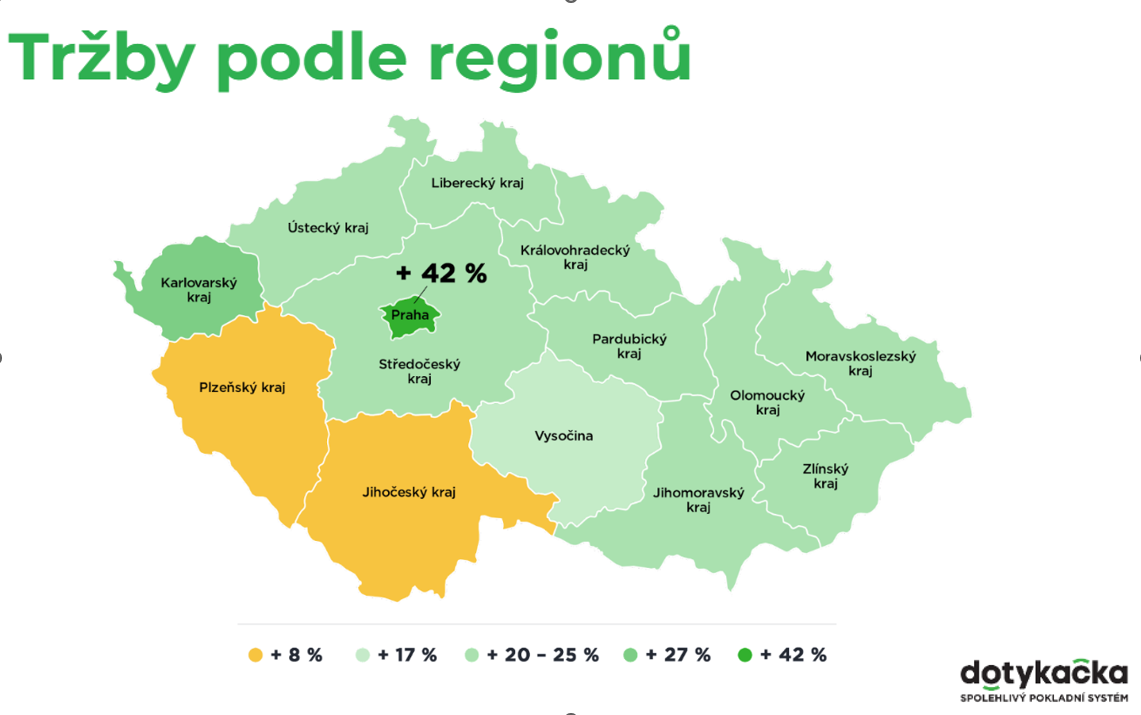
**Gastro čelí extrémním nákladům. Rekordní letní tržby radost nepřinesly**

12. září 2022 – **Provozovatelé gastro podniků by při sčítání příjmů z letní sezóny zdánlivě mohli jásat. Podle zjištění společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá největší počet tuzemských gastro konceptů, dosáhly souhrnné tržby o letošních prázdninách rekordních hodnot. Při pohledu na výdajovou složku ovšem úsměv pohasíná. Provozní náklady jsou extrémní a optimismus nepřináší ani postupné změny v chování zákazníků.**

Souhrnné gastro tržby za červenec a srpen meziročně vzrostly o 27,5 procenta. *„Rozhodně to nebylo jen zdražováním. Během vrcholu sezóny na řadě míst stoupala i návštěvnost. Nicméně ze souhrnných čísel nelze odvozovat závěry. V jednotlivých regionech se situace významně lišila,“* komentuje ředitel Dotykačky Petr Menclík.

**13 ze 14 krajů za celorepublikovým průměrem**

Při pohledu na tržby je zkreslení souhrnných údajů asi nejpatrnější. Celorepublikový průměr podstatně zvedá Praha, kde tržby oproti loňskému létu narostly dokonce o 42 procent. V porovnání s většinou území to představuje zhruba dvojnásobnou hodnotu. Ze 14 krajů tak celých 13 zůstává pod úrovní souhrnných 27,5 procent. Nejčastěji tržby vzrostly o 20-25 procent. Na Vysočině to bylo jen 17 procent a daleko za všemi zůstávají Plzeňský a Jihočeský kraj jen s 8procentním navýšením.

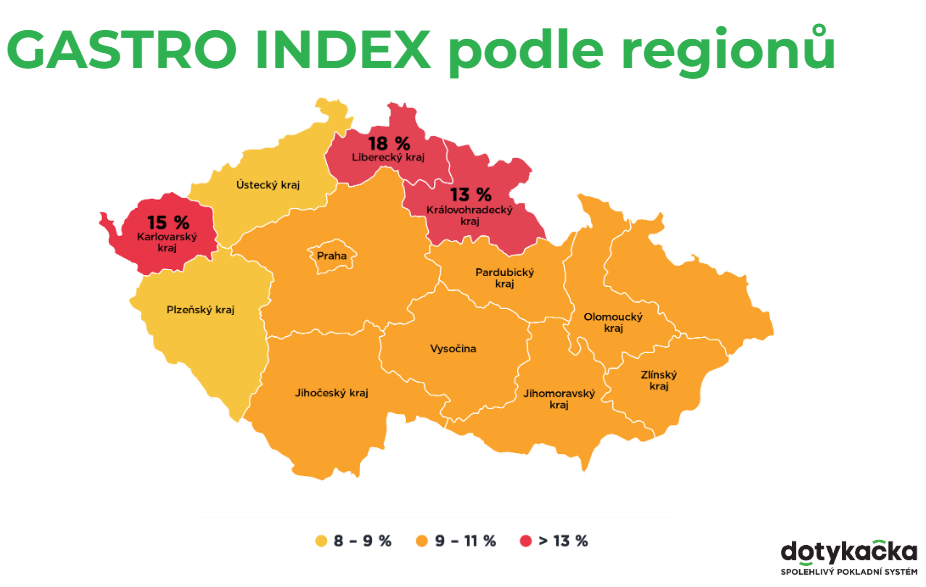


*Mapa krajů odhaluje, že na většině území byl nárůst tržeb nižší než celorepublikový průměr.*

