

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

Ústav ekonomie

Tomáš Výlet

## **Oceňování nehmotných aktiv – goodwill**

Valuation of Intangible Assets – Goodwill

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ing. Michal Menšík, Ph.D.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedené informační zdroje.

V Olomouci dne.....

.....

vlastnoruční podpis

## **Poděkování**

Tímto bych chtěl vyjádřit poděkování panu Ing. Michalovi Menšíkovi, Ph.D. za podporu při psaní této bakalářské práce a za jeho cenné rady.

## Obsah

Úvod.....	5
1 Goodwill jako fenomén .....	6
1.1 Standardy hodnoty .....	7
1.2 Heterogenita ekonomické teorie .....	8
1.2.1 Shrnutí.....	10
2 Goodwill .....	11
2.1 Prvotní goodwill.....	11
2.2 Druhotný goodwill .....	13
2.3 Rozdělení jednotlivých směrů.....	15
3 Přenositelný a nepřenositelný goodwill.....	17
4 Goodwill jako účetní výkaz .....	20
4.1 Návrh výkazu goodwill:.....	21
5 Jiří Výlet – Metlife pojišťovna .....	23
5.1 Metlife pojišťovna a.s. ....	23
5.2 Jiří Výlet.....	24
5.3 Obchodní vztah mezi Jiřím Výletem a Metlife pojišťovnou a.s. ....	25
6 Výkaz goodwill a Jiří Výlet – Metlife pojišťovna a.s.....	26
6.1 Kvalifikace běžných zaměstnanců .....	26
6.2 Kvalifikace vrcholového vedení .....	29
6.3 Reklama a image .....	32
6.4 Perspektiva .....	34
6.5 Účetní výkaz goodwill .....	35
Závěr .....	38
Anotace .....	39
Literatura a prameny .....	40
Seznam tabulek .....	42

# Úvod

Již od 19. století probíhá mezi odbornou veřejností diskuse o „jevu“, který nazýváme goodwill. Goodwill, dobré jméno podniku a osob, dosahuje v posledních letech pomyslného vrcholu pozornosti. Zvláštní pozornost se mu dostává v oboru účetní teorie a účetního oceňování. Ve své práci se budu věnovat teorii goodwill a jeho účetního oceňování.

Nehmotné aktivum goodwill, jakožto součást disciplíny oceňování podniků je v České republice velmi mladé a dynamické téma. Historický vývoj této disciplíny se na území našeho státu datuje od roku 1992<sup>1</sup>, kdy proběhla první kupónová privatizace. Pro české oceňovatele se staly inspirací a návodem mezinárodní účetní standardy a obzvláště pak, ty německé.

Za hlavní cíl práce považuji návrh nového účetního výkazu pro vykazování goodwill včetně struktury základních kategorií a vlastností těchto kategorií, návrh výpočtu hodnoty jeho jednotlivých částí a vysvětlení důvodů a významu takového počínání. To vše následně ověřím na praktickém příkladu na podkladu reálných dat. Vedlejším cílem práce, který je nezbytný pro naplnění cíle hlavního, je také stručné představení vývoje historických názorů na pojem hodnota resp. goodwill a jejich vzájemná komparace.

V první, teoretické části práce, provedu rešerši a využiji metody, analýzy a komparace, kvalitativní analýzy a modelování. Z důvodu stáří a omezené dostupnosti některých – zejména historických - zdrojů, využiji při rešerši a citacích oproti běžným zvyklostem ve zvýšené míře odkazy na sekundární zdroje. V praktické části bakalářské práce aplikuji navržený model výkazu goodwill na příkladu Jiřího Výleta, který vede a vlastní nezávislou makléřskou agenturu Metlife pojišťovna a.s. Pomocí matematických a statistických metod tento návrh kvalifikuji a vysvětlím způsob jeho výpočtu. Tyto metody využiji v závislosti na ekonomických principech a účetních standardech.

---

<sup>1</sup> Důvodem pro to byla 1. transformace vlastnických práv k státnímu majetku do rukou privátního sektoru a podnikatelských jednotek.

# 1 Goodwill jako fenomén

Goodwill je fenomén. Z historického hlediska je goodwill jedním z nejdéle diskutovaných témat. O tom, jakým způsobem máme goodwill ocenit a zapsat do účetních knih, se mluví již od 19. století<sup>2</sup> a není to jinak ani dnes. Je velmi náročné určit jakým způsobem goodwill vymežit, vyčíslit, vykázat nebo ocenit a v otázce ideálního ocenění goodwillu panuje jistá proměnlivost a nekonzistentnost. Například od roku 1983 se mezinárodní standardy účetního výkaznictví změnili už třikrát a v dnešních dnech očekáváme změnu čtvrtou. První český příspěvek na téma goodwill vyšel již v roce 1902 v Účetních listech na území zemí Koruny České. Jeho autorem byl Josef Pazourek.<sup>3</sup>

Goodwill není pouze sporem účetním, ale také majetkoprávním. Definice goodwillu můžeme rozdělit do dvou základních odvětví. Právních a ekonomických. Tak například soudce lord Edlon, který reprezentuje právní pohled, v roce 1810 konstatoval: „Goodwill, není nic jiného, než pravděpodobnost že se starý zákazník uchýlí na staré místo.“<sup>4</sup>

Oproti tomu, ekonomická neboli účetní definice, tak jak ji napsal J. M. Yang ve své knize *Goodwill and Other Intangible Assets* v roce 1927, zní takto: „Goodwill představuje současnou hodnotu nebo kapitalizovanou hodnotu odhadovaných budoucích zisků zavedeného podniku navíc nad úroveň normálních výsledků, o nichž by se dalo rozumně předpokládat, že budou realizované podobným podnikem nově zřízeným.“<sup>5</sup>

Za další vystihující definici považuji příspěvek Catletta a Olsona v článku *Accounting for Goodwill (ARS 10)* z roku 1968: „Goodwill není prostředek nebo majetkové právo, které je spotřebováno nebo užíváno při vytváření výnosů. Spíše je výsledkem výnosů nebo jejich očekáváním tak, jak je ohodnoceno investory. Goodwill neexistuje nebo nežije odděleně od podniku. Hodnota goodwillu nemá spolehlivý nebo stálý vztah k nákladům vyvolaným jeho tvorbou jeho nákupem či údržbou.“<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> HARRIS, Winslow, *The Law and Practice in Relation to Goodwill*, s. 256-263.

<sup>3</sup> PAZOUREK, Josef, *Po stopách rozvah*, I. Nehmotné statky v aktivech rozvah.

<sup>4</sup> Justia.com: US Courts of Appeals Cases. Dostupné z: <http://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/551/1057/44098/>

(1893), available at <http://supreme.justia.com/us/149/436/>, accessed on 12.04.2011.

<sup>5</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 19.

<sup>6</sup> Taktéž, s. 19.

Rozdíly mezi právním a účetním vnímáním goodwillu jsou zjevné. Zatím co právní přístup se zaměřuje na goodwill:

- osobní,
- právně užívaný,
- monopolní
- a spjatý s místem podnikání,

pro ekonomický či účetní přístup vystávají otázky typu:

- je goodwill vykazatelným aktivem?
- jak můžeme goodwill vyčíslit?
- je toto číslo spolehlivou informací a nakolik?
- může být goodwill záporný?
- ovlivňuje goodwill výsledek hospodaření?

Ve své práci se budu dále zabývat přístupem ekonomickým.

## 1.1 Standardy hodnoty

Než-li se začnu zabývat samotným oceňováním nehmotného aktiva goodwill, je důležité se zmínit a definovat pojem, který nazýváme hodnota. Při termínu hodnota, si většina z nás představí věc a její cenu, za kterou je možno tuto věc koupit či prodat. Hodnota, takto stanovená, je subjektivní a ne hodnota komplexní, ale pouze jedna z možností, jak o hodnotě přemýšlet.

Pro oceňovatele je hodnota zásadní věc. Oceňovatel se snaží najít co nejbližší možnou a co nejpravděpodobnější hodnotu daného statku za účelem informativním, daňovým a za účelem nákupu nebo prodeje. Každý účel vyžaduje specifický způsob kalkulací. Například při prodeji společnosti nás bude zajímat, kolik peněz dostaneme

a kolik ročně ztratíme. U koupi společnosti nás bude naopak zajímat, kolik investujeme a kolik v budoucích letech vyděláme.

