



KARTA
INVESTIČNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

INOVATIVNÍ PŘÍSTUPY K MALOOBCHODU



INOVATIVNÍ PŘÍSTUPY K MALOOBCHODU

1. Maloobchod v obcích

1.1. Problematika upadajícího maloobchodu a potřeba inovací

Obce v Česku čelí výzvám spojeným se zajištěním základních služeb vlivem rozdrobené sídelní struktury, ale i v důsledku globálních trendů (integrace venkova do globální ekonomiky, stárnutí populace, urbanizace, apod.). Kromě zřizování škol, zdravotnických zařízení či poštovních poboček je problematické i zajištění dostupnosti maloobchodních prodejen. Ty stávající upadají vlivem konkurence v podobě integrovaných obchodních firem provozujících maloobchodní prodejny jako hypermarkety, supermarkety či diskonty. Spolu s nárůstem dojíždky za prací z venkova do měst je pak pochopitelné, že malé prodejny s menší nabídkou produktů a omezenými možnostmi nabízet zákazníkům slevové akce ztrácejí své zákazníky, kteří si postupně zvykli zařizovat své nákupy při dojíždění.

S měnící se strukturou zákazníků je zásadním předpokladem úspěšného maloobchodního modelu flexibilita a efektivita, což umožňuje digitalizace. V posledních letech se můžeme setkat s označením Maloobchod 4.0., kdy se v prodeji potravin uplatňují nové trendy. Typické jsou vícekanálové modely, kdy úspěšné společnosti zpravidla sází na kombinaci maloobchodu ve fyzické podobě s online prodejem. Digitalizace neproniká jen do prodeje, ale je také nedílnou součástí samotného provozu prodejen. Příkladem je elektronická evidence zásob, kdy je zboží digitálně evidováno a jeho objednávka probíhá automaticky ve snaze zabránit jednak nedostatku, ale i nadměrnému zásobování. Rovněž je možné velmi efektivně zajistit zabezpečení prodejen před krádežemi a umožnit zákazníkům samoobslužný způsob nákupu. V praxi se tak digitalizace a nové technologie uplatňují v různé míře, a tím se liší i jejich náročnost na vstupní investice.

1.2. Trendy v maloobchodu

Jak vyplývá z výše uvedeného textu, pro maloobchod je zásadní flexibilita a přizpůsobení se zákazníkům. Prodejny nabízející otevírací dobu o víkendu či do pozdních večerních hodin jsou však dostupné spíše na okrajích měst. Zákazníci jsou tak závislí na veřejné nebo individuální automobilové dopravě. V reakci na tuto skutečnost se rozvíjejí automatizované prodejny (viz odstavec níže), které mohou být lokalizovány do vzdálenosti dostupné pěšky. Rovněž se mohou stát alternativou rozvozům, protože jsou výhodné i pro menší nákupy a jsou časově více flexibilní. Následující odstavce představují příklady inovativních prodejen, vycházející z analýzy médií a odborných článků.

Automatizované prodejny

Nebo také bezobslužné prodejny, se liší mírou náročnosti na technologie a vstupní investice. Nejsofistikovanější formou je tzv. Grab&Go, kdy je proces nákupu automatizovaný do té míry, že zákazník nemusí použít ani samoobslužnou pokladnu. Méně sofistikovaný systém automatizovaných prodejen již několik let funguje ve Skandinávii. Základním technickým předpokladem nákupu je bankovní identita, kterou poskytuje většina velkých bank. Zákazníkům, kteří však neovládají nástroj bankovní identity, umožňují některé prodejny vstup pomocí zákaznické karty, čipu, nebo QR kódu. V případě zákaznického účtu je možné nakoupit předem online, nebo na objednat na místě u terminálu. Automat vyhledá zboží a zákazník si jej odebere z pásu. Pečivo, ovoce i zelenina jsou nabízeny samoobslužně, aby si zákazník mohl vybrat. Placení je možné bezhotovostně platební či zákaznickou kartou (ta může být i „klíčem“ pro vstup do prodejny), nebo hotově. Zákaznický účet umožňuje sledovat stav objednávky. Prodejny mohou být zabezpečeny klasickým kamerovým systémem, případně i systémem rozeznávajícím obličej. V Německu a Rakousku fungují některé prodejny s účelem nabízet produkty místních výrobců. Spoléhají na důvěru vůči zákazníkům, což snižuje nároky na nákladné bezpečnostní technologie. Zboží může být vybaveno čipy, což umožňuje automatizovaný přehled o stavu objednávek, kdy v případě potřeby systém objedná chybějící zboží. V Česku je možné nakupovat v automatizovaných prodejnách společnosti COOP mimo otevírací dobu za pomoci platební karty, bankovní identity a speciální aplikace.

