

Gastro počítá ztráty: Letní vrchol sezóny vůbec nevyšel

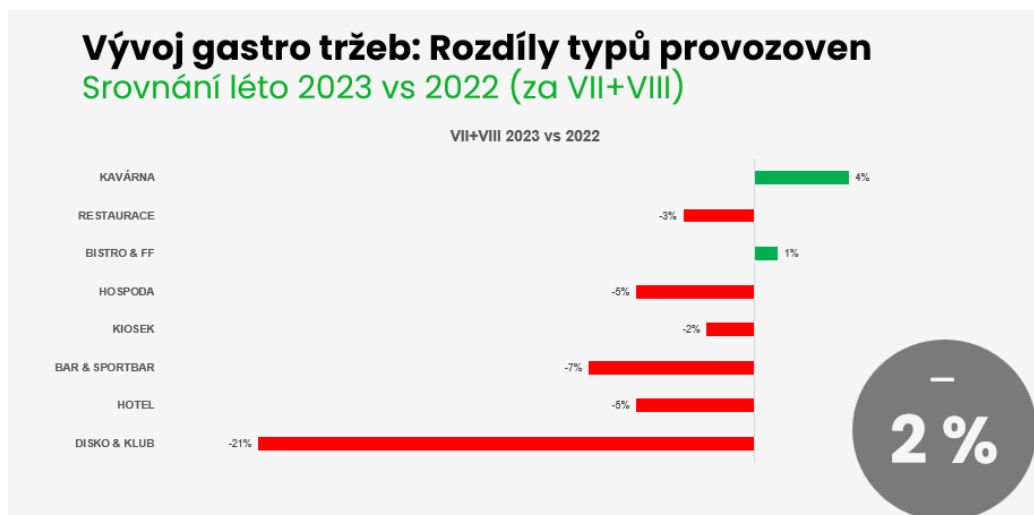
12. září 2023 – Podle úvodních měsíců roku to vypadalo na slibnou sezónu. Teď je ale jasné, že léto gastro podnikatelům rozhodně nevyšlo podle jejich představ. Prázdninové tržby, které pro většinu provozů představují vrchol celého roku, zaostaly 2 % za loňskými čísly. A to se přitom meziročně zdražilo o 8 %, takže výdělky měly být o to vyšší. Na vině je nižší návštěvnost i změna spotřebitelského chování. Vyplyvá to ze zjištění společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá největší podíl tuzemských gastro zařízení.

„Už od května pozorujeme ve srovnání s loňskem horší výsledky. To platilo i pro červenec, ovšem zdálo se, že srpen by to mohl vykompenzovat. V prvních dvou týdnech výdělky o 5 % převyšovaly loňská srpnová čísla, ovšem pak přišel kritický propad. V druhé polovině měsíce jako by lidé přestali chodit do restaurací,“ přibližuje průběh letošního léta ředitel Dotykačky Petr Menclík.

Prahu zachránili až turisté

K největším poklesům tržeb došlo v menších městech a na vesnicích. Ušetřena však tentokrát nebyla ani Praha, která je obvykle nejsilnější z celé republiky a často se vzpírá všem negativním trendům. „Hlavní město si zpravidla žije svým vlastním životem, a i když se jinde nedaří, tamější gastro podniky praskají ve švech. Letos to však bylo jiné. Už v květnu a červnu se metropole srovnala se zbytkem republiky a klesla pod loňské hodnoty. Do plusových čísel ji nakonec vytáhl až prázdninový nájezd zahraničních turistů,“ komentuje Menclík.

Prakticky všude jinde se letní výkon ponořil do mínusu. Ať už z pohledu velikosti obcí nebo srovnání krajů či jednotlivých gastro segmentů. Bližší pohled na jednotlivé formáty pak ukazuje, že utrpěly především ty, které se orientují na noční život.