Hodnota se dělí do čtyř základních přístupů:

1. „tržní hodnota,
2. subjektivní hodnota,
3. objektivizovaná hodnota,
4. komplexní přístup na základě kolínské školy.“<sup>7</sup>

V této práci se budu především soustředit na hodnotu objektivizovanou. Německé oceňovací standardy (IDW S1) ji definují takto: „Objektivizovaná hodnota představuje typizovanou a jinými subjekty přezkoumatelnou výnosovou hodnotu, která je stanovena z pohledu tuzemské osoby - vlastníka (nebo skupiny vlastníku), neomezeně podléhající daním, přičemž tato hodnota je stanovena za předpokladu, že podnik bude pokračovat v neměnném konceptu, při využití realistických očekávání v rámci tržních možností, rizik a dalších vlivů působících na hodnotu podniku.“<sup>8</sup>

## 1.2 Heterogenita ekonomické teorie

V této kapitole se budu věnovat heterogenitám názorů jednotlivých ekonomických směrů. Hodnota, jak již jsem zmínil v předchozí kapitole, je velmi diskutovanou veličinou a diskutovalo se o ní již v antice.

K obchodu mezi jednotlivými subjekty docházelo už od prapočátku lidstva. Začátek byl v uvědomění si omezenosti jednotlivých statků. Ne každý dokáže opracovat kámen tak, aby vypadal jako nůž a ne každý dokáže opracovat kus dřeva tak, aby vypadal jako luk a šíp. Když se potom tyto dva subjekty setkaly, dospěli k názoru, že je směna na místě.

---

<sup>7</sup> MAŘÍK, Miloš. *Metody oceňování podniku: proces ocenění - základní metody a postupy*, s. 22.

<sup>8</sup> IDW S1



V antice byly zaznamenány první úvahy o hodnotě a o jejích konstitutivních faktorech. Už tehdy Aristoteles odpověděl na otázku, jaká by měla být cena (hodnota):

„Aby směna byla ekvivalentní, musí se směňovat stejné za stejné, čili směňované statky by měly mít jakousi vnitřní hodnotu.“<sup>9</sup>

Na stejné, ale rozvinutější myšlence pracoval Tomáš Akvinský<sup>10</sup>. Stejně jako Aristoteles o hodnotě ve smyslu vynaložených nákladů a práce. Na rozdíl od něj však pokračoval v rozpracování myšlenky subjektivní ceny.

Adam Smith v průběhu druhé poloviny 18. století sepsal knihu, již s radostí nazývám „ekonomickou biblí“. Ve své knize Bohatství národů<sup>11</sup> rozpracovává myšlenku hodnoty jako subjektivní ceny. Nejlépe jeho myšlenku demonstruje jeho slavný paradox vody a diamantu, kde vysvětluje, proč má voda, jakožto nezbytný statek nižší hodnotu, než-li ne tolik potřebný diamant. Smith vysvětluje, že směnná a užitná hodnota jsou dvě rozdílné veličiny, které na sobě nikterak nezávisí.

J. S. Mill rozpracoval myšlenku nákladové teorie hodnoty. To znamená, že „...zatímco tržní cena je tvořena souhrou nabídky a poptávky, hodnotu tvoří pouze náklady. V krátkém období tržní ceny kolem objektivní hodnoty kolísají.“<sup>12</sup>

Marginalistická revoluce přináší do tehdejšího chápání hodnoty zásadní změnu. William Jevons<sup>13</sup> tvrdí, že hodnota závisí na spotřebitelově subjektivní mezní užitečnosti daného statku. Tím víceméně popírá myšlenku Akvinského<sup>14</sup>, který se zmiňoval o vnitřní hodnotě statku, jakožto o vynaložených nákladech na jeho výrobu. Ve stejném roce nezávisle na W. Jevonsovi přichází Carl Mengerem<sup>15</sup> (zástupce rakouské školy), který hodnotu definuje jako: „...důležitost, kterou pro nás mají konkrétní statky nebo množství statků díky faktu, že jsme si vědomi toho, že pro uspokojení našich potřeb s nimi musíme mít možnost disponovat.“<sup>16</sup>

V dnešních dnech chápeme hodnotu jako mix výše zmíněných teorií a přístupů. Zejména pak mix Adama Smithse, J. S. Milla a marginalistické a rakouské školy. Hodnota, jakož to cena statku je dnes chápána „...jednak jako nositelka bohatství a zároveň jako veličina zajišťující periodickou reprodukovatelnost výroby - výroba statku a způsob jeho realizace musí zajistit jejich opětovné nahrazení, a to alespoň

<sup>9</sup> HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*, s. 4.

<sup>10</sup> AKVINSKÝ, Tomáš. *Otázky o ctnostech I: o ctnostech obecně*.

<sup>11</sup> SMITH, Adam. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*.

<sup>12</sup> KRABEC, Tomáš. *Oceňování podniku a standardy hodnoty*, s. 50.

<sup>13</sup> JEVONS, William. *Theory of political economy*.

<sup>14</sup> AKVINSKÝ, Tomáš. *Otázky o ctnostech I: o ctnostech obecně*.

<sup>15</sup> MENGER, Carl. *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*.

<sup>16</sup> KRABEC, Tomáš. *Oceňování podniku a standardy hodnoty*, s. 51.

v dlouhém období, kdy je možno abstrahovat od krátkodobých vlivů tržní nabídky a poptávky.<sup>17</sup>

### 1.2.1 Shrnutí

J. S. Mill neměl zcela pravdu. Hodnota neboli cena statku se skutečně odvíjí od ceny vložených nákladů a energie, ale jen stěží si od vás někdo koupí tužku vykládanou diamanty v hodnotě miliónů korun, pokud nebude splňovat jeho nebo její vnitřní požadavky a tím tak mezní užitek. Znamená to, že se náklady na statek spíše přizpůsobují náladě na místním trhu a svou vnitřní propojeností vytváří statek a i jeho vnitřní/vnější hodnotu.

U oceňování nehmotných aktiv je tato myšlenka zásadní. Goodwill reprezentuje nehmotné aktivum a přitom neustále napomáhá k dosažení požadovaného zisku. K nalezení jeho hodnoty bude zapotřebí vykalkulovat rozdíl mezi budoucími zisky, které reprezentují výkonnostní stránku podniku a náklady vynaložené na jeho podporu.

---

<sup>17</sup> KRABEC, Tomáš. *Oceňování podniku a standardy hodnoty*, s. 50.

## 2 Goodwill

Goodwill se dělí na dva základní celky. Goodwill prvotní a goodwill druhotný.<sup>18</sup> Zásadní důvod pro rozdělení goodwillu do dvou rozdílných skupin je jeho účetní vykazování.

„Výraz, kterým účetnictví označuje nehmotná aktiva, obvykle měřená rozdílem mezi tržní cenou firmy a její účetní hodnotou. Je-li podnik prodán s goodwillem (dobrým jménem), popř. se očekává, že po prodeji si udrží rozsáhlou klientelu zákazníků, pak i tyto skutečnosti se stávají součástí hodnoty firmy.“<sup>19</sup>

Za prvotní goodwill považujeme ten, který nebyl součástí nabyté podnikatelské jednotky. To znamená, že se nejedná o goodwill, který vznikl díky podnikatelské kombinaci, ale goodwill, který podnikatelská jednotka musela vytvořit svými vlastními silami a synergií mezi jednotlivými odděleními. Tento druh goodwillu se dosud nevykazuje.

O druhotném goodwillu, kterému ve své práci věnuji menšinu času, se můžeme vyjádřit jako o takovém, který již byl součástí podnikatelské jednotky nebo vznikl právě z důvodů podnikatelské kombinace, tedy akvizice mezi dvěma podniky. Tento druh goodwillu se vykazuje po ukončení podnikatelské kombinace a tak i jeho vyčíslení.

V několika následujících kapitolách se budu věnovat podrobnějšímu rozlišení těchto dvou základních druhů goodwillu.

### 2.1 Prvotní goodwill

Prvotní goodwill se dle standardů IFRS v účetních knihách nevykazuje jako aktivum. Před koncem Velké krize v USA v roce 1929<sup>20</sup> se goodwill v účetních knihách vyskytoval, jeho hodnota byla odvíjena od ceny nákladů vynaložených na jeho

---

<sup>18</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 28.

<sup>19</sup> PEARCE, David W. *Macmillanův slovník moderní ekonomie*, s. 66.

