

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů nebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,
www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

Sídlo vydavatelství a redakce:
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164
e-mail: brixix@iprosperita.cz

Datum vydání: 13. října 2026

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brixix@iprosperita.cz

Martin Šimek, šéfredaktor internetových médií
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz
a www.freshtime.cz
mobil: 606 615 609, e-mail: martin@iprosperita.cz

Bc. Kateřina Medová Šimková, redaktorka
a mediální konzultantka
mobil: 724 189 342, e-mail: simkova@iprosperita.cz

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy. Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzertem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzertem.

Tisk: Novotisk
U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2026 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255, Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
pro jakost



Komunikujme a hledejme
ta nejlepší řešení pro vás.

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz



www.madambusiness.cz



www.freshtime.cz

Změna údajů pro zaslání a odhlášení
ze zaslání časopisu Prosperita a příloh

Došlo-li ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. Vaše údaje upravíme na správné.

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na zasilani@iprosperita.cz. Dodávání časopisu poté zrušíme.

Pokud byste potřebovali větší počet výtisků aktuálního vydání, dejte nám vědět alespoň s měsíčním předstihem, rádi vyjdeme vstříc.

S tužkou za uchem

Průzkumy a realita

Průzkumy o tom, jak se vede firmám v ČR, vyznívají optimisticky. Firmy rostou, plánují nabírat zaměstnance, počítají s akvizicemi. Dovolím si pochybovat. Ať mluvím s jakýmkoli zástupcem velké či malé firmy, každý si naříká. Nemáme šťastné období, ubývá zakázek, přišli jsme o klienty. To jsou odpovědi na otázku, zda se daří, či nikoli. Jak to vlastně je? Mlží podnikatelé? Obávají se nepředvídatelnosti ekonomiky? Tuší, že inflace poroste? Jsou příliš skromní? Nestojí o slávu? Proč?

Eva Brixí

Zaujalo nás

Bio původ potravin je důležitý

Podle průzkumu pro značku Nature's Promise společnosti Albert je pro 54 % Čechů aspekt bio původu potravin důležitý. Alespoň několikrát za měsíc nakupuje biopotravinu více než polovina (56 %) dotázaných. Prodeje biopotravin stabilně rostou, potvrzují obchody Albert. Mezi hlavní důvody nákupu biopotravin v pořadí dle důležitosti patří důvěra v jejich kvalitu (27 %), benefity pro zdraví (27 %) a původ surovin (19 %). Z průzkumu rovněž vyplývá, že nejčastěji nakupují bioprodukty lidé do 44 let. S vyšším věkem tato tendence mírně klesá.

Rostoucí zájem potvrzuje i obchodník. „Biopotravinu mají v nákupních koších našich zákazníků stále významnější místo. Tento trend sledujeme v obchodech dlouhodobě. Prodeje v této kategorii stabilně rostou,“ vysvětlil Jiří Mareček, ředitel komunikace obchodů Albert. „Nárůst poptávky je pak spojen i s akcemi, jako je naše pravidelné Bio za cenu neBio“, doplnil.

Mezi nejprodávanější biokategorie v obchodech Albert dlouhodobě patří banány či mléčné výrobky. „Klíčovou je naše privátní značka Nature's Promise, která zahrnuje přes tři stovky bioproduktů, od čerstvé zeleniny a ovoce přes mléčné a masné výrobky až po trvanlivé potraviny, pomazánky nebo dětskou výživu,“ popsal Jiří Mareček.

(tz)

Mediální partnerství v roce 2026

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2026
4. Klub manažerek
5. Konference Dny kvality 2026
6. Vzdělávací program Manažer kreativity a inovací
7. Konference pořádané Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
8. Insita Praha 2026
9. Druhý ročník mezinárodní Československé konference pracovníků z oblasti zdvihacích zařízení

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, zakladatel společnosti T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, členka Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy Jaja Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Mgr. Olga Stanley**, koordinátorka aktivit ESG ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksi, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Tomáš Hudera**, majitel firmy HUDERA A SYN s.r.o.

Škrty v soukromém školství zaplatí rodiny

Unie zaměstnavatelských svazů ČR odmítá záměr snížit státní financování soukromých škol. Podle unie by takový krok zvýšil náklady rodin, zhoršil dostupnost soukromého vzdělávání a mohl vytvořit další tlak na kapacity veřejných škol. Soukromé školy dnes vzdělávají 138 000 žáků a studentů mimo vysoké školy.

