

**UNIVERZITA PARDUBICE  
FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ**

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**2016**

**Bc. Josef Pátek**

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní

Oceňování nehmotných statků

Bc. Josef Pátek

Diplomová práce  
2016

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Josef Pátek**  
Osobní číslo: **E140010**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Ekonomika a management podniku**  
Název tématu: **Oceňování nehmotných statků**  
Zadávací katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

### Zásady pro vypracování:

Cílem práce je vymezit vybrané souvislosti spojené s oceňováním nehmotných statků. Identifikovat problémy při oceňování nehmotných statků. Zmapovat vztah hodnoty nehmotného statku a času. Kvantifikovat tzv. zbývající užitečné životnosti. Charakterizovat rizika spojená s oceňováním nehmotných statků.

Osnova:

- Stanovení cíle a metod zpracování diplomové práce.
- Teoretické základy problematiky nehmotných statků.
- Charakteristika společnosti.
- Analýza zkoumané problematiky ve společnosti.
- Zhodnocení výsledků, návrhy a doporučení.
- Formulace závěrů.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **cca 50 stran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**BLAIR, ROGER D., COTTER, THOMAS F. Intellectual property : economic and legal dimensions of rights and remedies. 1. vydání, Cambridge University Press, 2005. 304 s. ISBN 978-0-521-54067-4.**

**DVOŘÁKOVÁ D. Finanční účetnictví a výkaznictví podle mezinárodních standardů IFRS. 3. vydání, Computer Press, 2011. 327 s. ISBN 978-80-251-3652-2.**

**FERNÁNDEZ P. Valuation methods and Shareholder value creation. 1. vydání, Academic Press, 2002. 631 s. ISBN 0-12-253841-2.**

**MALÝ J. Oceňování průmyslového vlastnictví: nové přístupy. 1. vydání, C.H. Beck, 2007. 182 s. ISBN 978-80-7179-464-6.**

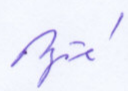
**MAŘÍK M. Metody oceňování podniku : proces ocenění - základní metody a postupy. 3. vydání, Ekopress, 2011. 494 s. ISBN 978-80-86929-67-5**

**SVAČINA P. Oceňování nehmotných aktiv. 1. vydání, Ekopress, 2010. 214 s. ISBN 978-80-86929-62-0.**

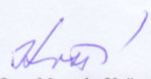
Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Jaroslav Pakosta, CSc.**  
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **29. září 2015**

Termín odevzdání diplomové práce: **29. dubna 2016**

  
doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.  
děkanka

L.S.

  
doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 29. září 2015

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne

Bc. Josef Pátek

## **PODĚKOVÁNÍ:**

Tímto bych rád poděkoval svému vedoucímu práce doc. Ing. Jaroslavu Pakostovi, CSc. za jeho odbornou pomoc, cenné rady a poskytnuté materiály, které mi pomohly při zpracování diplomové práce. Dále bych zde rád poděkoval svojí rodině za poskytovanou podporu v průběhu studia na Univerzitě Pardubice.

## **ANOTACE**

*Práce je zaměřena na studium oceňování nehmotných statků. Nejprve budou vymezeny teoretické pojmy týkající se nehmotných statků jako takových. Dále budou přiblíženy jednotlivé předměty duševního a průmyslového vlastnictví. Následovat bude problematika týkající se oceňováním nehmotných statků včetně určitých rizik. Pozornost bude věnována také oceňovacím metodikám. Analytická část práce se zaměří na samotné ocenění konkrétního nehmotného statku v čase dle délky jeho užívání.*

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

*podnik, nehmotný, statek, příjem, know how*

## **TITLE**

Valuation of intangible assets

## **ANNOTATION**

*The work is focused on the study of the valuation of intangible assets. First will be defined the theoretical concepts related to intangible assets as such. There will also be approximated individual objects of intellectual property. Following the issues related to the valuation of intangible assets, including certain risks. Attention will also be given valuation methodologies. The analytical part will focus on the very specific valuation of intangible assets over time according to the length of its use.*

## **KEY WORDS**

*company, intangible, estate, income, know how*

# OBSAH

ÚVOD .....	12
1 NEHMOTNÉ STATKY .....	13
1.1 Definice nehmotného statku.....	13
1.2 Dělení nehmotných statků.....	14
1.3 Duševní vlastnictví .....	15
1.4 Průmyslové vlastnictví.....	18
1.5 Licence .....	18
2 PRŮMYSLOVÉ A DUŠEVNÍH VLASTNICTVÍ .....	20
2.1 Patenty.....	20
2.2 Užitený vzor.....	22
2.3 Průmyslový vzor.....	23
2.4 Topografie polovodičových výrobků.....	24
2.5 Ochranné známky .....	25
2.6 Označení původu a zeměpisné označení původu .....	26
2.7 Obchodní firma a obchodní tajemství.....	27
2.8 Goodwill a know how .....	29
3 OCEŇOVÁNÍ NEHMOTNÝCH STATKŮ .....	31
3.1 Pojem hodnota a obecný přístup oceňování.....	31
3.2 Důvody oceňování nehmotných statků.....	33
3.3 Specifika spojená s oceňováním nehmotných statků.....	34
3.4 Konkrétní metody oceňování nehmotných statků .....	36
3.4.1 Srovnávací metoda.....	36
3.4.2 Nákladové metody .....	37
3.4.3 Výnosové metody .....	37
4 PŘEDSTAVENÍ PODNIKU A NEHMOTNÉHO STATKU.....	42
4.1 Společnost INGEMO, s. r. o.....	42
4.2 Oceňované know how .....	43



4.2.1	Výběr zboží z dostupného sortimentu .....	44
4.2.2	Kontrola a zjištění fyzických vlastností zboží.....	46
4.2.3	Pořízení fotografií zboží a jejich úprava .....	47
4.2.4	Umístění a popis zboží v nejvhodnější kategorii.....	48
4.2.5	Určení počáteční ceny, nákladů přepravy a délky vystavení .....	50
4.2.6	Kontrola sledovanosti v době vystavení, zodpovídání dotazů .....	52
4.2.7	Evidence prodaného zboží a odeslání podkladů k platbě .....	53
4.2.8	Kontrola přijatých plateb, následné balení a odeslání zboží.....	55
4.3	Shrnutí k charakterizovanému know how.....	57
5	ZPŮSOBY OCENĚNÍ KNOW HOW.....	58
5.1	Současný vývoj příjmů společnosti INGEMO, s. r. o.....	58
5.2	Ocenění nehmotného statku dle zákona č. 151/1997 Sb.,.....	59
5.3	Metoda licenční analogie .....	60
5.4	Čistá současná hodnota .....	62
5.5	Zhodnocení dosažených výsledků a doporučení .....	63
	ZÁVĚR .....	65
	POUŽITÁ LITERATURA.....	67