**Vliv zdražení na nárůst tržeb**

Tržby meziročně vzrostly pochopitelně i vlivem zdražování. To, jak se v gastronomii mění ceny, Dotykačka nově monitoruje prostřednictvím tzv. **gastro indexu**. Na vzorku několika tisíc provozoven analyzuje zhruba 50 nejprodávanějších produktů (od předkrmů přes hlavní jídla až po dezerty a nápoje). Vývoj jejich cen sleduje napříč gastro segmenty i regiony.

*„Oproti loňským prázdninám se ceny v gastro podnicích zvedly v průměru o 11 procent. Znovu ale platí, že ve všech oblastech není situace stejná. Rozdíly mezi sousedícími kraji můžou být až 10 procentních bodů,“* přibližuje Petr Menclík.



*Srpen 2022 vs. srpen 2021: Oproti loňsku nejvýrazněji zdražily podniky v Libereckém kraji. Sousední Ústecký kraj naopak patří k těm, kde se zdražovalo nejméně, jen kolem 8 procent.*

V kontextu *gastro indexu* se ukazuje, že nárůsty tržeb v řadě regionů nebyly tak výrazné, jak se na první pohled mohlo zdát. *„Odečteme-li vliv zdražení, na většině území tržby reálně stouply jen o 5-10 procent.* *Obrat podniků v Jihočeském a Plzeňském kraji dokonce v porovnání s loňským létem o něco klesl,“* vysvětluje Menclík.

**Neúměrné náklady na provoz**

Ještě přesnější obrázek o aktuální situaci v oboru poskytuje pohled na růst provozních nákladů. *„Gastronomie bohužel silně využívá všechny vstupy, jejichž ceny za minulé měsíce nejvýrazněji narostly. Od práce, surovin a energie až ceny nájmů, které zdražuje vysoká inflace. V součtu se tak z gastronomie kompletně vytrácí ziskovost, a to už před nástupem podzimu, kdy intenzivně poroste spotřeba energií,“* vypočítává Luboš Kastner, konzultant a zástupce gastronomů v Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR).

Mnozí provozovatelé se tak propadají do ztrát už v době, kdy je tvorba zisku klíčová k překlenutí náročných zimních měsíců. *„Po dvou letech s covidem je to neřešitelná situace,“* doplňuje.

Zatímco u jídel se ceny podle Kastnera ještě daří přizpůsobovat, zásadní brzdou českého gastra je neochota platit víc za nejoblíbenější alkoholický nápoj. *„Čepované pivo tvoří podstatnou část tržeb, zároveň má ale jednu z nejnižších hrubých marží. Tuzemský trh tak ohrožuje to, co ho nejvíc proslavilo. Potřebovali bychom po vzoru ostatních evropských zemí právě u piva skokově zvednout cenovou hladinu. Nicméně to je to poslední, co si český host přeje.“*

**Jaká bude zima?**

Vedle nárůstu cen energií a dalších výdajů bude nejspíš gastronomické podnikatele decimovat dopad kdysi přehlížené klauzule v nájemních smlouvách, která umožňuje zvednout od ledna příštího roku nájemné o 15-20 procent, navíc v nejméně výdělečných měsících v roce.

*„Letošní cesta k jaru bude ještě těžší než v předchozích covidových letech. Nelze totiž očekávat, že podnikatelé letos získají nějakou státní podporu,“* zmiňuje Kastner.

Ani chování zákazníků nenastiňuje příliš pozitivní výhled. *„Ačkoli léto proběhlo ještě vcelku postaru, už bylo znát, že pomalu dochází ke změnám. Zvlášť během obědů se lidé z klasických restaurací čím dál častěji přesouvají do fastfoodů a bister, kde ve výraznější míře utrácejí pouze za jídlo, už ne tolik za pití. Zákazníci zároveň pozvolna ustupují od prémiových značek. Například u piva dávají přednost levnějším a lokálním značkám. U tvrdého alkoholu zas mění zahraniční značky za levnější tuzemské varianty. Klesá také četnost víkendových rodinných obědů v restauracích,“* uzavírá Petr Menclík.

Kontakt pro média:

**Věra Kubátová |** PR & Media konzultant  
E-mail: [vera.kubatova@dotykacka.cz](mailto:vera.kubatova@dotykacka.cz) | [media@dotykacka.cz](mailto:media@dotykacka.cz)   
Mobil: +420 775 708 019

**Dotykačka ČR s.r.o.** je poskytovatelem řešení a služeb v oblasti pokladních systémů pro malé a střední podnikatele v oblastech horeka, obchodu a služeb. Společnost vznikla v roce 2017 a navázala na činnost společnosti Dotykačka, s.r.o., která působila na českém trhu od roku 2015. Z dynamicky se rozvíjejícího start-upu postupně vznikl jeden z evropských lídrů na trhu moderních pokladních systémů.

Dotykačka ČR aktuálně provozuje na dvou trzích víc než 15 tisíc pokladen a naplňuje svou misi šetřit podnikatelům čas a peníze, aby se oni mohli naplno věnovat svému podnikání. Poskytuje spolehlivé nástroje, které usnadňují digitalizaci procesů ve firmách a zefektivňují jejich řízení i rozvoj. Hodí se do každého pohostinství, prodejny či zařízení poskytující služby.

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](http://www.dotykacka.cz).