<sup>20</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 30.

vytvoření. Náklady na investice do reklamy, kontaktů, do kvalifikace zaměstnanců a do image společnosti. V dnešním účetnictví tomu tak již není. U goodwillu nás nezajímá jenom kolik kapitálu bylo na jeho vytvoření investováno, ale také kolik dalšího kapitálu vytvoříme. Zjistit jeho hodnotu je komplikované a hlavní diskusi ovládá především téma, zda lze goodwill vykazovat jako aktivum. Dle mého názoru je goodwill neoddělitelnou součástí společnosti a proto by se v účetnictví vykázat měl, ale vzhledem k jeho proměnlivé povaze, k účetním zásadám a k uvědomění si, že se stále jedná pouze o odhadnutou sumu jejím oceňovatelem, se nemůže v rozvaze na straně aktiv vykázat. Jednou z možností je vykázat prvotní goodwill stejným způsobem jako výkaz zisků a ztrát nebo cashflow. V rozvaze by byly jako doposud zaznamenány náklady na jeho vytvoření, ale jeho výkon by byl zaznamenán již ve zmíněné formě. Tomuto tématu se budu věnovat později v kapitole 4.

Prvotní goodwill můžeme rozdělit do dvou základních kategorií:

- „podnikem vytvořený goodwill,
- a goodwill z příznivých exogenních okolností.“<sup>21</sup>

Do kategorie podnikem vytvořeného goodwillu spadají složky, které jsou výsledkem strategického úsilí jednotlivých podniků. Jejich základním znakem je snaha o neustálý rozvoj, schopnost tvořit nadstandardní výkon a jejich rozlišitelnost od konkurence. Je to způsob práce a vnitropodnikový systém.

Podnikem vytvořený goodwill můžeme rozdělit na:

- „kvalifikace vrcholového vedení,
- kvalifikace běžných zaměstnanců,
- reklamu a image společnosti,
- inovace, výzkum a vývoj,
- konkurenční síly,
- perspektivnost a růst podniku.“<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 29.

<sup>22</sup> Taktéž, s. 29.

V kategorii goodwillu z exogenních okolností najdeme vnější jevy, které pozitivně působí na podnik, jevy které přispívají k jeho prosperitě a jevy vytvářející komparativní výhodu na trhu.

Jedná se o jevy:

- „teritoriální,
- demografické,
- tradice odvětví či oboru,
- přírodní a další.“<sup>23</sup>

## 2.2 Druhotný goodwill

„Za druhotný goodwill je vhodné považovat pouze takový goodwill, který vyplynul z podnikové kombinace označované za akvizici. Pro druhotný goodwill je typické, že je jeho nabytí doprovázeno obětí, jejíž částka je vyjádřena výší pořizovacích nákladů.“<sup>24</sup>

Jak jsem zmínil v předchozí kapitole, druhotný goodwill se jako jediný vykazuje v účetnictví. Diskuse na toto téma se zabývá především dvěma otázkami:

- Je druhotný goodwill nabytý během podnikové kombinace účetně ocenitelný?
- Pokud ano. Jaký je správný způsob jeho vykázání?

Jak výše položená definice zmiňuje, jedná se o goodwill, který se vytváří během podnikové kombinace označované za akvizici. Tu ale doprovází jisté komplikace. Proto se doporučuje tento goodwill členit na další dvě kategorie:

---

<sup>23</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 30.

<sup>24</sup> Taktéž, s. 30.

1. „Goodwill vzniklý při akvizici jako součást podnikatelské jednotky,
2. a goodwill jako synergie spojení nabývaného s nabyvatelem.“<sup>25</sup>

V bodě 2. se vyskytuje další problém a otázka do diskuse. Podnikatelská jednotka, která ať už s obětí nebo bez, nabývá jinou podnikatelskou jednotku, tím nezíská pouze další podnik na rozšíření své působnosti nebo svého portfolia, získá tím také jistou konkurenční a strategickou výhodu oproti ostatním jednotkám na trhu. Můžeme proto říct, že synergie reprezentuje podnikatelský záměr nabyvatele. V takovém případě, je opravdu složité určit, jakým způsobem by se měl podobný jev ocenit.

Další problematika druhotného goodwillu se zabývá otázkou goodwillu prvotního. Je nutné si uvědomit, že druhotný goodwill nabývaný podnikatelské jednotky již může obsahovat část goodwillu prvotního. To znamená goodwillu vytvořeného vlastními silami podnikatelské jednotky a goodwillu z exogenních okolností. Tato skutečnost se projeví v ceně nabývané jednotky. Prvotní goodwill se během podnikové kombinace transformuje a alespoň částečně přesune do skupiny goodwillu druhotného a tím zvýší nebo teoreticky sníží rozdíl, mezi cenou nabývané jednotky a cenou majetku vlastněného touto jednou.

Před tím, nežli nastíním čtyři základní pojetí účetního vykazování goodwillu během podnikových kombinací, se chci také zmínit o rozdílnosti názorů, které v této disciplíně panují. Do této chvíle jsem psal o základním rozdělení prvotního a druhotného goodwillu. Odborná veřejnost si ale tímto rozdělením není úplně jistá. Jedni tvrdí, že existuje goodwill prvotní a goodwill druhotný. Jiní tvrdí, že existuje pouze goodwill prvotní a že goodwill druhotný je pouhé přetransformování goodwillu prvotního do lehčeji ocenitelného goodwillu druhotného a proto je důležité během oceňování akvizice brát ohled na goodwill vytvořený podnikem. U třetí skupiny odborné veřejnosti panuje názor, že goodwill prvotní a druhotný není, jelikož goodwill neexistuje vůbec. Jsou přesvědčeni, že se jedná pouze o systém budoucího očekávání a v ten moment nemá cenu jej jakýmkoliv způsobem vykazovat v účetnictví.

Zastávám názor, že rozdělení goodwillu na prvotní a druhotný je na místě. Souběžně, ale souhlasím s názorem, že goodwill druhotný neexistuje, ale jedná se pouze o transformaci goodwillu prvotního do hodnoty společnosti během podnikové kombinace. Druhotný goodwill není typ účtu, který by se v účetnictví vykazoval každý

---

<sup>25</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 31.

rok. Tento jev nastane pouze v momentě akvizice a v následujících letech je tento goodwill odepisován. Jeho smysl je v nutnosti jeho vykázání. Jak jsem již psal v předchozích kapitolách, je důležité si uvědomit, že hodnota goodwillu je pouze číselně oceněná suma odhadnutá svým oceňovatelem. Jedná se o zcela subjektivní hodnotu odvíjející se od způsobu či metody ocenění.

## 2.3 Rozdělení jednotlivých směrů

Způsob účetního vykazování druhotného goodwillu se dělí do čtyř základních směrů.<sup>26</sup> Jejich základní rozdílnost je z výše zmíněných důvodů. Jejich názory se dělí problematikou rozdělení goodwillu na goodwill prvotní a druhotný a jejich dalších rozdělení. Na goodwill z exogenních okolností, podnikem vytvořený goodwill, goodwill s nabytou podnikatelskou jednotkou a goodwill představující synergii ze spojení. Způsob výpočtu druhotného goodwillu na tomto rozdělení závisí. Pro ulehčení vysvětlím rozdílnosti jednotlivých směrů v tabulce č. 1:

Tabulka č. 1 – Rozdílnost směrů vykazování goodwillu

Účetní výkaznictví	Aktivace goodwillu			
	Prvotního		Druhotného	
	z exogenních okolností	podnikem vytvořeného	nabytého s nabytou jednotkou	představujícího synergii ze spojení
<b>nejširší pojetí</b>	ano	ano	ano	
<b>široké subjektivní pojetí</b>	ne	ano	ano	
<b>smíšené pojetí</b>	ne	ne	ano	
<b>úzké pojetí</b>	ne	ne	ne	

Zdroj: ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 33.

<sup>26</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 33.

Jak můžete vidět, tak u nejširšího pojetí, které není v praxi téměř užíváno, počítají při výpočtu goodwillu druhotného s plným podílem i goodwillu prvotního. U širokého subjektivního pojetí už tomu tak není. Tento směr nabízí vyšší individualitu při jeho výpočtu, ale jeho užívání není příliš časté. V tomto pojetí při výpočtu užívají podnikem vytvořený goodwill, plus goodwill druhotný v plné míře. Smíšené pojetí, tedy to nejvíce užívané tvrdí, že výpočet goodwillu tradiční metodou, tedy:

$$GW = B - N\check{C}A$$

GW	goodwill
B	základna výpočtu goodwillu
NČA	hodnota úhrnu nabytých čistých aktiv

Zahrnuje pouze goodwill druhotný a nelze do něj komplexně a pravdivě v místit goodwill prvotní. Úzké pojetí s výpočtem goodwillu vůbec nepočítá. Hlavním argumentem je nespolehlivost výpočtu a následné vyčíslení jeho hodnoty. Dalším argumentem je nemožnost přesného vykázání goodwillu prvotního, jakožto jeho transformace do goodwillu druhotného.