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Možnosti ochrany duševního vlastnictví .....	17
Tabulka 2: Vzor evidence prodaného zboží .....	53
Tabulka 3: Zjištění ročního čistého příjmu z užívání majetkového práva .....	59
Tabulka 4: Ocenění know how pomocí licenční analogie .....	62

## Seznam ilustrací

Obrázek 1: Cíle managementu duševního vlastnictví .....	16
Obrázek 2: Vývoj hodnoty výrobního know how v čase .....	40
Obrázek 3: Schéma procesu používaného know how prodeje .....	44
Obrázek 4: Grafické znázornění měsíčního vývoje tržeb po zavedení know how prodeje .....	45
Obrázek 5: Grafické znázornění objemu prodeje ve sledovaném období v kusech .....	46
Obrázek 6: Zákaznické hodnocení shody předmětu s popisem .....	47
Obrázek 7: Jednotlivé kategorie v sekci Sběratelství a umění .....	49
Obrázek 8: Příklad rozdělení konkrétní kategorie nabízeného sortimentu .....	49
Obrázek 9: Zákaznické hodnocení nákladů na dopravu .....	52
Obrázek 10: Zákaznické hodnocení kontaktu s prodejcem .....	54
Obrázek 11: Zákaznické hodnocení doby vyřízení objednávky .....	56
Obrázek 12: Grafické znázornění tržeb za posledních 12 měsíců .....	58
Obrázek 13: Grafické znázornění tržeb a jejich predikce do září 2016 .....	61

## Seznam zkratk

a. s.	akciová společnost
aj.	a jiné
apod.	a podobně
CFt	peněžní toky v letech
Cv	cena majetkového práva zjištěná výnosovým způsobem
č.	číslo
ČNB	Česká národní banka
ČSH	Čistá současná hodnota
d	míra kapitalizace
ES	Evropské společenství
HV	roční ocenění nehmotného majetku
IAS	International Accounting Standards (Mezinárodní účetní standardy)
j	pořadové číslo roku, po které bude právo užíváno
Kč	Koruna česká
kg	kilogram
KK	koeficient kapitalizace
KZ	koeficient zastarání, případně koeficient zhodnocení
L.	licenční
LP	licenční poplatek
n	doba užívání
p	míra kapitalizace v procentech pro majetková práva
PM	podíl nehmotného majetku na výrobě
r	diskontní úroková míra
R <sup>2</sup>	koeficient spolehlivosti
RV	roční rozsah výroby ve finančním vyjádření
s.	strana
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
Sb.	sbírka
t	po sobě jdoucí roční období, ve kterých se zjišťuje hodnota
tzn.	takzvaně
ÚPV	Úřad průmyslového vlastnictví
Z <sub>j</sub>	roční čistý výnos užívání práva v letech, po které bude právo užíváno

# ÚVOD

Oceňování nehmotných statků je na rozdíl od hmotných poměrně složité. Důvodem je především to, že nehmotný statek nemá fyzickou podobu. Nelze tedy změřit, zvážit, ani jinak prostorově vymezit. Je tedy nutné umět najít způsob, jakým co nejlépe nehmotné aktivum ocenit, aby byla jeho hodnota vyjádřena co nejpřesněji. Důvodem zjištění hodnoty může být potřeba účetnictví nebo stanovení prodejní ceny, případně určení licenčního poplatku. Jiný důvod může spočívat jen v prosté orientační informovanosti o tom, jak hodnotný statek vlastníme.

V první části práce bude přiblížena teoretická problematika týkající se nehmotných statků jako takových, především jejich definice a dělení. Následovat bude výčet jednotlivých předmětů průmyslového vlastnictví. Jako další zde bude věnován prostor jednotlivým přístupům k oceňování a také problémům, které se s oceněním pojí. V návaznosti na předchozí zde bude následovat další část práce, ve které se přiblíží jednotlivé způsoby, jakými lze nehmotný majetek ocenit, včetně konkrétních metod. V této části je také teoretické znázornění, jak se vyvíjí konkrétní nehmotný statek v čase.

Další část práce bude již zaměřena na konkrétní podnik a především pak na konkrétní předmět nehmotné povahy, který bude předmětem oceňování. Jako první bude představena vybraná společnost včetně bližší charakteristiky. Dále bude vysvětleno, jaký nehmotný statek byl ve spolupracujícím podniku zaveden a z jakého důvodu bude provedeno jeho ocenění. Následovat bude detailní charakteristika vybraného nehmotného statku. V závěru této části budou aplikovány vybrané metody ocenění pro zjištění hodnoty tohoto nehmotného majetku v čase.

Vypracování tohoto tématu bylo zvoleno, protože oceňování nehmotných statků je ve své podstatě zajímavá problematika, kdy se snažíme ohodnotit něco, co nemá hmotnou povahu. Dalším důvodem je také skutečnost, že prací, které by se blíže zabývaly touto problematikou, není doposud tolik dostupných, jako u některých jiných zajímavých témat.

Cílem této diplomové práce je vymezení vybraných souvislostí spojených s oceňováním nehmotných statků. Dále identifikace problémů spojených s oceňováním nehmotných statků, zmapování hodnoty nehmotného statku a času, kvantifikace zbývající užitečné životnosti a charakteristika rizik spojených s oceňováním nehmotných statků.

# 1 NEHMOTNÉ STATKY

Náplní této kapitoly je charakteristika nehmotných statků. Jako první je zde definován pojem nehmotný statek, následně je uvedeno jeho dělení. Dále jsou zde vysvětleny pojmy duševní a průmyslové vlastnictví. Kapitola dále pokračuje charakteristikou jednotlivých předmětů průmyslového a duševního vlastnictví.

## 1.1 Definice nehmotného statku

Pod pojmem nehmotný ve vztahu k věci lze dle nového občanského zákoníku chápat práva, jejichž povaha to připouští a jiné věci bez hmotné povahy. [16] Pojem statek je v ekonomii označení pro jakoukoliv věc, která zvyšuje užitek. [30]

Dle dvou výše uvedených pojmů můžeme tedy nehmotné statky charakterizovat jako právo, které se vztahuje k určitému statku, který ale nemá hmatatelnou podobu a přesto zvyšuje užitek vlastníka.

V jiné odborné práci je nehmotný statek popsán následovně: „*Nehmotný statek je vymezen jako statek vytvořený konkrétním duševním obsahem, jehož objektivní vyjádření je způsobilé být předmětem společenských vztahů bez toho, aby jej bylo třeba znázornit v hmotné podobě.*“ [12 s. 11]

Obdobná definice se nachází i v mezinárodním účetním standardu IAS 38 – Nehmotná aktiva, ve kterém jsou aktiva nehmotné povahy popsány jako identifikovatelné nepeněžní aktivum, které nemá hmotnou podobu. [9 s. 87]

Malý popisuje nehmotné statky jako výsledek určité práce, který má nehmotnou povahu, ale musí být vyjádřený objektivní a znatelnou formou. V podstatě se jedná o myšlenku či označení a musí se odlišovat od hmotného předmětu, ve kterém se realizuje. [17 s. 21]

Podle uvedených definic je tedy nehmotný statek produktem duševního myšlení, který nemá hmotnou podstatu, je nepeněžního charakteru a má za cíl něco vylepšit, definovat, ochránit. Tento výsledný statek musí být také pochopen a přijat okolím pro určitou představu každého jednotlivce.

