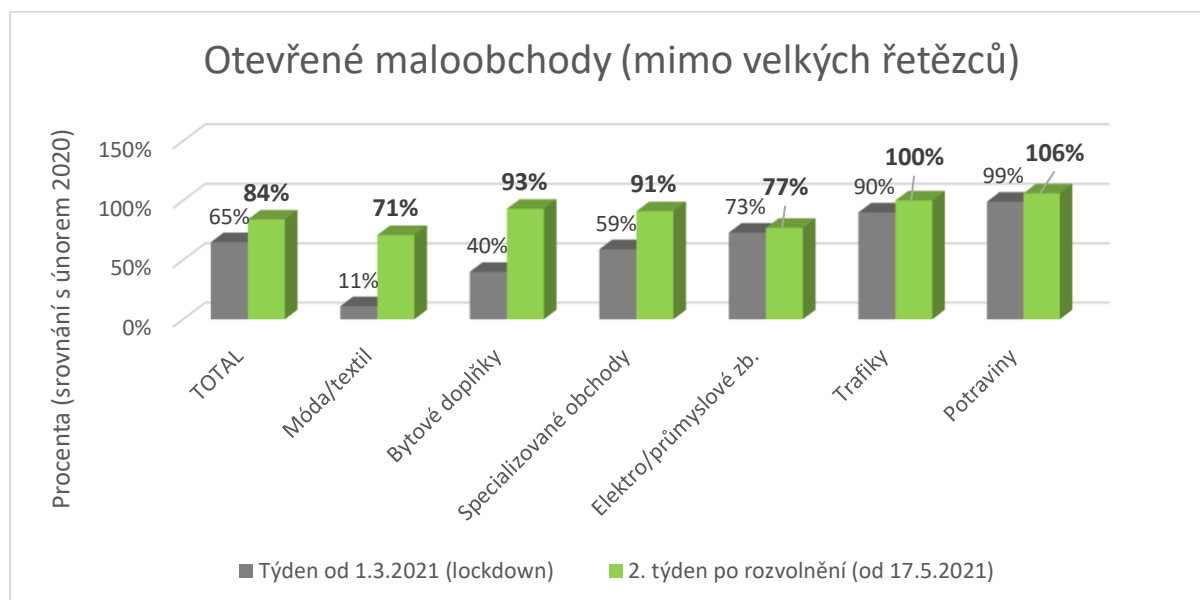


Maloobchod v číslech: Lidé utrácení za nákupy víc a vrhli se na zahrádkaření

Praha 31. května 2021 – Několikaměsíční omezení maloobchodu pozměnilo nákupní zvyklosti Čechů. Vyplyvá to ze zjištění společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá víc než 3 000 tuzemských obchodů. Podle odhadu ředitele společnosti Petra Menclíka padlo pandemii za oběť zhruba 5 % menších a středně velkých obchodů. Ty, které přežily, ale nyní zažívají poměrně dobré časy. Návštěvníci v některých segmentech utrácení v průměru téměř o 50 % víc na jeden nákup, takže tržby uplynulých týdnů překonávají hodnoty z doby před pandemií o desítky procent i při nižším počtu otevřených provozoven.

„V celém jarním lockdownu zůstávala zavřená asi třetina menších a středních maloobchodů, ale souhrnné tržby v tom období klesly oproti předcovidovému normálu asi jen o 5-10 %. V průběhu uplynulých tří týdnů, kdy došlo k rozvolnění, postupně otevřelo už 9 z 10 maloobchodů využívajících náš pokladní systém. Tržby skokově vzrostly o desítky procent,“ přibližuje ředitel Dotykačky Petr Menclík.

Nejvyšší nárůst tržeb byl logicky znát hned po rozvolnění. V prvním týdnu po otevření maloobchodů se tržby podle údajů Dotykačky vyšvihly 44 % nad předcovidový standard. V navazujících dvou týdnech nákupní šílenství přeci jen o něco opadlo. I tak se ale hodnoty celkových tržeb malých a středních maloobchodů (bez velkých řetězců) drží zhruba 35 % nad hodnotami z února 2020. Situace se ale pochopitelně liší v jednotlivých segmentech.



Zdroj: Dotykačka Holding

První nákupní horečka klesá zejména u oblečení

„Skokový nárůst tržeb v souvislosti s rozvolněním byl vidět především v obchodě s textílem a módními doplňky. Tržby, které se ve srovnání s předcovidovým „normálem“ po celé jaro držely v rozmezí