Automaty

Tyto automaty fungují jako jiné, ale jsou přizpůsobeny určitému typu produktů tak, aby byly zajištěny hygienické normy. V současnosti jsou v Česku používány např. mlékomaty nebo automaty na zeleninu. Automaty je vhodné umísťovat jak samostatně ve veřejném prostoru, tak i do prostoru prodejen. Tam mohou sloužit jako doplňková služba mimo otevírací dobu (např. ve vstupním prostoru).

Výdejní boxy

Jedná se o umístění určitého počtu boxů ve veřejném prostranství, které jsou provozovány přímo konkrétním prodejcem, nebo dopravní společností, která spolupracuje s e-shopy. Zákazníci si pak objednávají přes internet a zboží vyzvedávají pomocí kódů, které obdrží v aplikaci či v e-mailu/SMS od prodejce/doprovce.

Mobilní/pojízdné prodejny

Jedná se o pojízdny formy prodejen, jejichž fungování je na různé technologické úrovni (viz. kap. Příklady z praxe).

Virtuální/digitální tržiště

Známé též jako online tržiště, je centrální online platforma, která spojuje více prodejců a kupujících a poskytuje podporu pro snadnější nákup. Základní funkcí jsou seznamy produktů a výrobců, ale nad to může zprostředkovávat zpracování plateb, komunikaci klienta s prodejcem a logistiku.

Lesní bar jako minimalistické řešení

Technologicky zcela nenáročným řešením, které je populární spíše v přírodních a turisticky oblíbených lokalitách, jsou tzv. lesní bary, což jsou samoobslužné prodejny poskytující základní občerstvení. Někde si lidé mohou sami připravit teplé nápoje. Novinkou je samoobslužný výčep vybavený čtečkou občanských průkazů, která zajišťuje kontrolu nad tím, že si pivo koupí zletilý zákazník. V barech je možné platit hotově do kasičky nebo prostřednictvím QR kódu.

2. Dopady inovativního maloobchodu a doporučení pro samosprávy

2.1. Bariéry a příležitosti

Pro úspěšnou implementaci je potřeba zohlednit bariéry, na které poukazují dosavadní zkušenosti z praxe. V první řadě se jedná o postoj zákazníků. Digitální technologie mohou být stále ještě odmítány ze strany spotřebitelů, kteří mají nedůvěru např. vůči zabezpečení osobních údajů, nebo nejsou dostatečně technologicky gramotní, případně nemají přístup k internetu. Další výzvou pro úspěšnou implementaci je efektivní legislativa (např. za jakých podmínek lze prodávat v samoobslužných prodejnách alkohol a tabákové výrobky). Z hlediska dlouhodobé udržitelnosti je pro zajištění chodu prodejen zásadní kvalitní silniční napojení a vysokorychlostní internet (pro funkční software). Ideální je přístup k obnovitelným zdrojům energie. Co se týká nákladů, je nutné počítat se vstupními náklady spojenými s technickým vybavením, jejichž výše se výrazně liší v souvislosti s náročností technologie. Pokud je koncept prodejny více založen na důvěře vůči zákazníkům, není potřeba investovat do bezpečnostních technologií. Další položkou je pak software, do něhož je nutné investovat průběžně, aby byl aktualizován.

V neposlední řadě je potřeba zamezit tomu, aby technologicky sofistikované způsoby prodeje přispěly ke ztrátě sociálního kontaktu v rámci komunit. Zároveň je dobré zamyslet se nad možnostmi, jak mohou nové podoby maloobchodu podpořit lokální ekonomiku. Bezobslužné formy prodeje samy o sobě nepodporují zaměstnanost v místě prodeje, protože digitalizace maloobchodu snižuje potřebu obsluhy v obchodech. Na druhou stranu zvyšuje náročnost na služby poskytované zákazníkům a management. Je tedy pravděpodobné, že budou vznikat nové pracovní pozice, ale budou určeny pro kvalifikovanou pracovní sílu, která může pro danou maloobchodní společnost pracovat odkudkoliv.