Důležité je umět nehmotné aktivum v podniku rozpoznat, k čemuž slouží dvě hlavní podmínky. První podmínkou je identifikovatelnost, které lze dosáhnout v tom případě, kdy můžeme nehmotné aktivum od podniku oddělit (např. prodej, pronájem) nebo nám jeho existence plyne z určité smlouvy či zákona. Druhou důležitou podmínkou je kontrola

nehmotného statku, kdy si můžeme přivlastnit efekty, které nám dané nehmotné aktivum poskytuje. [9 s. 87–88]

Dále zde jsou uvedeny některé zvláštnosti, které jsou spojeny s nehmotnými statky. Jejich výskyt souvisí především s právní oblastí: [17 s. 21–22]

- a) *poskytovatel ho neztrácí,*
- b) *mohou se ve stejném čase vyskytovat na více místech naráz,*
- c) *při jejich používání se nespoteřovávají, naopak se s růstem jejich používání dochází k jejich vylepšování,*
- d) *lze je rychle a snadno přenášet na velké vzdálenosti (vliv globalizace).*

Všechny tyto povahové rysy postrádají hmotné statky, které oproti nehmotným věcem mají fyzické vlastnosti.

## **1.2 Dělení nehmotných statků**

Členění nehmotných statků dle jejich charakteristiky uvádí ve své publikaci Oceňování průmyslového vlastnictví Malý následovně: [18 s. 3]

- a) *nehmotné výsledky tvůrčí duševní činnosti,*
- b) *nehmotné výsledky zkušeností a jiné duševní činnosti,*
- c) *nehmotné hodnoty osobnosti,*
- d) *znázornění hospodářské individuality subjektu a jeho produktů včetně činností,*

První kategorie je charakteristická tím, že je zde nejdůležitější obsah a způsob vyjádření samotné myšlenky. Obsahem myšlenky je chápán např. vynález, užitný vzor, průmyslový vzor aj. Způsob vyjádření myšlenky je již tvorba autorského díla či počítačového softwaru.

Druhá kategorie obsahuje širší oblast získaných poznatků. Pro lepší pochopení lze uvést konkrétnější pojmy jako know how, obchodní tajemství, nasbíraná data a tím pádem i samotné databáze klientů.

Ve třetí kategorii záleží již na konkrétním jednotlivci, protože se zaměřuje na povahu člověka, jeho povahové vlastnosti, dovednosti aj.

Poslední kategorie zahrnuje již známější pojmy. Nachází se zde ochranná označení, která slouží ke komunikaci se zákazníky (nejběžnější je logo, značka firmy). Dále také samotný název právnické osoby a též také dobré jméno firmy – goodwill.

Podle uvedených kategorií lze zde nastínit přibližný postup vzniku nehmotného statku. Jak je již výše řečeno, nejdůležitější je samotný nápad, myšlenka pro tvorbu něčeho nového. S tím

také určitě souvisí dané povahové vlastnosti konkrétního člověka, který má tvorbu statku na starost. Jako pomocné faktory zde můžeme sledovat již zjištěné poznatky z praxe (kategorie dvě), které můžeme dál využívat pro nová zjištění. V poslední fázi pak záleží, jak bude výsledek prezentován pro dané okolí tvůrce.

Nehmotný statek jako takový můžeme označit za předmět průmyslového nebo duševního vlastnictví, což je popsáno v následující části.

### **1.3 Duševní vlastnictví**

Duševním vlastnictvím jsou dle Blaira především patenty, obchodní tajemství, autorská práva a obchodní značky. Dále je v jeho publikaci také uvedeno, že v posledních letech vzrostl i ekonomický význam těchto nástrojů vlivem technologického vývoje. [4 s. 1]

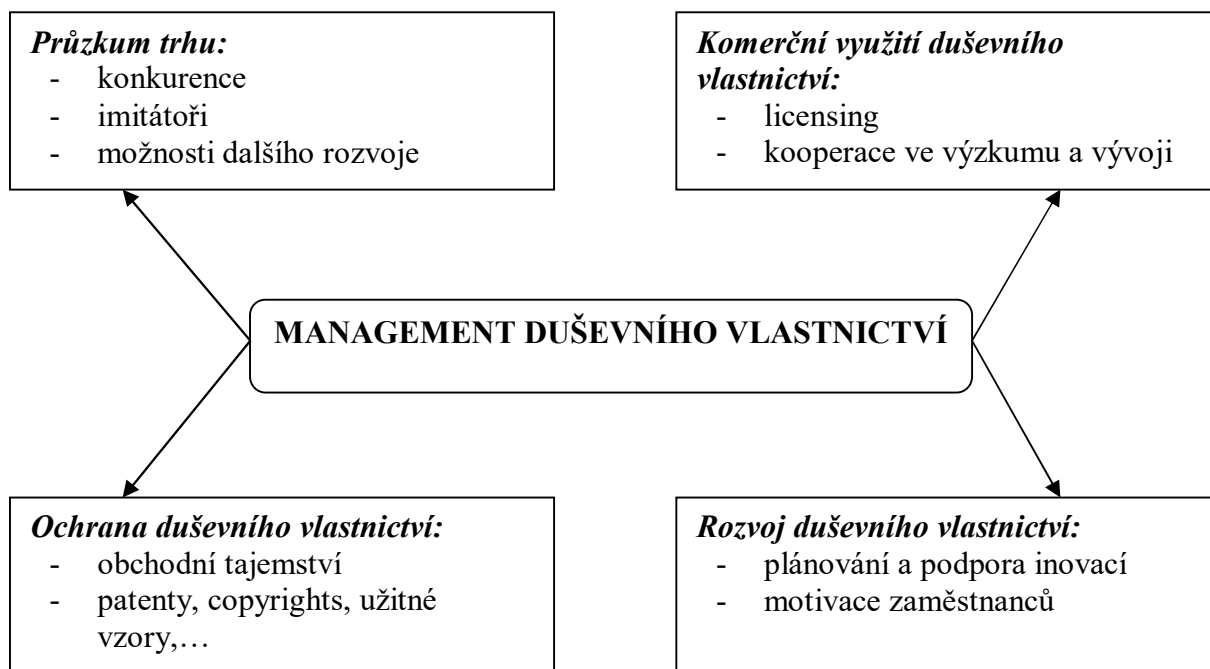
Dle Malého, duševní vlastnictví zahrnuje určitý souhrn práv k autorským dílům, která představují výsledek tvůrčí činnosti. Lze sem zařadit umělecké výkony, zvukové nahrávky aj. Pokud se jedná o Světovou organizaci duševního vlastnictví, ta sem zahrnuje všechny projevy a výsledky tvůrčí činnosti. Výjimky, které sem nepatří, jsou autorská díla, vynálezy, užité vzory, průmyslové vzory, know how, ochranná označení. [17 s. 23–24]

