

Gastronomie pokulhává v digitalizaci, konzervativní hospodští kvůli tomu přicházejí o hosty i peníze

4.3.2026 - | Plzeňský Prazdroj

Letité rčení „bez peněz do hospody nelez“ už dávno neplatí. Dnešní hosté naopak vítají, když mohou do restaurace vyrazit jen s platební kartou nebo mobilem. O tom, do jakého podniku se vydají a co si objednají, často rozhoduje i to, jak podnik komunikuje na sociálních sítích. Hospodští, kteří stále spoléhají pouze na kasírtašku s hotovostí a ignorují online komunikaci, tím přicházejí o hosty i tržby. Plzeňský Prazdroj, který se v posledních letech soustředil hlavně na kvalitu čepovaného piva, nyní spolu se společností Piano podporuje i intenzivnější využívání digitálních nástrojů v gastronomii.

„Jen za posledních pět let z Česka zmizely čtyři tisíce tradičních hospod. Hosté si dnes pečlivě vybírají, kam půjdou, a ukazuje se, že nestačí mít jen dobré jídlo a správně načepované pivo. Českou gastronomii proto čeká zásadní změna – musí se digitalizovat, aby hospody zrychlily a zjednodušily své procesy. To platí nejen pro online komunikaci se zákazníkem na sítích, ale třeba i pro používání moderních platebních metod jako je Qerko, nebo digitální sledování nákladů a celého provozu. To je cesta, jak ušetřit čas personálu i náklady podniku a celkově stabilizovat a rozvíjet české restaurace a hospody,“ uvádí **obchodní ředitel Plzeňského Prazdroje Roman Trzaskalik**.

Do hospody bez hotovosti

Podle průzkumu společnosti Data Servis v Česku stále funguje téměř pětina hospod, kde se hosté bez fyzických peněz neobejdou. Přičemž výrazné rozdíly jsou mezi městy a venkovem. Zatímco v Praze bezhotovostní platby akceptuje 96 % podniků, na venkově je to jen 45 % hospod. Hospodští, kteří karty odmítají, často argumentují dodatečnými poplatky, administrativou a také tím, že hosté jsou na hotovost prostě zvyklí. Data však ukazují pravý opak. *„Zhruba 70 % návštěvníků restaurací si přeje platit bezhotovostně a pro 11 % hostů je tato možnost dokonce natolik zásadní, že by do podniku, kde neberou karty, vůbec nešli. Z bezhotovostních metod je stále nejčastější klasická bankovní karta, kterou preferuje 55 % lidí. Ale roste zájem o platby mobilem a také placení QR kódem, v Česku nejčastěji prostřednictvím naší aplikace Qerko,“* říká **zakladatel Qerka Lukáš Kovač**.

Podniky, které zavedly možnost bezhotovostní platby, hlásí v průměru nárůst tržeb o 15 až 20 %. Důvod je jednoduchý, zákazníci utrácí více, protože nejsou limitováni hotovostí, kterou mají právě u sebe. Navýšení tržeb o stovky tisíc korun měsíčně a výrazný nárůst spropitného potvrzují i restaurace, které zavedly platby přes aplikaci Qerko. *„Před lety jsme učinili výrazný krok, přestali jsme akceptovat karty a místo toho umožňujeme bezhotovostní platby Qerkem. Díky tomu jsme dosáhli zvýšení měsíčních tržeb o 214 200 Kč a spropitné vzrostlo zhruba o 17 000 Kč za měsíc,“* říká **Tomáš Procházka z pražského Restaurantu Na Květnici**.

Růst tržeb přitom neplyne pouze z vyšších jednorázových útrat, ale i z rychlejšího obratu stolů. Ve frekventovaných restauracích dokáže aplikace Qerko zefektivnit práci obsluhy natolik, že měsíčně odbaví o zhruba 400 stolů více. Číšníci v podniku s Qerkem ušetří v průměru 4 minuty na každý stůl. V pražské restauraci Masaryčka spočítali, že díky aplikaci obsluha získá 244 hodin práce měsíčně, které by jinak zabralo kasírování. Personál se tak může více věnovat hostům a celkovému zážitku z návštěvy.