„Problematika rozlišení goodwillu na prvotní a druhotný je úzce spjata se zásadní úvahou o tom, zda je goodwill aktivem, resp. účetně vykazatelným aktivem. Pokud goodwill nebyl shledán účetně vykazatelným aktivem, pak by bylo z pohledu účetnictví zbytečné jeho členění na prvotní a druhotný.“<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*, s. 37.



### 3 Přenositelný a nepřenositelný goodwill

V této kapitole popíši jev, na který se i mezi odbornou veřejností zapomíná a jev, který není oproti jiným částem goodwillu natolik diskutovaný. Je to přenositelný a nepřenositelný goodwill. Věřím, že nejlépe vše vysvětlím v následujícím příkladu.

Představme si prodejnu sportovního oblečení pana Nováka. Pan Novák prodejnu vlastní i s budovou a malým skladem na zahradě. Ve své prodejně nabízí sportovní oblečení všeho druhu, ale pouze dvou sportovních značek. Značky A a značky B. Pan Novák má dva zaměstnance. Prodavačku Marii a mladého pana Petra, který je účetní a skladník v jedné osobě. Pan Novák ve svém obchodě pracuje také a to jako sportovní poradce pro své zákazníky. Ačkoliv je jeho obchod velmi úspěšný a plodí mu zisk, tak se jednoho dne rozhodne, že ho prodá. Zájemců, je hned několik. Nejvyšší nabídka je 5 milionu korun a to je hodnota, za kterou ji pan Novák prodá. 3 miliony stál dům, 1 milion pultové a skladové zásoby a další 1 milion mu investor, který má v plánu s obchodem pana Nováka pokračovat, nabídl, jako bonus za jeho ujmu a dobré jméno podniku. Má ale jeho goodwill hodnotu jednoho milionu korun? Představte si, že část zákazníků do obchodu chodila z důvodu zboží, které v něm pan Novák nabízel. Tedy zboží značky A a značky B. Další skupina zákazníků, tam chodila kvůli jeho sympatické prodavačce a právě kvůli panu Novákovi. Ta poslední skupina kvůli poloze jeho obchodu. Když budoucí majitel přemýšlel, kolik panu Novákovi nabídnout, tak si pravděpodobně nejprve ocenil cenu domu a jeho zahrady se skladem, cenu jeho skladových zásob a hodnotu, kterou v budoucím roce díky tomuto obchodu vydělá. Jeho výpočty byli založené na výnosu obchodu v momentě prodeje. Tento výpočet je ale mylný. Aby byl správný, musel by budoucí majitel počítat s určitými změnami.

1. Jedna skupina lidí, chodila do obchodu kvůli značkám, které pan Novák nabízel. Tyto produkty nakupovali nejen kvůli jejich kvalitě a střihu, ale také kvůli dobrému jménu, které si značky společně se svými kusy nesou. Tedy goodwill značky A a B. Tento goodwill je přenositelný a to znamená, že kdokoliv, kdo ve svém obchodě prodává právě tyto produkty, profituje z jejich image a jejich dobrého jména. Pokud bude nový majitel chtít zachovat momentální tržby, bude muset nabízet stále to stejné zboží.

2. Dalším důležitým bodem je pak prodavačka a právě pan Novák. Jedna skupina lidí chodila za paní Marií a ta druhá za panem Novákem. Po domluvě s novým majitelem se paní Marie rozhodla, že setrvá na svém momentálním pracovišti. Její dobré jméno, tedy goodwill, se tak stal přenositelným jevem a budoucí majitel tím tak neztratí část stálých zákazníků. Pan Novák ale obchod opouští a to znamená, že jeho goodwill bude nepřenositelný. Tímto nový majitel ztratí nejen část zákazníků, ale také část dobrého jména obchodu, který do té doby patřil panu Novákovi. O tuto hodnotu mu samozřejmě klesne tržba.
  
3. I když nebylo pana Petra příliš vidět a tak jeho práce neměla psychologický vliv na počet zákazníků, stále ho ale měla po fyzické stránce. Mladý pan Petr byl páteří obchodu. Zabezpečoval skladové zásoby, dělal inventury, zabezpečoval správné účetnictví obchodu a zajišťoval, aby bylo vše a včas na správném místě a tím zákazníci obchodu netrpěli nedostatkem. Všechny body si nesou svůj podíl odpovědnosti a důležitosti na fungování obchodu. Budoucí majitel byl zvyklý si své účetnictví zabezpečovat sám, a proto se rozhodl, že pana Petra už nadále potřebovat nebude. Goodwill pana Petra se tak stal nepřenositelným, ale pouze částečně. Budoucí majitel ztratil pracovitého člověka s působivým time-managementem, ale jeho pracovní systém zůstal na místě. To znamená, že podnik ztratil svůj goodwill na účetním a skladníkovi v jednom a to z důvodu jeho pracovitosti a úspory nákladů na zaměstnání dvou rozdílných osob. Na druhou stranu, díky jeho propracovanému systému, který v podniku zůstal, bude moci nový majitel plynule navázat na jeho práci. Nepřenositelný goodwill mladého pana Petra představuje jeho osobně a náklady vzniklé z důvodu práce nového majitele a nutnosti zaměstnání dalšího člena týmu. Jeho přenositelný goodwill reprezentuje kvalitní a přehledný systém účtování a zásobování.
  
4. Čtvrté místo si nese poloha obchodu. Vzhledem k tomu, že nový majitel odkoupil budovu i s jejím pozemkem, tento goodwill neztratí. Budova a pozemek v tomto případě reprezentuje přenositelný goodwill.

To znamená, že přenositelný goodwill je:

- dlouhodobý hmotný majetek a zboží, které má přímý vliv na rozvoj dobrého jména podniku (např. goodwill z exogenních okolností nebo goodwill přenesený z prodeje zboží s již známou značkou) a jsou součástí nabývané jednotky,
- subjekty a zaměstnanci podniku, kteří setrvávají na svých pozicích a styl jejich práce rozvíjí goodwill podniku,
- a know-how (systém), které dopomáhá dosažení zisku, úspoře nákladů a času, zvýšení produktivity zaměstnanců a je součástí nabývané jednotky.

Nepřenositelný goodwill je:

- dlouhodobý hmotný majetek a zboží, které má přímý vliv na rozvoj dobrého jména podniku a již není součástí nabývané jednotky,
- subjekty a zaměstnanci podniku, kteří již nepokračují ve své činnosti v nabývané podnikatelské jednotce a styl jejich práce již nerozvíjí goodwill podniku,
- know-how (systém), které dopomáhá dosažení zisku, úspoře nákladů a času, zvýšení produktivity zaměstnanců a již není součástí nabývané jednotky,
- a goodwill, jakožto dobré jméno opouštějícího majitele či investora stávajícího podniku.

V procesu oceňování podniků a společností se zejména v posledních letech zapomíná na toto rozdělení. Kalkulace dobrého jména společnosti, tedy nehmotného jevu, který generuje zisk, by měla obsahovat i toto uvážení. Zvláště pokud se jedná o oceňování z důvodu nákupu nebo prodeje.

## 4 Goodwill jako účetní výkaz

V této kapitole se věnuji návrhu nové metody vykazování fenoménu goodwill. Většina teorií o oceňování a vykazování aktiva goodwill, narážejí na základní účetní zásady oceňování a vykazování účetních položek. Ty jsou:

- zásada věrného a poctivého zobrazení,
- zásada dokladovosti a průkaznosti,
- zásada účetní jednotky,
- objektivita účetních informací,
- zásada aktuálního principu,
- zásada ocenění v historických cenách a stálosti metod,
- zásada opatrnosti.