Svačina uvádí, že duševní vlastnictví upravuje jak obsah práv k určité množině nehmotných statků, tak i společenské vztahy, které vznikají při uplatňování práv k těmto předmětům nehmotné povahy. [21 s. 19]

Další výčet uvádí soubor autorů v odborné publikaci týkající se nehmotných statků, kde je pro duševní vlastnictví použit termín nehmotná složka podnikání. V ní se pak nachází získané zkušenosti a znalosti, technická dokumentace, postupy, technologie, originální vzhled výrobků, vzhled firemního loga. Duševní vlastnictví zde představuje souhrn práv k vynálezům, průmyslovým vzorům, obchodním jménům, vědeckým objevům aj.

V uvedené práci je také zmíněno, že je nutno se zaměřit na vývoj nehmotných statků pro zlepšování kvality výstupů a získat tak konkurenční výhodu. S tímto jevem samozřejmě pak souvisí jejich právní ochrana, které dosáhneme pomocí patentů, užitných a průmyslových vzorů, licencí atd. Tato činnost je jedním ze základních cílů managementu duševního vlastnictví, který má již své pevné postavení ve firemním řízení. Dalším cílem managementu vlastnictví je kromě ochrany duševního vlastnictví také průzkum trhu, komerční využití duševního vlastnictví a rozvoj duševního vlastnictví. [5 s. 12–14]

Souhrnně si lze tyto cíle představit následovně:



Obrázek 1: Cíle managementu duševního vlastnictví

*Zdroj: upraveno dle [5 s. 13]*

Management duševního vlastnictví může čerpat inspiraci pro nové inovativní prvky pomocí průzkumu trhu. Zde ovšem vyvstává problematika např. odlišnosti loga od konkurence, původní vlastník nesmí shledat nové logo cizí firmy podobné tomu svému. Pokud se managementu podaří objevit nový předmět duševního vlastnictví je nasnadě zajistit jeho právní ochranu např. patentovat vynález a následně provést jeho komerční využití. Když je nově objevený předmět duševního vlastnictví úspěšný, může nám přinést konkurenční výhodu. Jako další cíl managementu duševního vlastnictví je rozvoj předmětů duševního vlastnictví, kterého může dosáhnout další inovací.

Dle výše uvedených zjištění můžeme duševní vlastnictví charakterizovat jako určitý pojem, který zahrnuje veškerá práva k předmětům, které jsou výsledky lidské tvůrčí činnosti. V nejednom případě je také na místě jejich právní ochrana v důsledku toho, že důležitost nehmotných statků má v dnešní době čím dál významnější podíl na firemním růstu. Pokud se povede vytvořit nějaký nový technologický postup, který nám zajistí výraznou konkurenční výhodu, je nutné ho ochránit a využít pro budoucí růst. Jak již bylo uvedeno, ochranu a rozvoj duševního vlastnictví má v podniku na starost management duševního vlastnictví. Podle současného vývoje můžeme také vyvodit závěr, že je důležité zajišťovat efektivní a stabilní management duševního vlastnictví pro další podnikovou prosperitu.



Důležité je také umět klasifikovat duševní vlastnictví. V publikaci od Čady a kolektivu jsou uvedeny následující dvě kategorie: [5 s. 13]

- a) *předměty spadající pod průmyslově právní ochranu,*
- b) *díla chráněná dle autorského práva a podle práv souvisejících.*

Do první kategorie spadají technická řešení, předměty průmyslového designu a ochranná obchodní označení, obchodní tajemství a know how.

V druhé kategorii nalezneme literární, umělecká a vědecká díla, dále také počítačové programy a databáze (tyto musejí být duševním výtvorem autora).

Pro jednotlivé předměty obou kategorií máme různé způsoby právní ochrany. Tyto způsoby jsou uvedeny v následující tabulce:

**Tabulka 1: Možnosti ochrany duševního vlastnictví**

Duševní statek	Možnosti ochrany						
	<i>Autorsko-právní ochrana</i>	<i>Průmyslově právní ochrana</i>					
	<i>Autorský zákon</i>	<i>Patent</i>	<i>Užitný vzor</i>	<i>Průmyslový vzor</i>	<i>Ochranná známka</i>	<i>Označení původu a zeměpisné označení</i>	<i>Utajování</i>
Vynález	-	ANO	-	-	-	-	ANO
Nové technické řešení	-	-	ANO	-	-	-	ANO
Nové estetické řešení (design výrobku)	ANO	-	-	ANO	ANO	-	-
Jedinečné označení výrobku	ANO	-	-	ANO	ANO	ANO	-
Databáze	ANO	-	-	ANO	-	-	ANO
Software	ANO	ANO	-	-	-	-	ANO
Poznatek výzkumu nebo vývoje	-	-	*	-	-	-	ANO
Film / Fotografie	ANO	-	-	ANO	ANO	-	ANO
Hudba / Malba	ANO	-	-	-	-	-	ANO
Publikace	ANO	-	-	ANO	ANO	-	-

\*Možnost ochrany jen v ojedinělých případech

*Zdroj: upraveno dle [5 s. 14]*

Uvedená tabulka nám přehledně ilustruje, na které předměty duševního vlastnictví se vztahuje autorský zákon a jaký způsob průmyslově právní ochrany lze využít.

## 1.4 Průmyslové vlastnictví

Jedná se o podkategorii duševního vlastnictví. Malý ho ve své publikaci definuje jako: „*souhrn práv k nehmotným statkům průmyslově (tj. hospodářsky opakovaně) využitelným a jejich právní ochranu.*“ [17 s. 23]

Průmyslové vlastnictví ošetřuje také Pařížská unijní úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví, která byla vydaná v roce 1883. Jedná se o univerzální mnohostrannou a mezinárodní smlouvu. Specifická je její obecná povaha, která se vztahuje i na nehmotné statky. Obsahuje také zásady, které jsou společné s dalšími navazujícími úmluvami týkající se jednotlivých nehmotných statků. Česká republika je jedním z členů.

Pařížská unijní úmluva byla revidována naposledy v roce 1967. V této úmluvě je pojem průmyslové vlastnictví definován v článku 1 (3) následovně: „*Průmyslové vlastnictví se rozumí v nejširším pojetí a vztahuje se nejen na průmysl a na obchod ve vlastním slova smyslu, nýbrž také na průmysl zemědělský a těžařský a na všechny výrobky umělé nebo přirozené, např. na víno, obilí, tabákové listy, ovoce, dobytek, nerosty, minerální vody, pivo, květiny, mouku.*“ [20]

Podle definic lze tvrdit, že průmyslové vlastnictví se jednoznačně vztahuje k určitému předmětu, který slouží k podnikatelské činnosti. Tento předmět průmyslového vlastnictví má také svoji právní ochranu. Jednotlivé předměty průmyslového vlastnictví budou v další části práce rozvedeny podrobněji.