Plzeňský Prazdroj chce pomocí digitálních nástrojů rozvíjet restaurační byznys. Ve spolupráci se společností Piano, která sdružuje nástroje pro digitalizaci gastronomie včetně platební aplikace Qerko nebo pokladních systémů, chce pomoci majitelům a provozovatelům zjednodušit a zrychlit jejich podnikání. *„Začínáme výrazněji spolupracovat právě v oblasti bezhotovostního placení pomocí aplikace Qerko. Tu aktuálně využívá kolem 1500 podniků v Česku, z toho téměř 1000 tvoří provozy, kam dodáváme naše piva. Letos chceme počet zapojených podniků zdvojnásobit. A celkově chceme nabídnout hospodským jednoduchý a transparentní způsob, jak digitalizovat nejen platby, ale i procesy,“* doplňuje Roman Trzaskalik.

Do restaurace podle Facebooku

Qerko navíc kromě pohodlného a rychlého placení nabízí i další funkce, které jsou zaměřeny na komunikaci s hostem. Aplikace ukazuje aktuální menu, otevírací dobu, umožňuje vytvářet věrnostní programy nebo slevové vouchery. Digitální kontakt s hosty totiž hraje stále významnější roli při rozhodování o návštěvě restaurace. *„Ústní doporučení nebo návštěva naslepo ustupují do pozadí. Zákazníci podle našich dat při volbě restaurace spoléhají na digitální kanály. Pro podniky je stále důležitější být vidět v online prostoru a využívat nejen web, ale především sociální sítě nebo různé aplikace,“* uvádí Lukáš Kovač.

Rostoucí vliv sociálních médií dokumentuje průzkum PPM Factum Research, podle nějž sleduje profily restaurací na sociálních sítích zhruba třetina populace. Mezi těmito sledujícími 44 % lidí vyhledává informace o denní nabídce jídel, třetina pravidelně sleduje profily svých oblíbených podniků a zhruba čtvrtina aktivně hledá nový podnik, který ještě nenavštívila. Sociální sítě tak jsou významným nástrojem jak pro komunikaci se stálými hosty, tak pro získávání nových návštěvníků. Podle průzkumu Data Servis má v Česku vlastní profil na Facebooku zhruba 77 % restaurací, ale na Instagramu se prezentuje zatím pouze 28 % podniků. *„Používání sociálních sítí a dalších online komunikačních kanálů přispívá k těsnějšímu vztahu mezi podnikem a zákazníkem, k lepší informovanosti a také výrazně zvyšuje šanci, že si host pro návštěvu zvolí právě daný podnik. Proto je důležité, aby hospody uměly s digitálním prostředím aktivně pracovat,“* říká Roman Trzaskalik.

Prazdroj proto rozšířil svou podporu digitálního vzdělávání. V rámci své online platformy První u zdroje vytvořil kurzy pro hospodské zaměřené na digitalizaci podnikání, jako například tvorbu webu, profilu na Google, Facebooku a Instagramu nebo práci s mapami. Zároveň organizuje síť regionálních workshopů určených především pro malé a střední podniky zaměřených na digitální dovednosti, tvorbu online obsahu, správu profilů na sociálních sítích a také využívání umělé inteligence. *„Pro jednotlivce je přítomnost na sociálních sítích nebo placení mobilem samozřejmost. Pro hospody je to stále velké téma, do kterého řada z nich nepronikla. A to se ani nebavíme o digitalizaci tzv. food costů nebo sledování svého provozu online. To všechno jsou věci, na které by se měly podniky zaměřit. Protože jen tak dokážou i ve složitých dobách efektivně podnikat,“* dodává Roman Traskalik.