Z těchto výzev však plyne potenciál, kdy inovace v maloobchodu mohou být zdrojem udržitelné praxe. V první řadě, z hlediska spotřebitelů je potřeba zajistit atraktivitu, což lze vyřešit kombinací různých způsobů prodeje – například možnost fyzického nákupu i online prodeje, kombinace otevírací doby s obsluhou a automatizovaného samoobslužného prodeje, nebo doplnění prodejny o prodejní automaty dostupné po otevírací době. Touto kombinací si mohou lidé na nové způsob postupně zvykat. Zákazníky může rovněž přilákat nabídka lokálních a regionálních produktů, což podpoří zkracování dodavatelských řetězců.

Při zavádění nových forem prodeje je důležitá spolupráce s místní komunitou. Nově vytvořené prodejny mají potenciál sloužit jako místo setkávání a zvýšit tak svou atraktivitu i sociální benefity. Proto dává smysl zajišťovat alespoň pro část otevírací doby v prodejních přítomnost personálu (tj. hybridní forma propojující digitální a klasickou formu prodeje), případně propojit toto místo s provozem kavárny (personál může obsluhovat kavárnu a zajistit potřebné úkony v prodejně), knihovny, či jinak atraktivního místa, které by bylo k dispozici veřejnosti. Zajištění dalších služeb nad rámec prodejny, které by přilákaly na dané místo více zákazníků a umožnily by sociální interakci, může být rovněž výsledkem spolupráce s místními obyvateli, kteří by měli dostat příležitost vyjádřit se k budoucí podobě prodejny. Kromě toho, obce mají příležitost pro implementaci digitálních prodejen využít opuštěné prostory, které mají ve vlastnictví a oživit tak například svá centra.

2.2. Doporučení pro samosprávy

V návaznosti na předchozí text se nabízejí následující doporučení pro místní samosprávy, jak mohou aktivně podpořit vznik ekonomicky životaschopných maloobchodních prodejen. Ty za předpokladu komplexního přístupu a zapojení místních komunit mají potenciál výrazně podpořit udržitelnost, a to z hlediska ekonomického, sociálního, i environmentálního.

- **Vhodný výběr lokality:** V záměru zřízení maloobchodní prodejny je zásadní vybírat vhodná místa pro takové projekty, a to například z hlediska počtu a struktury potenciálních zákazníků (např. s ohledem na jejich věk a mobilitu). Dále je potřeba zvážit konkurenci a pečlivě vyhodnotit, zda projekt digitální prodejny v daném místě může být rentabilní. V Německu se například osvědčuje zavést digitální prodejny s otevírací dobou 24/7 tam, kde donedávna prodejny byly, protože jsou zde zákazníci zvyklí nakupovat. Rovněž se osvědčuje umísťovat prodejny tam, kde jsou jiné služby (škola, lékař, komunitní centrum...), protože zde mohou zákazníci nakoupit při příležitosti návštěvy těchto míst. Doporučit lze studie proveditelnosti (které může podporovat EU), jako např. v projektu Digi-Shop-Harz, kde bylo zkoumáno, s jakými technologiemi, finančními prostředky a za jakých podmínek je možné zavést digitální prodejnu tak, aby byla dlouhodobě životaschopná. Podle této studie je žádoucí, aby nejbližší prodejci potravin byli dále než 5 km od zamýšlené prodejny a potenciálních zákazníků musí být minimálně 500. Podle modelového výpočtu Zemědělské komory Severního Porýní-Vestfálska musí v obci s 1 500 obyvateli 100 % domácností realizovat minimálně 20 % jejich nákupů v místní prodejně, aby byla životaschopná. V Česku se podle Romana Mazáka, předsedy Družstva CBA CZ, vyplatí provozovat prodejny v obcích s počtem obyvatel nad 1000. Ztrátovost prodejen v menších vesnicích potvrzuje i Asociace českého tradičního obchodu.
- **Participace:** Obce mohou iniciovat vznik kolaborativních platform, kde budou spolupracovat místní podniky, poskytovatelé technologií a zastupitelé, aby sdíleli poznatky a zajistili naplnění potřeb místní komunity. Tato platforma by rovněž měla umožnit výměnu nápadů, příkladů dobré praxe a komunikaci s veřejností.
- **Infrastruktura a prostory:** Obce mohou podpořit vznik kvalitní infrastruktury, zejména s ohledem na internetové připojení a využití obnovitelných zdrojů energie. Kromě toho mohou poskytovat prostory bez využití.