## 1.5 Licence

Pojem licence neodmyslitelně patří k nehmotným statkům. V České republice licenční smlouvu definuje nový občanský zákoník v § 2358. Na základě licence se poskytují práva k užívání těchto předmětů nehmotné povahy. Toto právo užívání je ošetřeno v licenční smlouvě, ve které jsou také stanoveny určité licenční poplatky, které platí ta strana, která chce licenci na daný nehmotný statek využívat. Příjemce licenčních plateb se označuje, jako poskytovatel, plátce je označován termínem nabyvatel.

Licenční smlouva slouží nabyvateli k tomu, že může využívat předmět průmyslového vlastnictví, přičemž absolutní právo k tomuto předmětu stále náleží poskytovateli. Absolutní právo lze převést např. smlouvou o převodu patentu. [17 s. 73]

Dle nové legislativy nemusí být licenční smlouva písemná, nejedná-li se o licenci výhradní nebo má-li být zapsána do veřejného seznamu. Do veřejného seznamu se musí dle zvláštních

právních předpisů zapisovat patenty, užité vzory, průmyslové vzory, topografie polovodičových výrobků a ochranné známky. Patří sem i obchodní firma, která je zapsána v obchodním rejstříku. Nově tedy není potřeba písemná forma licenční smlouvy na know how a obchodní označení. [10]

Zda spolu smluvní strany uzavřou licenční smlouvu o výhradní licenci, záleží na jejich rozhodnutí. Výhradní licence spočívá v tom, že poskytovatel licence, nesmí předmět licenční smlouvy poskytnout třetí osobě. Z této skutečnosti plynou absolutní právní účinky pro nabyvatele. [22 s. 145–146]

Každá licenční smlouva má také své náležitosti, kterými jsou následující: [13]

- a) *podstatné náležitosti,*
- b) *pravidelné náležitosti,*
- c) *nahodilé náležitosti.*

Podstatnými náležitostmi chápeme ustanovení, která musí licenční smlouva obsahovat. Jedná se o určení smluvních stran, určení předmětu licence, určení rozsahu licence a ujednání o odměně za udělenou licenci.

Pravidelné náležitosti již nejsou povinné, ale velmi často se v licenčních smlouvách vyskytují. Nečastěji se tedy jedná o označení licencovaných výrobků, odpovědnost za škodu, doba trvání smlouvy, platební podmínky apod.

Nahodilé náležitosti představují nepravidelný výskyt v licenčních smlouvách. Mezi tyto náležitosti se řadí např. smluvní pokuty, doložky o výměně informací nebo podmínky účinnosti smlouvy.

Vzhledem k rozmanitosti nehmotných statků existují různé druhy licenčních smluv. Jako příklad lze uvést licence na know how, která se vyznačuje tím, že na předmět smlouvy nelze poskytnout absolutní právo. Další může být tzv. pravá licenční smlouva, která upravuje využití nehmotného statku. Existuje také sdružená licence, jejímž předmětem je využití několik nehmotných statků. [17 s. 74–75]

## 2 PRŮMYSLOVÉ A DUŠEVNÍH VLASTNICTVÍ

V této kapitole budou jednotlivě charakterizovány předměty spadající do kategorie průmyslového vlastnictví. V návaznosti na průmyslové vlastnictví zde budou popsány i některé předměty duševního vlastnictví. Jako první následuje výčet předmětů průmyslového vlastnictví: [12 s. 17]

- a) *patenty (zákon č. 527/1990 Sb., o vynálezech a zlepšovacích návrzích),*
- b) *užitné vzory (zákon č. 478/1992 Sb., o užitných vzorech),*
- c) *průmyslové vzory (zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů),*
- d) *topografie polovodičových výrobků (zákon č. 529/1991 Sb., o ochraně topografií polovodičových výrobků),*
- e) *označení v oblasti průmyslového vlastnictví*
  - a. *ochranné známky (zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách),*
  - b. *označení původu, zeměpisné označení původu (zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení).*

Ochranu těchto předmětů průmyslového vlastnictví má v České republice na starost Úřad průmyslového vlastnictví.

### 2.1 Patenty

Tento předmět průmyslového vlastnictví slouží k ochraně vynálezů, které jsou nové, a pro společnost přinášejí určitý užitek. Dle Blaira jsou patenty silnějším nástrojem ochrany oproti obchodnímu tajemství. [4 s. 7]

V České republice jsou předmětem patentového práva výsledky technické tvůrčí činnosti, které jsou způsobilé pro udělení patentové ochrany.

Výsledek tvůrčí činnosti musí pro to, aby mohl být patentován splňovat tři podmínky: [6 s. 45]

- a) *celosvětová novost řešení,*
- b) *výsledek vynálezecké činnosti,*
- c) *průmyslová využitelnost.*

Celosvětovou novost lze charakterizovat jako objektivní, celosvětový stav konkrétního oboru k danému dni, kdy byla podaná přihláška pro udělení patentu. Požadavek novosti se uplatňuje i na dřívější představení vynálezu jeho původcem. Tímto požadavek novosti zanikne a patent není udělen. Pokud ale zveřejnění vynálezu proběhlo do šesti měsíců před

podáním přihlášky a došlo k zřejmému zneužití vynálezu nebo byl-li vynález vystaven na některém úředně uznaném veletrhu, je porušení novosti prominuto.

O vynálezecké činnosti se hovoří v případě, kdy došlo ke kvalitativnímu posunu např. výrobní technologie za současných technických poznatků a doposud tak nebylo nikde jinde učiněno.

Průmyslová využitelnost spočívá v tom, že nový vynález lze opakovaně používat pro hospodářskou činnost, zemědělství, obchodní služby aj. Využitelnost vychází z povahy řešení. [17 s. 26–27]

Pro rozhodnutí o udělení patentu je vedeno řízení, které má podnět v podání patentové přihlášky. Tuto přihlášku podává původce vynálezu, v případě zaměstnaneckého vynálezu má právo na patent zaměstnavatel (pokud není upraveno jinak dle pracovní smlouvy), které ale musí uplatnit v dané lhůtě. Za patentové řízení je nutné také zaplatit správní poplatky, v případě uděleného patentu zde následují poplatky za jeho udržování.

Úřad průmyslového vlastnictví patenty uděluje na vynálezy, které jsou nové, jsou výsledkem vynálezecké činnosti a existuje pro ně průmyslové využití. Předmětem patentu mohou být nové výrobky, technologie, chemicky vyrobené látky, léčiva, průmyslové produkční mikroorganismy, dále biotechnické postupy a produkty, které díky těmto postupům vznikly. Patent nelze udělit na nové objevy a vědecké teorie, počítačové programy, nové odrůdy rostlin a plemena zvířat, na způsob léčení lidí a zvířat.