Pokud uvážíme tyto zásady, nemůžeme jednoznačně tvrdit, že způsob, jakým je goodwill dnes vykazován, je správný. Zvláště, pokud si uvědomíme, kolik rozepří a diskusí dnes a denně vzniká pouze na základě toho, zda goodwill je vykazovaný během podnikatelské kombinace pouze jako goodwill druhotný či nikoliv. Dokud se odborná veřejnost jednoznačně neshodne nejen na této povaze, ale i na metodě jeho správného vykazování, neměl by být goodwill vykazován v rozvaze, jako účetní položka goodwill a pokud ano, tak pouze jako goodwill druhotný. Budeme-li souhlasit s účetními standarty IFSR, jakým způsobem pak můžeme vykázat goodwill prvotní a to tak, aby splňoval výše zmíněné zásady?

Prvotní goodwill je položka natolik nestálá a flexibilní, že zobrazit ji v rozvaze nejenže nelze, ale také ze zásady se zobrazit nesmí. Vykázání goodwillu je ale důležité a to nejen z hlediska účetního, ale také informativního a analytického. Stejně jako je účetní výkaz zisků a ztrát nebo účetní výkaz cashflow, by měl dle mého názoru existovat i účetní výkaz goodwill. V takovém případě, by tom management a finanční manažeři mohli sledovat jeho vývoj a změny v čase a jeho hodnota by se stala informativně hodnotná. Takto vyhotovený goodwill může fungovat jako pomůcka k ekonomickým, finančním a marketingovým analýzám. Neexistuje nic lepšího, co by bylo schopno zachytit vývoj jména společnosti a jejich výsledků na trhu,

než je právě goodwill, ve kterém se odráží nejen finanční stabilita podniku, ale také synergie mezi jednotlivými odděleními, kvalifikace jednotlivých úrovní zaměstnanců, reklama a image společnosti a její perspektiva do budoucnosti na konkrétních trzích.

#### 4.1 Návrh výkazu goodwill:

Tabulka č. 2 – Návrh účetního výkazu goodwill

<b>Goodwill</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roční příjem z výkonů běžných zaměstnanců</li> <li>• Roční náklady na školení a trénování</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	
<b>Kvalifikace běžných zaměstnanců</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roční příjem z výkonů vrcholového vedení</li> <li>• Roční příjem z průměrného běžného zaměstnance</li> <li>• Náklady na školení a trénování</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	
<b>Kvalifikace vrcholového vedení</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příjem z nových klientů za rok:</li> <li>• Ztráta ze ztracených klientů za rok:</li> <li>• Náklady na reklamu a image:</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	
<b>Reklama a image</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Průměrný roční růst či ztráta</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	
<b>Perspektiva</b>	
<b>Celková hodnota goodwill</b>	

Jak můžete výše vidět, tak jsem rozdělil výkaz goodwill do čtyř rozdílných částí. Jejich opodstatnění, význam a výpočet vysvětlím v následujících kapitolách. Zde mi dovoluji pouze upozornit, že se skutečně jedná pouze o prvopočátek návrhu, který by měl spíše fungovat jako námět do diskuse na řešení problematiky goodwill, nežli jako přímé řešení a zavedení do praxe. V následujících kapitolách mé bakalářské práce, vše detailněji znázorním na příkladu živnostníka Jiřího Výleta.

## 5 Jiří Výlet – Metlife pojišťovna

Jiří Výlet je majitelem agentury s malou sítí kanceláří. Jeho podnikatelská činnost je zaměřena především na makléřské a pojišťovnické služby. V jeho případě se ale nejedná o běžného finančního poradce nebo o závislou společnost. Služby, které nabízí, jsou velmi specifické, a proto bude vhodné nejdříve představit dva rozdílné subjekty, které spolu úzce spolupracují. Ty jsou:

- Metlife pojišťovna a.s.
- Jiří Výlet

### 5.1 Metlife pojišťovna a.s.

Společnost Amcico pojišťovna a.s., tedy Metlife pojišťovna a.s., vznikla na podzim roku 1992. Byla jedna z prvních univerzálních pojišťoven se stoprocentní kapitálovou účastí v České republice. Společnost vystupovala pod názvem PRVNÍ AMERICKO – ČESKÁ POJIŠŤOVNA, a. s. Jejím zakladatelem byla společnost ALICO (American life insurance company) a široké společnosti byla představena jako společnost Amcico AIG Life.

Rok 2002 se zapsal do historie společnosti jako rok, kdy Amcico AIG Life splnilo povinnost stanovenou novým zákonem o pojišťovnictví a oddělilo část všeobecného pojištění, čím se stalo výlučně životní pojišťovnou.

V listopadu 2010 se pojišťovna stala součástí americké společnosti Metlife a začala vystupovat pod novou značkou, Metlife Amcico. 1. ledna 2013 se opět změnil název a to na Metlife pojišťovnu a.s.

„MetLife, Inc. je přední poskytovatel životního a důchodového pojištění a zaměstnaneckých benefitů, s unikátním dědictvím v péči o 90 miliónů klientů ve 47 zemích světa, a to s více než 140letou historií. Prostřednictvím svých poboček

a dceřiných společností si MetLife, Inc. drží přední pozice na trhu ve Spojených státech, Japonsku, Latinské Americe, Tichomoří, Evropě a na Středním Východě. MetLife, Inc. je největší životní pojišťovnou ve Spojených státech (z hlediska objemu platných životních pojistných smluv).<sup>28</sup>

## 5.2 Jiří Výlet

Datum vzniku:	18.7.1994
Obchodní firma:	Jiří Výlet
Podnikatel:	Jiří Výlet
Sídlo:	Rohatec, Padělky 1153/7, PSČ 69601
Místo podnikání:	Hodonín, Štefánikova 9, PSČ 69501
Identifikační číslo:	61396974
Právní forma:	Fyzická osoba podnikající dle jiných zákonů než živnostenského a zákona o zemědělství. Nezapsaná v obchodním rejstříku.
Klasifikace ekonomických činností – CZ – NACE:	vyhodnocování rizik a škod, zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení, zprostředkování specializovaného velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení ostatními výrobky j.n., činnosti zástupců pojišťovny a makléřů, poradenství v oblasti řízení.
Institucionální sektor:	Ostatní osoby samostatně výdělečně činné. <sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Inc. Metlife: *O společnosti*. Dostupné z: <http://www.metlife.cz/cz/Individualni-pojisteni/O-spolecnosti/index.html>

<sup>29</sup> PARTNERS MEDIA, s.r.o., *Peníze.cz: Obchodní rejstřík*. Dostupné z: <http://rejstrik.penize.cz/ares/61396974-jiri-vylet>



### **5.3 Obchodní vztah mezi Jiřím Výletem a Metlife pojišťovnou a.s.**

Jiří Výlet má se společností Metlife pojišťovna uzavřenou exklusivní smlouvu na základě obchodního zastoupení a obchodem s pojišťovnictvím a makléřstvím souvislým. Práva a odpovědnost za škody a náklady jsou rozdělena dle uzavřené smlouvy a proto mají svá specifika. Plnou odpovědnost za chod sítě kanceláří včetně jejich nákladů na údržbu a provoz nese Jiří Výlet, ale odpovědnost za zaměstnance nese Metlife. Díky specifikům obchodního zastoupení vede Jiří Výlet čtyři agentury na území České republiky, ve kterých přímo zaměstnává pouze dva subjekty. Dalších 35 subjektů vede jako své podřízené a ačkoliv má odpovědnost za jejich vyškolení, zaměstnání či propuštění, za jejich pracovní morálku a za zajištění kvalitního pracovního prostředí, tak pracovně právní vztah mají s pojišťovnou Metlife. Metlife pojišťovna tyto finanční poradce platí provizním systémem. Jiří Výlet, je placen z každého uzavřeného obchodu jeho agenturou, plus k tomu získává peníze v podobě bonusů za vedení a zprostředkování obchodního řetězce. Jiří Výlet má právo přijímat i propouštět, vést a školit, uzavírat a vytvářet nové obchodní strategie a má právo svoji agenturu někomu předat či prodat.

## 6 Výkaz goodwill a Jiří Výlet – Metlife pojišťovna a.s.

Jak jsem již zmínil v kapitole goodwill jako účetní výkaz, výkaz goodwill se skládá ze čtyř částí:

1. kvalifikace běžných zaměstnanců,
2. kvalifikace vrcholového vedení,
3. reklama a image
4. a perspektiva.

V této fázi práce se budu věnovat jednotlivým částem takto navrhnutého výkazu.