- **Data:** Dalším způsobem, jak mohou obce pomoci maloobchodu je implementace tzv. „data-driven policy making“, tedy tvorba politiky s využitím aktuálních dat z různých zdrojů. Obce mohou zakoupit data např. od telefonních společností a získat tak přehled, kdo jejich centra navštěvuje a pomoci tak maloobchodům přizpůsobit otevírací dobu nebo nabídku. Toto je však v současnosti možné spíše pro větší obce, protože náklady na získání dat a jejich kvalitní analýzu jsou vysoké.
- **Čerpání podpory:** Ve spolupráci např. s MAS mohou obce zjišťovat možnosti finanční podpory se zaměřením na krátké dodavatelské řetězce a předávat je co nejsrozumitelněji veřejnosti a podnikatelům. Příslibem posílení lokálních produktů na trhu je snaha zemědělského výboru snížit ve spolupráci s příslušnými ministerstvy administrativní zátěž v oboru produkce a prodeje potravin. Stejně tak výbor předložil návrhy na budování a modernizaci lokálních skladovacích a zpracovatelských kapacit a další opatření pro podporu lokálních a regionálních producentů a zpracovatelů potravin za využití prostředků ze Společné zemědělské politiky určených pro tzv. *společnou organizaci trhu na podporu spolupráce zemědělců při zpracování a prodej potravin*. Další podpora by měla plynout z Podpůrného a garančního rolnického a lesnického fondu. Tato opatření by měla doplnit stávající dotační titul „Regionální potravina“, který sám o sobě neumožňuje posílit stávající nedostatečnou kapacitu podniků zpracovávat zemědělskou produkci. Kromě toho, samotné zařízení digitálních prodejen podporuje prostřednictvím dotací Ministerstvo průmyslu a obchodu.

Užitečné odkazy:

https://www.jednotavolyne.cz/sluzby-zakaznikum/automatizovana_prodejna/

<https://www.youtube.com/watch?v=re53p9qrRAU>

https://www.youtube.com/watch?v=fVE_Q0IQTHs

<https://www.youtube.com/watch?v=j4uBctb1B-E>

<https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/mpo-podpori-hybridni-prodejny-na-venkove--nakoupit-v-nich-muzete-24-7--276797/>

https://www.contio.cz/?gclid=CjwKCAiAvJarBhA1EiwAGgZl018h5Vbwh97pe2z1dw-F_7bxqUwYWBIL-ib7LyxawOceK84CfrK5FQRoCbnwQAvD_BwE

PŘEHLED DOTAČNÍCH PROGRAMŮ

O B S A H

OBCHŮDEK 2021+ Podpora provozního financování.....	8
Technologie pro MAS	9
Digitální podnik – Virtuální podnik.....	10
Další možnosti	
Krajské dotace.....	11
Česko platí kartou	11

Téma	INOVATIVNÍ PŘÍSTUPY K MALOOBCHODU
Název dotačního programu	OBCHŮDEK 2021+ Podpora provozního financování
Typ dotačního programu	Národní dotace
Vyhlašovatel	Ministerstvo průmyslu a obchodu
Web	Úvod – Obchůdek 2021+ (obchudek2021plus.cz)
Územní zaměření	Celá ČR mimo Prahu – obce žádají u svých krajských úřadů
Orientační termín příjmu žádostí	V současné době není znám
Orientační výše alokace	Celková alokace v minulé výzvě byla 52 mil. Kč pro Kraje mimo území Hl. města Prahy. Maximální dotace pro kraj činí 4 mil. Kč na tuto výzvu.
Typy příjemců	Konečný příjemce podpory je obec nebo podnikatelský subjekt, který provozuje maloobchodní prodejnu, která se nachází v obci do 1000 obyvatel, nebo v obci do 3000 obyvatel, jejíž část/ti obce (místní část) mají do 1000 obyvatel a zároveň se na jejím území nachází maximálně jedna maloobchodní prodejna s převahou potravin, nápojů a tabákových výrobků.
Míra dotace	V poslední výzvě činila dotace max. 130 000 Kč na jednu prodejnu.
Typy podporovaných aktivit	Program je zaměřen na dotační podporu těchto provozních nákladů/výdajů prodejen: <ul style="list-style-type: none"> • Mzdy prodavačů/prodavaček a dalšího případného personálu prodejny, • nájem za objekt prodejny vč. poplatků za energie, • poplatky za telefony či internet, • poplatky za platební terminál (poplatky za pronájem platebního terminálu či za jednotlivé uskutečněné transakce).
Podmínky přijatelnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Budova prodejny je ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje obec. • Budova prodejny není ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje obec. • Budova prodejny je ve vlastnictví obce, ale prodejnu provozuje jiná podnikající právnická nebo fyzická osoba. • Budova prodejny není ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje jiná podnikající právnická nebo fyzická osoba. • Prodejna musí být otevřena minimálně 5 dnů v týdnu, celoročně a musí zajišťovat minimálně prodej potravin. V programech krajů lze v obcích do 350 obyvatel upravit otevírací dobu minimálně na 3 dny v týdnu. Dále může program kraje zohlednit možnost výpadku otevírací doby v podobě čerpání dovolených, nemocí apod. • V jedné obci, nebo její část/ti obce (místní části) nesmí být v době schválení žádosti více než jedna prodejna spadající do kategorie maloobchodu s převahou potravin, nápojů a tabáku. Toto potvrzení vydá obec, na jejímž území se nachází maloobchodní prodejna žadatele. • Konečný příjemce podpory je povinen dokumentaci spojenou s přijetím podpory uchovat po dobu 10 let ode dne vydání Rozhodnutí. • Konečný příjemce podpory je povinen do 10 let od poskytnutí podpory umožnit v plném rozsahu poskytovateli, resp. jiným kontrolním orgánům, provedení kontroly příslušné dokumentace.