Udělený patent má v České republice platnost dvacet let od data podání přihlášky na Úřad průmyslového vlastnictví. Jeho podstata spočívá v tom, že bez souhlasu majitele patentu nesmí být předmět patentu využíván. Při souhlasu s užíváním patentu se uzavírá licenční smlouva. Patent je rovněž obchodovatelný. [28]

V případě zneužití práv patentu je zde nucená licence. Tato licence je udělena po podání žádosti zájemce o využití vynálezu patentovým úřadem v případě, kdy majitel patentu odmítl uzavřít licenční smlouvu a zároveň vynález není dostatečně nebo vůbec majitelem využíván. Tento případ může nastat také tehdy, je-li předmětem patentu ovlivněn veřejný zájem. Tímto postupem lze také omezovat činnost monopolních podniků. [17 s. 31]

Patent lze tedy charakterizovat jako důmyslnou ochranu nového vynálezu, který pro majitele představuje cenný majetek. Patent lze prodat, případně díky němu může původce uzavřít licenční smlouvu, ze které mu bude plynout určitý příjem za poskytnutí práva k používání vynálezu.

## 2.2 Užitný vzor

Tato forma ochrany je jednodušší, rychlejší a méně nákladná oproti patentu.

Za užitný vzor se považuje nové průmyslově využitelné technické řešení, které přesahuje rámec pouhé odborné dovednosti. Užitný vzor se od patentu odlišuje v jediném požadavku a tím je právě úroveň řešení. Tento způsob ochrany však nelze použít na způsoby výroby nebo pracovní činnosti, dále na biologické reproduktivní materiály. Úřad průmyslového vlastnictví při řízení o registraci užitného vzoru přezkoumává pouze základní podmínky pro ochranu. Toto řízení je postaveno na registračním principu. To spočívá v tom, že ÚPV přezkoumá splnění základních podmínek, nezkoumá způsobilost novosti a tvůrčí úrovně. Tím pádem odpadají vyšší náklady pro registraci užitného vzoru. Tento postup se také nazývá jako zápis do rejstříku bez úplného průzkumu.

Díky výše uvedenému lze užitný vzor do registru zapsat poměrně rychle. Základní doba ochrany je po dobu čtyř let, majitel ji po uplynutí této lhůty může dvakrát prodloužit o další tři roky. Konečná délka ochrany je nejvýš deset let, začíná stejně jako u patentu, dnem podání přihlášky. [27]

*„Bez souhlasu majitele užitného vzoru nikdo nesmí technické řešení chráněné užitným vzorem při hospodářské činnosti vyrábět, uvádět do oběhu nebo upotřebit.“ [5 s. 64]*

Jelikož se u užitného vzoru při neúplném řízení nepřezkoumává podmínka novosti, jak je tomu u schvalování patentového řízení pro vynález, může nastat situace, kdy bude užitný vzor použit již na existující řešení. Tato skutečnost tedy přináší vyšší riziko na podání návrhu výmazu užitného vzoru z rejstříku. Pokud se ale bude jednat o nějaké jedinečné řešení, můžeme použít průzkum novosti a díky tomu pak zvýšíme dopad ochrany na užitný vzor.

Novost užitného vzoru je u tohoto předmětu průmyslového vlastnictví považována také za jeden ze základních požadavků pro zápis do rejstříku. Je zde ale rozdíl oproti patentům. V případě novosti se zde rozumí stav techniky, který byl dostupný přihlašovatelovi před dnem, kdy mu vzniklo právo přednosti. [6 s. 51]

Odborná dovednost je také jednou z podmínek užitného vzoru, aby mohl být zapsán do rejstříku. Je to jiný pojem, než vynálezecká činnost u patentu a jeho definice není konkrétně stanovena. Čada odbornou dovednost popisuje jako nižší stupeň vynálezecké činnosti. [6 s. 53]

Užitný vzor tedy můžeme charakterizovat jako jednodušší a levnější způsob ochrany nehmotného statku, ale zároveň má v sobě vyšší riziko. To je dáno především tím, že zde při

neúplném průzkumu při schvalovacím řízení není provedeno porovnání novosti užitého vzoru. Dále také může být podán návrh na výmaz užitého vzoru z rejstříku, který může podat kdokoliv.

### 2.3 Průmyslový vzor

Tento předmět průmyslového vlastnictví je interpretován především jako ochrana vzhledu výrobku nebo jeho určité části. Vzhled výrobku pak spočívá především v jeho znacích, obrysech, barvě, tvaru, struktuře dokonce i v použitém materiálu. Průmyslový vzor nemá za úkol chránit technickou nebo konstrukční vlastnost výrobku, pouze jeho vzhled / design. [25]

Jako předešlé dva předměty průmyslového vlastnictví má i průmyslový vzor své podmínky pro zápis do rejstříku. První podmínkou je novost, která je zde chápána jako absolutní novost designu. Za nový vzor lze považovat design výrobku, který nebyl před dnem podání přihlášky nebo před dnem vzniku práva dostupný (zveřejněný) veřejnosti.

Druhá podmínka je individuální povaha, která je charakterizována jako celkově odlišný dojem, který u informovaného uživatele nový design výrobku vyvolá. [19 s. 397]

Pojem informovaný uživatel slouží pro vymezení zvláštností daného průmyslového vzoru, dále také pro rozsah jeho ochrany. Informovaný uživatel by měl mít zkušenosti s původním výrobkem, než došlo k jeho vylepšení, aby následně mohl dojmy a vlastnosti nově vylepšeného výrobku spolehlivě určit.

Průmyslový vzor jako takový je po zápisu do rejstříku chráněn ve lhůtě pěti let, která lze prodlužovat. Maximálně však na dvacet pět let od prvního podání přihlášky. Po zápisu má pak vlastník práva poskytovat průmyslový vzor třetím stranám nebo práva k průmyslovému vzoru převést. Jedná se o právo výlučné. Zápis průmyslového vzoru je zveřejněný ve Věstníku, který je jediným zdrojem pro veřejnost a obsahuje údaje o průmyslovém vzoru.

