině)
287. tatarák, česnek, chléb 3 ks ..... 219,-

### Ryby a rybí filety na grilu

089. 150 g filet norského lososa ve smetanovo-šalvějové omáčce s brokolici ..... 147,-
090. 150 g norský losos s mozzarellou a olivami ..... 142,-
402. 150 g filet Pangase siamského s restovanou zeleninou 138,-
403. 150 g pstruh pečený na grilu, zeleninová obloha ..... 117,-

## DOPORUČUJEME

266. 150 g Chilli con carne ..... 178,-  
(mexická specialita z hovězí svíčkové a vepřové panenky s fazolemi, kukuřicí, paprikou, česnekem a chilli v rajčatové omáčce, podáváme v rozpečeném chlebovém bochníku nebo s chlebem)
449. 200 g mix-grill ..... 143,-  
(kuřecí přírodní řízečky, medailonky z vepřové panenky, klobásové soudečky ve slaninovém kabátku, s hořčicí, křenem a zeleninovou oblohou)

## BEZMASÁ JÍDLA

459. 200 g česnekové brambory ve smetanové omáčce, zapečené s brokolici a sýrem ..... 55,-
012. 100 g smažený sýr, tataraka, obloha ..... 75,-

## PŘÍLOHY

094. 200 g hranolky ..... 28,-
095. 200 g americké brambory ..... 28,-
096. 200 g krokety ..... 28,-
289. 200 g bramborové dolárky ..... 34,-
267. 200 g zapečené brambory se smetanou a sýrem ..... 36,-
099. 200 g bramboráčky ..... 32,-
097. 160 g rýže ..... 23,-
268. 200 g tagliatelle s pesto omáčkou ..... 35,-
269. 200 g tagliatelle vařené ..... 25,-
521. 200 g tagliatelle se slaninou a česnekem na oliv. oleji .. 35,-
098. 150 g restovaná zelenina ..... 38,-  
(marinovaná v olivovém oleji)
199. 150 g čerstvá zelenina ..... 28,-
100. Tatarská omáčka / dressing ..... 12,-
519. Sýrová omáčka ..... 25,-
520. Dijónová omáčka ..... 22,-
198. Kečup ..... 12,-
254. Toasty z bílé vky – 3 ks ..... 14,-
285. Pečivo 1 ks ..... 4,-

Restaurace a pizzeria Na náměstí