Téma	INOVATIVNÍ PŘÍSTUPY K MALOOBCHODU
Název dotačního programu	Technologie pro MAS
Typ dotačního programu	Operační program Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost
Vyhlašovatel	Ministerstvo průmyslu a obchodu
Web	Technologie pro MAS (CLLD) – výzva I. MPO
Územní zaměření	Území MAS se schváleným programovým rámcem mimo obcí nad 25 tis. obyvatel a hl. města Prahy.
Orientační termín příjmu žádostí	Již probíhá, do 31. 12. 2024.
Orientační výše alokace	1 mld Kč
Typy příjemců	Podnikající fyzická osoba nebo právnická osoba, která má přidělené české IČ a je oprávněna k podnikání.
Míra dotace	Dotace na projekt je poskytována minimálně ve výši 125 000 Kč ¹⁶ a maximálně do výše 1 070 000 Kč (v případě využití maximální výše přímých nákladů). Maximální výše způsobilých výdajů je stanovena na 2 000 000 Kč (přímé náklady) a na 2 140 000 Kč (v případě využití maximální výše přímých nákladů, 140 000 Kč budou tvořit nepřímé náklady).
Typy podporovaných aktivit	Pořízení nových technologických zařízení a vybavení vč. potřebné infrastruktury, dále pořízení výrobních strojů a zařízení, které nejen zvýší technologickou úroveň MSP a jejich konkurenceschopnost, ale také digitalizaci a automatizaci výroby a zefektivní poskytování služeb nebo vytvoří podmínky pro jejich zavedení. Jedná se o následující aktivity: <ul style="list-style-type: none"> • Robotizace, automatizace, digitalizace, • web, cloud, • komunikační a identifikační Infrastruktur,
Podmínky přijatelnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Budova prodejny je ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje obec. • Budova prodejny není ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje obec. • Budova prodejny je ve vlastnictví obce, ale prodejnu provozuje jiná podnikající právnická nebo fyzická osoba. • Budova prodejny není ve vlastnictví obce a prodejnu provozuje jiná podnikající právnická nebo fyzická osoba. • Prodejna musí být otevřena minimálně 5 dnů v týdnu, celoročně a musí zajišťovat minimálně prodej potravin. V programech krajů lze v obcích do 350 obyvatel upravit otevírací dobu minimálně na 3 dny v týdnu. Dále může program kraje zohlednit možnost výpadku otevírací doby v podobě čerpání dovolených, nemocí apod. • V jedné obci, nebo její část/ti obce (místní části) nesmí být v době schválení žádosti více než jedna prodejna spadající do kategorie maloobchodu s převahou potravin, nápojů a tabáku. Toto potvrzení vydá obec, na jejímž území se nachází maloobchodní prodejna žadatele. • Konečný příjemce podpory je povinen dokumentaci spojenou s přijetím podpory uchovat po dobu 10 let ode dne vydání Rozhodnutí. • Konečný příjemce podpory je povinen do 10 let od poskytnutí podpory umožnit v plném rozsahu poskytovateli, resp. jiným kontrolním orgánům, provedení kontroly příslušné dokumentace.
Podmínky přijatelnosti	Výzva komunitně vedeného místního rozvoje je určena pro podniky, které se místem realizace projektu nacházejí na území místní akční skupiny (MAS), která má schválenou strategii komunitně vedeného místního rozvoje (CLLD) v OP TAK.