Po vstupu České republiky do Evropské unie průmyslový vzor v tuzemsku ovlivňuje také Nařízení Rady (ES) č. 6/2002 ze dne 12. prosince 2001 o vzorech Společenství. V tomto nařízení funguje u průmyslového vzoru registrační přístup, který se používá také u užitého vzoru. Tento postup má na starost Úřad pro harmonizaci vnitřního trhu. Následkem toho dochází ke skutečnosti, že před zápisem průmyslového vzoru do rejstříku není proveden průzkum novosti a individuality, což se liší od postupu českého ÚPV při postupu u registrace průmyslového vzoru. Prověření dvou výše uvedených podmínek může pak proběhnout na základě prohlášení o neplatnosti průmyslového vzoru. Toto prohlášení může podat libovolná fyzická nebo právnická osoba. [5 s. 66–67]

Třetí popsaný nástroj, průmyslový vzor nám slouží k ochraně vzhledu výrobku, kdy tento vzhled musí vyvolat odlišný dojem, než způsoboval výrobek původní. Tento nástroj ochrany zcela jistě v dnešní ekonomice získává na významu, protože je zde mnoho firem, které se snaží získat zákazníky jedinečnými výrobky. Tyto výrobky se ale snaží napodobit i konkurence a dochází pak ke sporům o kopírování. Jako příklad, kdy se vedl spor o napodobování lze uvést trh s elektronikou, konkrétně pak producenty „chytrých“ telefonů.

## **2.4 Topografie polovodičových výrobků**

Jedná se o jeden ze specifických výsledků tvůrčí činnosti. V tomto případě musí jít o takovou topografii, která v dosavadním průmyslu nebyla běžná. Nutno říci, že se nejedná o jednotlivé čipy (na ty se může vztahovat patent i užitný vzor). Topografií polovodičových výrobků sledujeme způsob uspořádání čipů (obvodových prvků) v jednotlivých vrstvách včetně jejich propojení. [17 s. 38]

Toto řešení se považuje za tvůrčí činnost tím pádem je na místě ochrana proti kopírování. Ochrany se dosáhne zápisem do státního rejstříku u ÚPV, které ale mohou uplatnit jen občané České republiky nebo osoby, které zde mají bydliště či sídlo. Řízení o přihlášce se provádí pomocí registračního přístupu. Důležitou součástí přihlášky jsou také podklady pro identifikaci topografie. Jedná se o výkresy a fotografie jednotlivých vrstev sloužící pro výrobu polovodičového výrobku, dále může být součástí přihlášky i konkrétní polovodičový výrobek ve dvojím zhotovení. [26]

Způsob ochrany tohoto předmětu je kombinací autorského a průmyslového práva. Délka registrace zde činí deset let a vzniká ke dni podání přihlášky, pokud před podáním byla topografie používána skrytě. V opačném případě, tedy byla-li využívána neskrytě, vzniká ochrana dnem, kdy bylo zahájeno její obchodní využití, ale za podmínky, že byla k ÚPV podána přihláška do dvou let od zahájení obchodní činnosti. Chránění topografie je zaměřeno proti jejímu kopírování pro obchodní využití. Pokud byla ale topografie vyrobena pro vědecké účely (výzkum a vývoj), tak postihovat nikoho nelze. Jiná situace může nastat v případě, kdy někdo v dobré víře získá výrobek, který obsahuje chráněnou topografii a byl uvedený na trh bez souhlasu majitele. Tato osoba nemá povinnost platit náhradu. Povinnost vzniká až dnem, kdy dotyčná osoba zjistí, že výrobek obsahuje chráněnou topografii. Převod ochrany topografie polovodičů se provádí pomocí licence. [17 s. 38]

Ochrana tohoto výsledku tvůrčí činnosti v dnešním světě má jistě také své opodstatnění. Vzhledem k tomu, že neustále roste vývoj informačních systémů a technologií, ve kterých se



topografie polovodičových výrobků uplatňují, musí se moderní firmy zaměřit na jejich ochranu. Význam využití přináší také vývoj automobilového průmyslu, ve kterém se modernizují např. přístrojové desky automobilů. Pokud se některé firmě nebo jednotlivci povede vytvořit úspěšnou a využitelnou topografií, lze pak díky licenci získat vysoké finanční prostředky.

## 2.5 Ochranné známky

Dle Blaira může být ochranná známka cokoliv, co identifikuje unikátní produkt nebo službu. Nejčastěji se jedná o slovní vyjádření, dále pak obrazové vyjádření, které má nějaký význam pro daný výrobek. Může se také jednat o číslo nebo písmeno. Důležitý aspekt u značky je také její barva. Díky těmto a dalším atributům značky si pak zákazníci představují určitou kvalitu produktu, slouží jim pro orientaci na trhu a pro rozhodnutí o koupi. [4 s. 32]

Fernández se zmiňuje, že v posledních letech roste počet konzultačních firem pro vymezení hodnoty ochranné známky. Snaha je dána tím, že ceny silných ochranných známek představují pro podnik čím dál více ceněné aktivum. Základní úkol při vyčíslování ceny známky je zjištění jednotlivých nosičů, které mají stěžejní vliv na výslednou hodnotu. Pokud se je podaří identifikovat, můžeme je lépe řídit, upravovat a jinak vylepšovat. [11 s. 555]

Na stránkách ÚPV lze nalézt definici, která říká, že ochranná známka je označení grafického znázornění, je tvořeno především slovy, písmeny, čísly, kresbou, barvou a tvarem výrobku nebo jeho obalu. Slouží k rozlišování výrobků či služeb. [23]

V české literatuře se pak lze setkat s popisem, který ochrannou známku definuje jako prostředek práv na označení, který pomáhá spotřebitelům v orientaci na trhu, zaručuje určitou očekávanou kvalitu. [19 s. 396]

Známky, na které můžeme využít ochranu od ÚPV lze dělit na: [5 s. 67]

- a) *slovní,*
- b) *obrazové,*
- c) *prostorové,*
- d) *kombinované.*

Za slovní značky lze považovat takové, které jsou tvořeny slovy, případně slovní název, který byl podroben určité grafické úpravě (např. FIAT). Pod obrazovou značkou si lze představit určitý grafický motiv bez doprovodného textu, jako příklad lze uvést zřejmě nejznámější značku a to Apple. Prostorové značky jsou interpretovány pomocí konkrétních

výrobků, pro představu můžeme uvést tvar láhve od Coca-Coly. Kombinované pak mají znaky předcházejících kategorií značek.

Do rejstříku ale nelze zapsat libovolné ochranné známky. Absolutní podmínky způsobilosti zápisu nejsou splněny u druhových označení, což představuje pouhý název výrobku nebo jeho vyobrazení. Dále zde nesmí být geograficky známé označení. Označení nesmí být ani klamavé a nepravdivé, zakázána je také shoda s již zapsanou ochrannou známkou, případně s proslulou známkou. Proslulá známka je omezená pouze na určité výrobky v daném odvětví (časté u automobilů), nelze používat na jiné výrobky jiného druhu. Mohlo by totiž dojít k poškození dobrého jména původního tvůrce značky. [17 s. 42–43]

Jakmile dojde k zápisu ochranné známky do rejstříku, tak její vlastník nabývá výlučného práva pro její užívání. Doba platnosti ochranné známky činí deset let od data podání přihlášky. Platnost lze prodloužit vždy po uplynutí doby v žádosti o obnovu ochranné známky. [23]

Ochranná známka je považována za jeden z nejdůležitějších komunikačních prvků mezi firmou a zákazníkem. Je také nositelem pověsti firmy, kvality výrobku, představuje určitou tradici. Pokud podnik dosáhne vysoké známosti ochranné známky, nemusí pak vynakládat vysoké náklady na její propagaci, to již obstarají zákazníci, pomocí trendů, který může spočívat např. v nutnosti vlastnit daný výrobek. Je také známo, že se provádí srovnávání značek dle jejich hodnoty. To lze provést pomocí zjištění daného podílu na trhu konkrétní firmy.