### 6.1 Kvalifikace běžných zaměstnanců

Kvalifikace běžných zaměstnanců (zaměstnanců v operační úrovni, zaměstnanců nižšího managementu a zaměstnanců středního managementu) je bezpochyby nedílnou částí podnikového goodwillu. Díky práci, kterou odvádějí, společnost dosahuje zisků, z nichž dále vycházíme. V kvalifikaci zaměstnanců a jejich výkonu práce, se zaměřím na oceňování procesu a způsobu, jakým je práce vykonávána. Jejich efektivita, která je u společnosti zásadní a žádaná, se promítá do výše zisku, a proto veškeré výpočty budou směřovat právě na tuto veličinu.

Výpočet goodwillu kvalifikace běžných zaměstnanců je jednodušší, než se na první pohled může zdát. Od hodnoty takovéto kategorie očekáváme informaci o předpokládaných budoucích výnosech. Tato hodnota je ukryta v zisku, kterého společnost měsíčně dosahovala alespoň v posledních 5 letech, minus náklady, které byly vynaloženy za školení a trénování podnikových běžných zaměstnanců ve stejném časovém intervalu. Rozdíl mezi těmito sumami vynásobíme dvanácti a dosáhneme odhadu zisku v budoucím roce. Vzorec na výpočet kvalifikace běžných zaměstnanců vypadá následovně:

$$KBZ = \left( \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} - \frac{\sum_{i=1}^n N_i}{n} \right) \times 12$$

KBZ	kvalifikace běžných zaměstnanců
$X_i$	měsíční příjem z výkonů vytvořených všemi subjekty běžných zaměstnanců
$N_i$	měsíční náklady na školení a trénování všech zaměstnanců
$n$	hodnota sledovaného období

Toto ocenění není úplné. Ke správnému výpočtu upravím hodnotu faktorem času, tedy jejím diskontování pro následující rok. Vzorec pro diskontování je následující:

$$DCF_t = \frac{CF}{(1 + d)^t}$$

$DCF_t$	diskontovaný roční peněžní tok
$CF$	roční peněžní tok
$d$	diskontní sazba
$t$	hodnota diskontních let

Hodnotu, která vzejde z předcházející formule, můžeme prohlásit za hodnotu kvalifikace běžných zaměstnanců.

Příklad 1:

Jiří Výlet měl v posledních 5 letech následující příjem za uzavřený obchod, počet zaměstnanců a náklady na školení a trénování běžných zaměstnanců:

Tabulka č. 3 – Sledování výkonů běžných zaměstnanců

Jiří Výlet – Metlife pojišťovna a.s.			
Rok	Příjem z obchodu v Kč	Počet podřízených	Náklady na školení a trénování v Kč
2008	2290800	50	45000
2009	1890600	25	21400
2010	1929800	28	23600
2011	2097400	33	26800
2012	2290800	35	31500

Po použití formule kvalifikace běžných zaměstnanců vypadá výpočet následovně:

$$KBZ = \left( \frac{10499400}{60} - \frac{148300}{60} \right) \times 12$$

$$KBZ = 2070220 \text{ Kč}$$

Pro diskontování využívám diskontní sazbu pro rok 2012, 0.05. Výpočet je následovný:

$$DCF_1 = \frac{2070220}{(1 + 0.05)^1}$$

$$DCF_1 = 1971638 \text{ Kč}$$

Diskontovaný goodwill kvalifikace běžných zaměstnanců je 1 971 638,-- Kč. Tato hodnota v sobě ukrývá sumu všech „zaměstnaneckých goodwillů“ a to znamená, že je možná důkladnější analýza a rozklad. Dovolí nám měřit výkonnost našich zaměstnanců a to jmenovitě.

## 6.2 Kvalifikace vrcholového vedení

V předchozí kapitole jsem popsal způsob výpočtu goodwillu kvalifikace běžných zaměstnanců, tedy první části výkazu goodwill. Výpočet kvalifikace vrcholového vedení není o tolik rozdílný. Jeho formuli budu ale muset obohatit o jeden prvek.

Jiří Výlet je jediným subjektem vrcholového vedení. Jeho přínos do goodwillu vrcholového vedení můžeme rozdělit na dvě části. V první části formule měřím Jiřího Výleta, jakožto subjekt, kterému goodwill měříme a to z bonusů, které jsou mu měsíčně vyměřovány na základě úspěšnosti jeho podřízených. V druhé části formule musíme k celkovému výsledku přičíst měsíční příjem z průměrného podnikového zaměstnance minus průměrné měsíční náklady na školení a trénování běžných zaměstnanců. Důvodem pro druhou část je vliv vrcholového vedení na zaměstnance, tedy vliv na jejich motivování, řízení, kontrolování a vytváření střednědobých a dlouhodobých strategií, díky kterým podřízení dosahují svých výkonů. Od vzniklé sumy těchto dvou výkonů odečtu náklady za školení a trénování. Následně rozdíl opět diskontuji pro příští rok. Pro přesnost výpočtů použiji měsíční intervaly po dobu minimálně pěti let, stejně tak jako v předchozím výpočtu kvalifikace běžných zaměstnanců.

Formule pro výpočet goodwill kvalifikace vrcholového vedení je následující:

$$KVV = \left( \frac{\sum_{i=1}^n V_i}{n} + \frac{\sum_{i=0}^n X_i - N_{ib}}{Z} - \frac{\sum_{i=1}^n N_{iv}}{n} \right) \times 12$$

KVV	kvalifikace vrcholového vedení
$V_i$	roční příjem z výkonů vytvořených všemi subjekty vrcholového vedení
$X_i$	měsíční příjem z výkonů vytvořených všemi subjekty běžných zaměstnanců
$Z$	suma všech zaměstnanců
$N_{iv}$	měsíční náklady na školení a trénování všech subjektů vrcholového vedení

Nib	měsíční náklady na školení a trénování všech subjektů běžných zaměstnanců
n	hodnota sledovaného období

Pozor si během výpočtu musíme dát na průměrování podnikových příjmů na zaměstnance. Počet zaměstnanců může být v každém roce jiný, proto musím výpočet průměrného podnikového příjmu na zaměstnance rozdělit na pět jednotlivých částí, hodnoty sečíst a následně vydělit počtem sledovaných let. To znamená, že vzorec pro výpočet kvalifikace vrcholového vedení za těchto předpokladů bude vypadat následovně:

$$KVV = \left( \frac{\sum_{i=1}^n V_i}{n} + \sum_{i=1}^n \frac{\sum_{i=0}^n X_i - N_{ib}}{Z_i} - \frac{\sum_{i=1}^n N_{iv}}{n} \right) \times 12$$

KVV	kvalifikace vrcholového vedení
Vi	roční příjem z výkonů vytvořených všemi subjekty běžných zaměstnanců za jeden rok
Xi	měsíční příjem z výkonů vytvořených všemi subjekty běžných zaměstnanců za jeden rok
Zi	suma všech zaměstnanců ve sledovaném období
Niv	měsíční náklady na školení a trénování všech subjektů vrcholového vedení
Nib	měsíční náklady na školení a trénování všech subjektů běžných zaměstnanců
n	hodnota sledovaných měsíců

V závěru výpočtu goodwillu kvalifikace vrcholového vedení následuje diskontování pro následující rok jako v přechozím příkladu.

Příklad 2:

Jiří Výlet, jakožto jediný člen vrcholového vedení dosahoval v posledních pěti letech těchto výsledků:

Tabulka č. 4 – Sledování výkonů běžných zaměstnanců

Jiří Výlet – Metlife pojišťovna a.s.					
Rok	Příjem z obchodu v Kč	Příjem z bonusů v Kč	Počet podřízených	Náklady na školení a trénování běžných zaměstnanců v Kč	Náklady na školení a trénování vrcholového vedení v Kč
2008	2290800	194718	50	45000	0
2009	1890600	160701	25	21400	0
2010	1929800	164033	28	23600	0
2011	2097400	178279	33	26800	0
2012	2290800	194718	35	31500	0

Výpočet goodwillu kvalifikace vrcholového vedení vypadá následovně:

$$KVV = \left( \frac{892449}{60} + 26254 - \frac{0}{60} \right) \times 12$$

$$KVV = 493537,8 \text{ Kč}$$

$$DCF_1 = \frac{493537,8}{(1 + 0.05)^1}$$

$$DCF_1 = 470036 \text{ Kč}$$

Goodwill kvalifikace vrcholového vedení je 470 036,-- Kč. To je hodnota ročního příjmu z vrcholového vedení pro něj osobně.