Poznámka pro editory:

- **Plzeňský Prazdroj** dlouhodobě a účinně pomáhá tuzemským hospodám a restauracím. Nabízí nejrozsáhlejší systém podpory a rozvoje gastronomických podniků v Česku. Jeho aktivity různou formou pomáhají téměř každému z 20 tisíc podniků, kterým dodává pivo. Jen v roce 2025 do podpory a rozvoje hospod investoval přes 420 milionů korun a na letošní rok má připravený podobný objem prostředků. Pomáhá jim finančně, i materiálně s vybavením (výčepy, tanky, předzahrádky, sklenice atd.) i se vzhledem (nové fasády, vylepšení interiérů) a nabízí rozsáhlý rozvojový program, který hospodským pomáhá v mnoha oblastech: s ekonomikou provozu, skladbou menu, obsluhou, péčí o pivo i s propagací. Hospody, které rozvojovým programem Prazdroje prošly, hlásí větší zájem hostů, vyšší tržby a mají tak větší

šanci čelit zhoršení situace v gastronomii.

- S exportem do zhruba 50 zemí celého světa je Plzeňský Prazdroj lídrem mezi výrobci piva v regionu a největším exportérem českého piva.
- Prvotní spolupráce Prazdroje s Qerko sahá až do roku 2021. Od té doby počet podniků, které aplikaci využívají, vzrostl o více než 270 % na současných 1488. Z toho téměř 1000 podniků tvoří právě provozy, kam dodává svá piva Prazdroj. Společným cílem obou partnerů je v průběhu roku 2026 počet zapojených podniků zdvojnásobit.
- **Qerko** už více než pět let pomáhá téměř 1 600 podnikům v Česku, na Slovensku a v Maďarsku efektivněji obsluhovat hosty, budovat vztah se zákazníky a zvyšovat tržby. Díky intuitivní mobilní aplikaci mohou hosté okamžitě zaplatit přes QR kód, jednoduše si rozdělit útratu, čerpat odměny za věrnost nebo využívat speciální nabídky podniků.
- Qerko dnes používá přes 1,7 milionu registrovaných uživatelů, z nichž více než 330 000 každý měsíc pravidelně platí. Aplikace disponuje evropskou licencí ČNB, která zajišťuje maximální bezpečnost a důvěryhodnost plateb.
- Pro restaurace představuje Qerko komplexní nástroj umožňující lépe poznat své hosty, pracovat s daty o jejich chování a automatizovaně s nimi komunikovat. Díky přímému napojení na pokladní systém podniky šetří čas obsluhy, zrychlují odbavení hostů a navíc získávají vyšší spropitné než při klasické platbě přes terminál.
- Qerko je rychlé, efektivní, bezpečné a zároveň šetrné k životnímu prostředí – při platbě se netisknou žádné účtenky. Pomáhá podnikům být moderní, relevantní a neustále v kontaktu se svými hosty.
- **Piano** spojuje osm technologických firem a jejich systémů (Qerko, Septim, Pecosta, Harsys, POS Experts, Savarin, Protel a Grason) do prvního plně integrovaného ekosystému pro gastro provozovatele v Česku, na Slovensku a v Maďarsku.
- Přes nástroje Piano dnes proteče přibližně 36 miliard korun ročně z více než 6 000 provozoven. V čele společnosti stojí Tomáš Mráz, který patnáct let vedl obchod v Plzeňském Prazdroji, v managementu pokračují zakladatelé původních firem. Za projektem stojí investiční skupina Miton.
- Mezi klienty Piano patří například Zátíší Group, Kolkovna, gastroaliance Together, skupina Ambiente, AZ Catering, GTH Catering. Z hotelových skupin pak Old Town Hotels, Expandia Hotels, TMR Hotels a CPI Hotels.

<https://www.prazdroj.cz/gastronomie-pokulhava-v-digitalizaci-konzervativni-hospodsti-kvuli-tomu-pri-chazeji-o-hosty-i-penize>