Téma	INOVATIVNÍ PŘÍSTUPY K MALOOBCHODU
Název dotačního programu	Digitální podnik – Virtuální podnik
Typ dotačního programu	Operační program Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost
Vyhlašovatel	Ministerstvo průmyslu a obchodu
Web	Digitální podnik – virtuální podnik – výzva I. OP TAK MPO
Územní zaměření	Území České republiky, mimo NUTS 2 Praha
Orientační termín příjmu žádostí	Již probíhá, do 29. března 2024.
Orientační výše alokace	500 mil Kč
Typy příjemců	Podnikající fyzická osoba nebo právnická osoba, která má přidělené české IČ a je oprávněna k podnikání.
Míra dotace	Dotace na projekt je poskytována minimálně ve výši 250 000 Kč a maximálně do výše 200 000 EUR. Projekty požadující dle míry podpory dotaci nižší než minimální, jsou nepřijatelné a nebudou přijaty do hodnotícího procesu. Maximální dotace je nepřekročitelná.
Typy podporovaných aktivit	Podpořeny budou takové aktivity, jejichž hlavní náplní musí být investice nebo pořízení ICT produktů a služeb (např. investice do SW, HW a zařízení s ICT přímo souvisejících anebo využívání ICT řešení poskytovaných formou služeb včetně služeb expertního poradenství pro návrh, implementaci a řízení ICT v organizaci včetně prováděných procesů). <ul style="list-style-type: none"> • Digitální transformace firmy ve smyslu nákupu nevýrobních technologií (MES, MIS atd.), které vytvoří funkční propojený celek umožňující efektivnější řízení a chod firmy; • logistické a skladové technologie a ostatní nevýrobní technologie ve smyslu pořízení robotických autonomních strojů pro přepravu zboží nebo robotické uklízení v areálu firmy, dále například SW typu WMS a podobné; • vnitropodniková konektivita (včetně sensorových sítí) ve smyslu zajištění konektivity uvnitř podniku (aktivní a pasivní prvky sítě, nezbytná měřicí technika a instalační materiál) a zajištění bezpečného mobilního provozně spolehlivého distančního přístupu zaměstnanců, jehož součástí jsou chytré senzory umožňující monitoring provozních parametrů, jako je spotřeba, teplota, aktuální stav a podobné; • kybernetická bezpečnost ve smyslu systémové integrace pořizovaných či rozšiřovaných IT řešení, systémů a zabezpečení, služby poradců a expertů v oboru počítačové bezpečnosti; • jednorázová školení zakončena certifikací a pomůcky nezbytné pro získání mezinárodních certifikátů v oboru IT a ekologické udržitelnosti budov ve smyslu IT certifikátů, digital skills a podobně; • BIM a CDE systémy pro vytváření digitálních modelů ve stavebnictví a příbuzných oborů; • vytvoření digitálního dvojčete či obdobné studie, která by verifikovala uskutečnění procesu digitální transformace.

DALŠÍ MOŽNOSTI

Krajské dotace

Některé krajské úřady poskytují také vlastní dotační tituly pro malé obchody na jejich území, pro bližší informace prosím kontaktujte Váš Krajský úřad.

Česko platí kartou

Další „projekt“, který může českému venkovu pomoci – je určen pro OSVČ, firmu, příspěvkovou organizaci či úřad, které v posledních 12 měsících neakceptovali platbu kartou – terminál zdarma a nulové transakční poplatky se vztahují na obrat v platbách kartou do 50 000 Kč, nad rámec tohoto obratu jsou transakční poplatky účtovány dle standardních komerčních podmínek poskytovatele terminálu.

Autorky: Mgr. Zdeňka Smutná, Mgr. Pavlína Toporská

® SMOČR 2023



Svaz měst a obcí ČR
www.smocr.cz



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Projekt byl realizován za přispění prostředků
státního rozpočtu ČR z programu Ministerstva
pro místní rozvoj

S podporou:
Ministerstvo pro místní rozvoj
České republiky