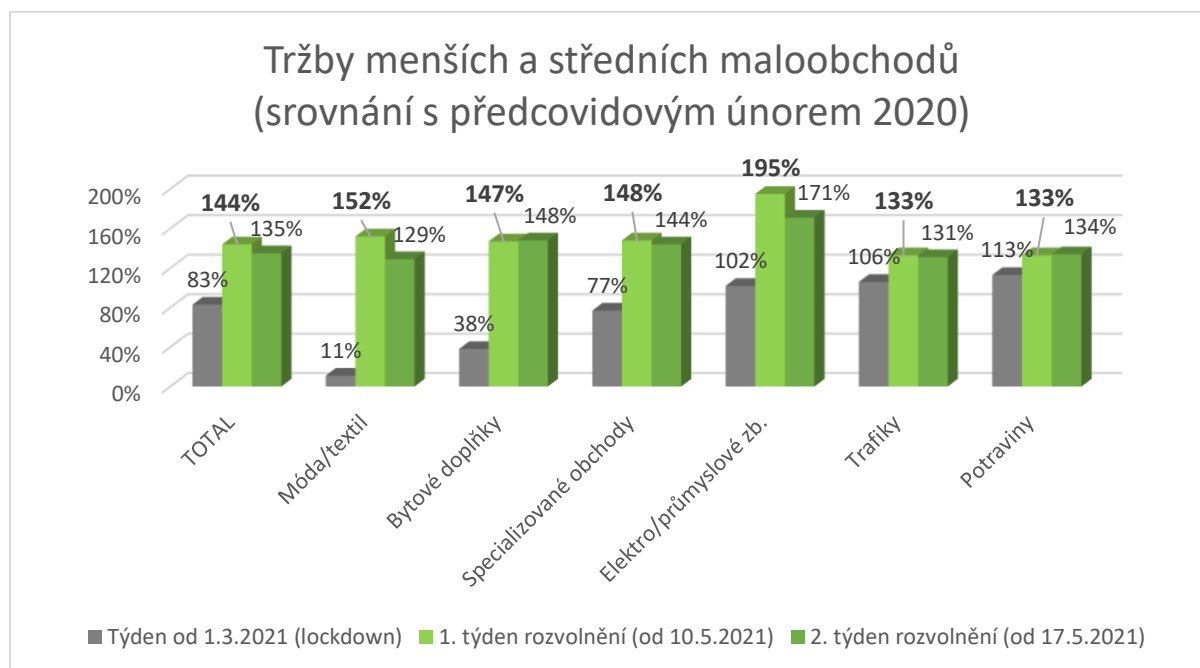
pouhých 10-25 %, vystřelily v prvním rozvolněném týdnu na 152 %. V druhém týdnu už to bylo jen 129 % a v tomto týdnu mírný pokles dál pokračuje. Odhadujeme, že tento týden se uzavře na hodnotách kolem 120 %,” vypočítává Petr Menclík. Zavřeno podle něj v segmentu módy zůstává i nyní 29 % obchodů. Ještě před měsícem to bylo 70 %.

Stabilnější zájem je vidět například u bytových doplňků, ve specializovaných obchodech, jako je cyklo, sport, rybářské potřeby apod. „S rozvolněním otevřely skoro všechny obchody v těchto segmentech, zavřená zůstala pouhá jedna desetina. Tržby ale vzrostly zhruba 50 % nad hodnoty prodeje před pandemií. Lidé tak nyní utratí na jeden nákup asi o polovinu víc než dřív,” vysvětluje Petr Menclík.

Elektro? E-shopy se osvědčily, ale mají limity

Trochu speciální kategorií jsou obchody s elektrem a průmyslovým zbožím. „Na rozdíl od jiných maloobchodních segmentů byla u tohoto typu zboží vidět nejmenší změna v počtu otevřených provozoven. Celé jaro jich fungovalo zhruba 70 % a s rozvolněním se toto číslo povyskočilo jen o kousek, zhruba na 75-80 %. I tržby zůstávaly vysoké. Dokonce i během lockdownů převyšovaly obraty z února 2020. Lidé si zjevně zvykli tento druh zboží kupovat online,” zamýšlí se Petr Menclík.

Přesto podle něj bylo vidět, že část zákazníků zůstává věrná tradičním offline nákupům. „U dražšího zboží lidé přeci jen dávají přednost tomu, aby si zboží před nákupem mohli prohlédnout, a nejlépe i osahat. Největší prodeje tak byly vidět první sobotu po rozvolnění. Skokově ten den oproti běžným předcovidovým sobotám vyskočily o 300 %.”



Zdroj: Dotykačka Holding

Co Čech, to pěstitel/chovatel

Další posun, který způsobila pandemie, je vidět v oblasti chování domácích mazlíčků a pěstitelského hobby. „Z tržeb v obchodech zaměřených na chovatelské nebo zahradnické potřeby je jasně vidět, že jakmile pandemie Čechy zavřela doma, pořídili si nejrůznější mazlíčky, nebo alespoň začali zvelebovat své záhony a zahrady,” komentuje Menclík s odkazem na to, že na rozdíl od jiných obchodů, kde se v prodeji nejvýrazněji projevilo až nedávné rozvolnění, u obchodů orientovaných na faunu a flóru bylo možné sledovat nárůst tržeb po celou dobu pandemických omezení.

„V posledních týdnech jsou tržby v tomto segmentu oproti únoru 2020 až trojnásobné. Částečně se to určitě dá vysvětlit sezónností, nicméně nárůsty přes 100 % jsme pozorovali už během podzimních měsíců, dokonce i v listopadu a prosinci,“ upřesňuje Menclík. Nepochybně se na tom podle něj podepsal i současný boom pořizování víkendových chat a chalup.

Kontakt pro média:

Věra Kubátová | PR & Media konzultant

E-mail: vera.kubatova@dotykacka.cz | media@dotykacka.cz

Mobil: +420 775 708 019

Dotykačka je poskytovatelem řešení a služeb v oblasti pokladních systémů pro malé a střední podnikatele v segmentu Horeca, obchodu a služeb. Společnost vznikla v roce 2015 a z dynamicky se rozvíjejícího start-upu je v současnosti jedním z evropských lídrů na trhu moderních pokladních systémů. Úspěšné pokladní řešení vyvinuté na platformě Android poskytuje živnostníkům, malým a středně velkým firmám spolehlivý nástroj pro zefektivnění jejich podnikání. Skupina Dotykačka s.r.o., do které kromě Dotykačky patří také Smart Software s pokladnou Markeeta zaměstnává 130 lidí ve třech zemích a obsluhuje dohromady více než 24 000 platících uživatelů. Celosvětově si aplikaci Dotykačka stáhlo na svá zařízení přes 75 000 uživatelů. Společnost má nyní obchodní zastoupení v České republice, Polsku a Německu. Už v roce 2016 se firma zařadila mezi Českých 100 Nejlepších. Dotykačka poskytuje v zahraničí svoje služby také pod značkou Dotypos. Více informací viz www.dotykacka.cz.