Zdroj: Dotykačka

Zatímco kavárnám a bistrům se podařilo udržet v plusových hodnotách, ostatní formáty se v létě propadly. Nejkritičtější situace byla v klubech a diskotékách, které ve srovnání s loňskem přišly o pětinu výdělků.

Na skleničku raději už odpoledne

Z analýz Dotykačky vyplývá, že minimálně zčásti stojí za propadem tržeb nočních podniků změna spotřebitelského chování. Lidé si podle všeho zvykli zejména v létě zajít na skleničku už v odpoledních nebo podvečerních hodinách. Mnohem častěji tak směřují právě do prosperujících kaváren, kam se mimo jiné přesunula i část konzumace alkoholu.

„Populární jsou zejména trendy letní drinky a šumivá vína, která si zákazníci rádi vychutnávají třeba na letních zahrádkách, často hned po práci. Od roku 2019 jsme zaznamenali výrazný posun prodeje těchto drinků právě do odpoledních hodin,“ upřesňuje Menclík.

„Z vývoje na trhu lze usuzovat, že formáty kaváren a bister si berou to nejlepší z hospod, restaurací a barů. Na menším prostoru v autentické atmosféře dokáží stále lépe naplňovat všechny potřeby zákazníků. K tomu benefitují ze své akčnosti a rychlosti, což se naplno osvědčilo v covidu a tento trend dál pokračuje,“ říká Luboš Kastner, zástupce gastronomických podniků v rámci AMSP ČR. *„Tyto formáty jsou čím dál úspěšnější i mimo města, kam přinášejí určité oživení do monolitické hospodské nabídky. S růstem sazby DPH u piva a očekávaným dalším poklesem konzumace piva tak představují určitou šanci pro aktivnější společenský a gastronomický život na vesnicích a v menších obcích,“* doplňuje.

Změny ve vyhlášení spropitného

V souvislosti s celkovou proměnou chování spotřebitelů se postupně mění i jejich přístup ke spropitnému. Vyplývá to ze společné analýzy společností Dotykačka a Qerko. Nejčastěji se spropitné pohybuje mezi 5 a 10 procenty z celkové částky. Kolem 10 % činí dýška přibližně při třetině plateb. Naproti tomu zhruba při pětině plateb zákazníci nedávají spropitné vůbec.

Když už se někdo rozhodne spropitné zaplatit, jsou to častěji muži než ženy. Což ovšem souvisí i s tím, že obecně v gastru častěji platí muži. V pracovním týdnu vytahují peněženku ve dvou ze tří případů, a o víkendech dokonce ve čtyřech z pěti případů. Mimochodem, o víkendech má obsluha šanci na spropitné vyšší. Zákazníci ho dávají v 90 % plateb.

Dobrou zprávou je, že podniky mohou jít vyššímu spropitnému naproti zaváděním moderních technologií. *„Dříve panoval, a možná ještě stále panuje mýtus, že spropitné zákazníci vyplácejí pouze při platbách v hotovosti. Není tomu tak. Při bezhotovostních platbách naopak mnohdy bývají štedřejší. Dokazují to i statistiky z našich platebních terminálů, které platící nenásilně motivují k započítání spropitného. To pak bývá až dvakrát vyšší než u hotovostních plateb,“* říká ředitel Dotykačky.

Jeho slova potvrzuje i spoluzakladatel aplikace Qerko Lukáš Kovač: *„Od klientů víme, že díky Qerku se jim zvedla dýška klidně i o desítky tisíce měsíčně. Jejich zákazníci oceňují, že nemusejí na nic čekat. A obsluha je díky tomu efektivnější. Ve výsledku obslouží víc zákazníků a stará se o ně lépe. To se znovu odráží ve výši spropitného,“* uzavírá.

TISKOVÁ ZPRÁVA

Kontakt pro média:

Věra Kubátová | PR & Media konzultant

E-mail: vera.kubatova@dotykacka.cz | 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 aktuálně provozuje na třech trzích víc než 20 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.