„V soukromém školství studuje vyjma vysokých škol celkem 138 000 žáků a studentů. To opravdu nejsou děti milionářů, ale běžných rodičů pobírajících průměrnou českou mzdu. Snížením státních dotací, které mají již nyní soukromé školy nižší než veřejné školy, docílí premiér české vlády jediného: zvýší životní náklady vysokým desítkám tisíc českých rodin, a to jen z důvodu, že nemá v rámci připravovaného rozpočtu kde brát,“ uvedl prezident UZS ČR Jiří Horecký.

Význam soukromého školství v posledních letech roste. Mezi školními roky 2020/2021 a 2025/2026 se počet dětí, žáků a studentů v soukromých mateřských, základních, středních, speciálních a vyšších odborných školách zvýšil o 39 334, tedy téměř o 40 %. Více než 83 000 žáků dnes navštěvuje soukromé střední školy, což odpovídá 16,1 % všech středoškolařů. U vyšších odborných škol jde o více než 8500 studentů a 37,3 % celého segmentu.

Veřejné výdaje na vzdělávání žáka soukromé školy jsou nižší než u školy veřejné. V ro-

ce 2024 činily na žáka veřejné základní školy přibližně 138 200 Kč ročně, zatímco u soukromých a církevních škol se při zvýšené dotaci pohybovaly zhruba od 88 300 do 98 100 Kč. Soukromí zřizovatelé zároveň ze svých prostředků financují budovy, rekonstrukce, vybavení a další investice. Také mezinárodní srovnání OECD ukazuje, že na neterciární úrovni vlády v průměru vydávají na žáka soukromé školy přibližně o 40 % méně veřejných prostředků než na žáka veřejné školy.

Snížení státního financování proto podle UZS ČR povede k tlaku na růst školního a může způsobit ekonomické problémy části škol. V případě omezení jejich kapacit budou muset část žáků převzít veřejné školy. S tím jsou spojeny další výdaje na pedagogy, provoz a při nedostatečných kapacitách také na nové třídy, budovy a další infrastrukturu.

Pro zaměstnavatele má soukromé školství význam také kvůli vazbě vzdělávání na trh práce. Výrazné zastoupení má ve středním a vyšším odborném vzdělávání, kde soukromé školy reagují na vývoj profesí a potřeby zaměstnavatelů. Současně rozšiřují vzdělávací kapacity a přinášejí do systému soukromé prostředky.

UZS ČR proto odmítá plošné snižování státního financování soukromých škol. Případné změny musí podle unie vycházet z důkladné analýzy skutečných nákladů na vzdělávání, dopadu na kapacity veřejného školství, investičních nákladů státu, krajů a obcí a dopadů na rodiny.

(tz)

KZPS ČR: očkování proti chřipce v lékárnách

Proočkovanost proti chřipce zůstává v České republice nízká. Podle dat NRHZS a ISIN dosahovala v období let 2023–2024 u dospělé populace pouze 8,9 %. Ani mezi lidmi staršími 65 let nepřesáhla 26,4 %.

Dopady nízké proočkovanosti přitom nesou také zaměstnavatelé. Data za rok 2024 ukazují, že u očkovaných zaměstnanců byl celkový počet případů pracovní neschopnosti přibližně o 5 % nižší. U chřipky a respiračních infekcí je rozdíl ještě výraznější: očkovaní zaměstnanci měli o 18,4 % méně případů pracovní neschopnosti a celkový počet dnů pracovní neschopnosti z těchto příčin byl nižší o 11,7 %. „U neočkovaných zaměstnanců platí

zaměstnavatelé na dočasných pracovních neschopnostech ročně zhruba 11 miliard korun a u déle trvajících onemocnění se pak náklady přenášejí na stát prostřednictvím ČSSZ a činí zhruba 1,5 miliardy korun. To představuje zásadní potenciál úspor a také zvýšení produktivity,“ řekl Jiří Horecký, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR.

Právě lékárny mohou díky husté síti a otevřené době přiblížit očkování i lidem, kteří kvůli němu běžně praktického lékaře nenavštíví. KZPS ČR proto podporuje vytvoření legislativních podmínek pro bezpečné očkování proti chřipce proškolenými farmaceuty při jasné stanovených odborných a bezpečnostních pravidlech.

(tz)

Partneři www.iprosperita.cz

partneři plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 28 let!