### 6.3 Reklama a image

V předchozích dvou podkapitolách práce jsem na konkrétních příkladech vysvětlit způsob výpočtu prvních dvou částí podnikového prvotního goodwillu. Goodwill kvalifikace běžných zaměstnanců a kvalifikace vrcholového vedení popisuje a hodnotí výkon jednotlivých zaměstnanců či podřízených v časovém období pěti let. Goodwill reklamy a image nehodnotí výkon lidí, ale naopak podniku jako celku. Díky synergiím, které podniky vytváří mezi jednotlivými zaměstnanci a odděleními díky pravidelným investicím do reklamy, si společnost vytváří jméno a image na trhu. V případě Jiřího Výleta se jedná o trh s životním, úrazovým a investičním pojištěním. Abychom mohli zjistit, jaké úspěšnosti Jiří Výlet v této kategorii dosahuje, budeme muset změřit výnosnost jeho investic do image a výnosnost synergií, které podnik vytváří za účelem oslovení cílového trhu.

Jiří Výlet a jeho zaměstnanci investují svůj čas, peníze a energii do vytváření podnikové image za účelem oslovení nových zákazníků a udržení si již stávající klientely. Proto budu výpočty ocenění této kategorie soustředit právě na tento bod. Pokud změříme průměrný výdělek z každého uzavřeného obchodu, změříme průměrné přírůstky a úbytky klientů alespoň v posledních pěti letech a odečteme průměrné náklady vložené do reklam podniku, budeme moci pomocí jednoduché formule ocenit i tuto část podnikového goodwillu. Závěrem provedu opět diskontování naleznuté hodnoty.

Vzorec pro výpočet hodnoty reklamy a image vypadá následovně:

$$RI = \left( PPK \times \frac{\sum_{i=1}^n N_{ki}}{n} - PPK \times \frac{\sum_{i=1}^n Z_{ki}}{n} \right) - \frac{\sum_{i=1}^n N_{ir}}{n}$$

RI	reklama a image
PPK	průměrný příjem na klienta
N <sub>ki</sub>	nový klienti za rok
Z <sub>ki</sub>	ztraceni klienti za rok
N <sub>ir</sub>	náklady na reklamu za rok
n	hodnota sledovaného období



$$PPK = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n N_{ki}}$$

PPK            průměrný příjem na klienta  
Xi              roční příjem z obchodů  
ki              počet klientů za rok

Příklad 3:

Jiří Výlet dosáhl za posledních pět let následujících výsledků:

Tabulka č. 5 – Měření reklamy a image

Jiří Výlet - Metlife pojišťovna a.s.				
Rok	Příjem z obchodu v Kč	Počet nových klientů	Počet ztracených klientů	Náklady na reklamu v Kč
2008	2290800	1784	166	21300
2009	1890600	1284	150	25000
2010	1929800	1323	185	29500
2011	2097400	1364	119	23400
2012	2290800	1403	70	30500

Výpočet goodwillu reklamy a image podniku vypadá následovna:

$$PPK = \frac{10499400}{7158} = 1467 \text{ Kč/klient}$$

$$RI = \left( 1467 \times \frac{7158}{5} - 1467 \times \frac{690}{5} \right) - \frac{129700}{5}$$

$$RI = 1871771.2 \text{ Kč}$$

$$DCF_1 = \frac{1871771.2}{(1 + 0.05)^1}$$

$$DCF_1 = 1782639.24 \text{ Kč}$$

Reklama a image, společnosti dosahuje hodnoty 1 782 639.24 Kč a jejich vykazání proběhlo na základu nově vytvořených klientů vs. stávajících, ztracených klientů mínus náklady za reklamu. Tento způsob výpočtu podnikového goodwillu reklamy a image přímo odráží skutečnost, ke které dochází.

## 6.4 Perspektiva

Perspektiva se vyznačuje svým pohledem za obzory přítomnosti a to znamená, že budeme měřit podnikovou budoucnost. Budeme sledovat meziroční růst či propad v ziscích společnosti. Případné rozdíly a to jak plusové tak i minusové sečteme a vydělíme počtem sledovaných let. Pro přesnost použijí období deseti let. Vzniklou hodnotu následně diskontuji pro nadcházející rok, tak jak tomu bylo v prvních dvou příkladech. Formule pro ocenění goodwillu perspektiva je následující:

$$P = \frac{\sum_{x=1}^n X_i - X_{ip}}{n}$$

P	perspektiva
X <sub>i</sub>	celkový příjem z počítaného roku
X <sub>ip</sub>	celkový příjem z roku předcházejícího
n	hodnota sledovaného období

Příklad 4:

Jiří Výlet dosahoval následovných příjmů v letech 2002 – 2012:

Tabulka č. 6 – Měření růstu a propadu

Jiří Výlet - Metlife pojišťovna a.s.						
Rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Celkový příjem</b>	1930245	2003453	2345990	3244323	3020345	2374890
Rok	2008	2009	2010	2011	2012	<b>Součet rozdílů</b>
<b>Celkový příjem</b>	1929800	2097400	2093833	2275679	2485518	555273

Výpočet goodwillu perspektiva vypadá následovně:

$$P = \frac{555273}{10}$$

$$P = 55527.3 \text{ Kč}$$

$$DCF_1 = \frac{55527.3}{(1 + 0.05)^1}$$

$$DCF_1 = 52883.14 \text{ Kč}$$

Hodnota goodwillu perspektiva Jiřího Výleta dosahuje 52 883,14 Kč.

## 6.5 Účetní výkaz goodwill

Na předchozích stranách jsem postupně popsal jednotlivé části podnikového výkazu goodwill, který zde reprezentuje především goodwill prvotní. Způsob jeho výpočtu se lišil v závislosti na konkrétní části tohoto výkazu.

První část výkazu goodwill je kvalifikace běžných zaměstnanců. Tato část reprezentuje předpokládaný výkon všech běžných zaměstnanců pro následující rok. Majitelé a investoři společnosti, mohou touto metodou získat konkrétní hodnotu.

Jejich rozhodnutí se v závislosti na tomto odhadu mohou měnit ve prospěch budoucnosti společnosti. Jednou z velkých výhod této části výkazu goodwill, je možná hlubší analýza a následné rozpracování kvalifikace běžných zaměstnanců z obecného celku až k jednotlivcům. Takto rozpracovaný goodwill dává informaci o vývoji výkonů jednotlivých zaměstnanců. Takováto analýza sděluje informaci, ne proč nebo kde nastali problémy, ale kdo konkrétní je měl. Z manažerského hlediska se jedná o velmi užitečnou informaci, která může dopomoci k vytvoření kvalitnější synergie mezi jednotlivými zaměstnanci.

Druhá část výkazu goodwill popisuje kvalifikaci vrcholového vedení. Kvalifikace vrcholového vedení reprezentuje řídicí a rozhodovací část zaměstnanců. Tato část výkazu byla tvořena jednotlivým výkonem vrcholového vedení a jeho přínosem pro společnost. Výdělky plynoucí z vrcholového vedení se skládají především ze dvou částí. Z jejich rozhodovacích a řídicích schopností. Rozhodovací schopnost u Jiřího Výleta reprezentují bonusy od společnosti Metlife pojišťovna, které jsou vyměřovány na základě jeho úspěchu v předešlém měsíci. Řídicí schopnost manažera reprezentují výkony a příjmy z nich plynoucí z jeho průměrného běžného zaměstnance. Hlubší analýza nám stejně tak jako v předchozí části, dovolí sledovat historickou výkonnost vrcholového vedení.

Třetí část výkazu goodwill je analýza reklamy a image společnosti. Tato část je zasvěcena ocenění schopnosti podniku vytvářet nové zákazníky a zároveň ty staré neztrácet. Jedná se nepochybně o část goodwillu s největší hodnotou. Schopnost podniku hledat, vytvářet a neztrácet klienty, patří především v dnešním ekonomicky „super-turbulentním“ světě k jedné z nejdůležitějších.

Poslední čtvrtá část výkazu goodwill pojednává o perspektivě společnosti. Perspektiva zde reprezentuje pohled do budoucna, tedy odhad podnikového růstu či ztráty. Ocenění proběhlo na základě sledování ročních růstů či ztrát za alespoň posledních deset let. Tato část výkazu goodwill je důležitá především pro potenciální investory, kteří tak mohou sledovat, v jaké fázi životního cyklu podniku se společnost nachází. Plusová hodnota reprezentuje perspektivnost. Minusová naopak nikoliv.

Konečný výkaz goodwill Jiřího Výleta vypadá následovně:

Tabulka č. 7 – Konečný výkaz goodwill Jiřího Výleta

<b>Goodwill</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roční příjem z výkonů běžných zaměstnanců</li> <li>• Roční náklady na školení a trénování</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	2 099 880 Kč - 29 660 Kč - 98 582 Kč
<b>Kvalifikace běžných zaměstnanců</b>	<b>2 070 220 Kč</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roční příjem z výkonů vrcholového vedení</li> <li>• Roční příjem z průměrného běžného zaměstnance</li> <li>• Náklady na školení a třénování</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	178 489 Kč 315 048 Kč 0,-- Kč - 23 501 Kč
<b>Kvalifikace vrcholového vedení</b>	<b>470 036 Kč</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příjem z nových klientů za rok</li> <li>• Ztráta ze ztracených klientů za rok</li> <li>• Náklady na reklamu a image</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	2 100 157.2 Kč - 202 446 Kč - 25 940 Kč - 89 131.96 Kč
<b>Reklama a image</b>	<b>1 782 639.24 Kč</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Průměrný roční růst či ztráta</li> <li>• Diskontní hodnota</li> </ul>	55 527.3 Kč - 2 644.16 Kč
<b>Perspektiva</b>	<b>52 883.13 Kč</b>
<b>Celková hodnota goodwill:</b>	<b>4 464 910.33 Kč</b>

Z pohledu přenositelného a nepřenositelného aktiva goodwill, lze takto navržený výkaz využít na přesné vyčíslení hodnoty goodwill jednotlivých subjektů společnosti. Pro manažera podniku působí takto navržený výkaz jako ukazatel výkonosti jednotlivých zaměstnanců společnosti a společnosti jako celku a pro potencionální investory jako ukazatel výkonnosti, ale také jako ukazatel hodnoty přenositelného a nepřenositelného goodwillu jednotlivých subjektů společnosti.

## Závěr

Cílem práce bylo vytvoření návrhu nového účetního výkazu goodwill, představení jeho kategorií a vlastností, popis výpočtu jeho jednotlivých částí a vysvětlení důvodů a významu takového to počínání.

V první polovině práce jsem popsal historický vývoj teorie goodwill, jeho hodnoty a způsob rozdělení goodwillu na goodwill prvotní a druhotný. Dále jsem pokračoval rozdělením jednotlivých přístupů k vykazování hodnoty goodwill a charakterizoval problematiku jeho vykazování.

Následně jsem navrhnul další členění goodwillu na přenositelný a nepřenositelný, přičemž tyto pojmy byly vymezeny a na modelovém příkladu demonstrováno jejich využití a relevance. V závěru teoretické části práce jsem na základě dosažených informací navrhl nový výkaz goodwill, který se dělí do čtyř kategorií a slouží jako strategický výkonnostní ukazatel jednotlivých objektů a subjektů podniku, ale i podniku jako celku. V praktické části práce jsem takto navržený výkaz goodwill aplikoval na příkladu Jiří Výlet – Metlife pojišťovna a.s., názorně jsem vysvětlil způsob výpočtu jednotlivých kategorií a našel jsem konečnou hodnotu goodwill. V závěru práce jsem charakterizoval jednotlivé kategorie goodwill a vysvětlil jejich hodnoty.

Takto navržený výkaz goodwill dává manažerovi informaci o dosažených výkonech podniku a jeho jednotlivých subjektů. Výkaz goodwill tak slouží nejen jako ukazatel hodnoty goodwill, ale také jako nástroj pro hlubší analýzu přínosů jednotlivých subjektů díky možnosti sledování hodnoty výkazu v čase.

## Anotace

<b>Příjmení a jméno autora:</b>	Výlet Tomáš
<b>Instituce:</b>	Moravská vysoká škola Olomouc
<b>Název práce v českém jazyce:</b>	Oceňování nehmotných aktiv – goodwill
<b>Název práce v anglickém jazyce:</b>	Valuation of Intangible Assets – Goodwill
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Michal Menšík, Ph.D.
<b>Počet stran:</b>	
<b>Počet příloh:</b>	0
<b>Rok obhajoby:</b>	2013

**Klíčová slova v českém jazyce:** Nehmotná aktiva, goodwill, účetní výkaz, hodnota, přenositelný a nepřenositelný goodwill

**Klíčová slova v anglickém jazyce:** Intangible Assets, Goodwill, Financial Statement, Value, Transferable and Nontransferable Goodwill

Předmětem této bakalářské práce je problematika oceňování nehmotného aktiva goodwill. První, teoretická část shrnuje teoretické poznatky z oboru oceňování nehmotného aktiva goodwill, popisuje jednotlivé přístupy a dále navrhuje nekonvenční způsob řešení. V praktické části aplikuje teoretické poznatky a nový způsob řešení na konkrétní podnik a pomocí matematických a statistických metod vyhodnocuje závěry.

The aim scope of this bachelor thesis is issue of valuation of intangible asset goodwill. The first theoretical part is a theoretical summary of findings on the subject valuation of intangible asset goodwill, it describes the individual approaches and suggests unconventional approach of solving. In the practical part, the theoretical findings and the new approach of solving are applied to specific company and evaluate the conclusions by using mathematics and statistical methods.

## Literatura a prameny

### Seznam literatury

1. AKVINSKÝ, Tomáš. Otázky o ctnostech I: o ctnostech obecně. Vyd. 1. Praha: Krystal OP, 2012, 257 s. ISBN 978-80-87183-46-5.
2. HAIGH, David. Oceňování značky a jeho význam. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2002, 103 s. ISBN 80-726-1073-2.
3. Harris, William. *The Law and Practice in Relation to Goodwill*. The Accountants' Students' Journal, Aprilie, 1884, 256-263 s.
4. HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. Vyd. 1. Praha: C. H. Beck, 1999, ISBN 80-7179-238-1.
5. IDW Standard S1 2007, (IDW – Institut der Wirtschaftsprüfer), překlad: Mařík
6. JEVONS, William. *Theory of political economy*. London: Macmillan and co., 1871.
7. KRABEC, Tomáš. Oceňování podniku a standardy hodnoty. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 261 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-2865-0.
8. MAŘÍK, Miloš. *Metody oceňování podniku: proces ocenění - základní metody a postupy*. 3. upr. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 2011, 494 s. ISBN 978-80-86929-67-5.
9. MAŘÍK, Miloš. *Určování hodnoty firem*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 1998, 206 s. ISBN 80-861-1909-2.
10. MENGER, Carl. *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*. Wien: Wilhelm Braumüller, 1871.
11. PAZOUREK, Jan. *Po stopách rozvah. I. Nehmotné statky v aktivech rozvah. Účetní listy, Ročník 3*. Hradec Králové 1902.
12. PEARCE, David. *Macmillanův slovník moderní ekonomie*. [1. české vyd.]. Praha: Victoria Publishing, 1994, ISBN 80-85605-42-2.



13. SMITH, Adam. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Nové přeprac. vyd. opatřené margináliemi. Praha: Liberální institut, 2001, 986 s. ISBN 80-863-8915-4.
14. ZELENKA, Vladimír. *Goodwill: principy vykazování v podniku*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2006, 232 s. ISBN 80-869-2922-1.

### **Seznam internetových zdrojů**

1. Česká národní banka: Kurzy měn. ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-06-26]. Dostupné z: [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz) Justia.com: US Courts of Appeals Cases. JUSTIA, co. [online]. 1810. vyd. United Kingdom [cit. 2013-06-26]. Dostupné z: <http://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/551/1057/44098/>
2. METLIFE, Inc. Metlife: O společnosti. Praha, 2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.metlife.cz/cz/Individualni-pojisteni/O-spolecnosti/index.html>
3. PARTNERS MEDIA, s.r.o. Peníze.cz: Obchodní rejstřík [online]. Praha, 2000 [cit. 2013-06-18]. Dostupné z: <http://rejstrik.penize.cz/ares/61396974-jiri-vylet>

## Seznam tabulek

1. Tabulka č. 1 - Rozdílnota směřů vykazování goodwill.....	15
2. Tabulka č. 2 - Návrh účetního výkazu goodwill.....	21
3. Tabulka č. 3 - Sledování výkonů běžných zaměstnanců.....	28
4. Tabulka č. 4 - Sledování výkonů vrcholového vedení.....	31
5. Tabulka č. 5 - Měření reklamy a image.....	33
6. Tabulka č. 6 - Měření ročního růstu a propadu.....	35
7. Tabulka č. 7 - Konečný výkaz goodwill Jiřého Výleta.....	37