## **2.6 Označení původu a zeměpisné označení původu**

Pojem označení původu slouží předně k identifikaci a názvu oblasti, místa nebo země, odkud konkrétní výrobek pochází, pokud jeho kvalita a vlastnosti jsou dány hlavně díky zeměpisnému prostředí, které má charakteristické přírodní a lidské faktory a pokud je výroba a zpracování tohoto zboží soustředěna na tomto území.

Zeměpisné označení interpretuje název území pro označení zboží, které pochází z uvedeného území, jestliže má toto zboží svoji určitou kvalitu, pověst či jiné vlastnosti díky danému zeměpisnému původu a pokud se jeho zpracování uskutečňuje na tomto území. [24]

V publikaci od Malého se autor zmiňuje o označení původu výrobku. Pojem je zde klasifikován jako údaj, který nás informuje o tom, odkud výrobek pochází, jaké má díky svému původu vlastnosti s vlivem přírodních a lidských faktorů. Dále je zde zmínka, že

označení původu nemůže být zahrnováno jako předmět do formy mezinárodního obchodu. Musí se ale brát v úvahu.

Jako možný způsob ochrany je v literatuře uveden způsob registrace u patentového úřadu. Tato ochrana pak většinou má neomezenou platnost. Jednou z podmínek je, že v době podání přihlášky musí být označení již všeobecně známé (bylo před podáním přihlášky již užíváno). Označení původu může sloužit více uživatelům, kteří splní dané podmínky např., že jejich produkce se nachází na stejném území. Na označení původu nelze poskytnout licenci. [17 s. 46]

Pod označením původu si tedy lze představit určitý výrobek, který je ovlivněn tím, kde a kým byl vyroben. Zeměpisné označení pro výrobek má na spotřebitele působit spíš pověstí dané země. Jako příklad lze uvést výrobek z Číny a výrobek z oblasti západní Evropy. Evropský uživatel bude zřejmě preferovat evropské zboží, může mít již získané zkušenosti s tím, že čínské výrobky jsou nekvalitní, někdy i zdraví škodlivé.

Označení původu zboží má také propagační vliv na spotřebitele. Různé průzkumy dokázaly, že tuzemští spotřebitelé mají tendenci kupovat zboží od tuzemských výrobců. Za to může především snaha spotřebitelů podporovat domácí živnostníky. Dále je také důležitá důvěra ve vysokou kvalitu tuzemského zboží. Tento trend je možné pozorovat i v České republice.

## **2.7 Obchodní firma a obchodní tajemství**

Obchodní firmu lze chápat jako název, pod kterým jsou podnikatelem vykonávány právní úkony během podnikatelské činnosti. Tento nehmotný statek nemá na starost patentový úřad, nýbrž ochrana obchodní firmy vzniká dnem započetí jejího užívání konkrétním podnikatelem. Jsou zde podmínky, že název firmy u fyzických osob musí vždy obsahovat jméno a příjmení, dále může být v názvu uvedený nějaký dodatek, který má k fyzické osobě nebo k dané činnosti vztah. U obchodních společností a družstev se jedná o název, pod jakým byly zapsány do obchodního rejstříku. Právnícké osoby, které nejsou zapsány v obchodním rejstříku, používají název, pod jakým byly založeny. U obchodního jména právníckých osob je nutný dodatek pro označení jejich právní formy. Subjekt také nesmí být zaměnitelný s jiným podnikatelem.

Ochrana obchodní firmy je časově neomezená. V případě zneužití se lze soudně domáhat způsobené újmy vzniklé poškozením jména firmy, zamezení jejímu dalšímu neoprávněnému užívání a případně zajistit určité zadostiučinění (např. omluva). [17 s. 50]

Obchodní tajemství je definované v novém občanském zákoníku z roku 2012 následovně: „*Obchodní tajemství tvoří konkurenčně významné, určitelné, ocenitelné a v příslušných obchodních kruzích běžně nedostupné skutečnosti, které souvisejí se závodem a jejich vlastníkem zajišťuje ve svém zájmu odpovídajícím způsobem jejich utajení.*“ [32]

Obchodní tajemství můžeme dle zákonné definice chápat jako něco, v čem může spočívat silná konkurenční výhoda podniku, která lze definovat, ocenit a je pečlivě tajena před ostatními konkurenčními subjekty. Jedná se tedy o něco jedinečného, co jiný podnik nemá k dispozici (pokud si tedy konkrétní obchodní tajemství nezakoupí).

Jakožto věc nehmotná je obchodní tajemství chráněno vlastnickými právy. Spadá i pod ochranu nekalé soutěže, kdy osoba, které bylo svěřeno obchodní tajemství, této skutečnosti zneužije a obchodní tajemství poskytne třetí straně pro vlastní prospěch.

Důležité jsou také pojmové znaky, které plynou ze zákonné definice obchodního tajemství. V případě zániku jediného z nich zaniká i samotné obchodní tajemství. Nově jsou pojmové znaky tyto:

- a) *konkurenčně významné skutečnosti,*
- b) *určitelné skutečnost,*
- c) *ocenitelné skutečnosti,*
- d) *v příslušných obchodních kruzích běžně nedostupné skutečnosti,*
- e) *skutečnosti související se závodem,*
- f) *utajení této skutečnosti.*

Konkurenčně významné skutečnosti lze chápat jako něco, co kvalitativně zvyšuje úroveň výroby a podnik díky tomu dosahuje úspěchu. Určitelné skutečnosti můžeme konkrétně vyjádřit, identifikovat. Ocenitelné skutečnosti zase můžeme brát jako aktuální a potenciální hodnoty obchodního tajemství, jejich vyjádření má vliv na hospodářský výsledek. Běžně nedostupné skutečnosti chápeme jako něco, co není známo konkurenci nebo většímu počtu jiných osob. Za skutečnosti související se závodem lze uvést např. znalosti, zkušenosti a jiné vlastnosti, které k danému podniku patří. Utajení skutečnosti záleží na vlastníkově obchodního tajemství, předně pak jakým způsobem se rozhodne pro jeho zabezpečení a ochranu proti zneužití. [6 s. 62–64]

O obchodní firmu je tedy nutno dbát, protože si díky ní může spotřebitel představit určitý obraz o kvalitě, spolehlivosti, ale také se dle názvu může rozhodnout o případné koupi zboží nebo služby. Za tuto skutečnost zodpovídá vlastník obchodního jména, který se musí snažit udržovat dobrou pověst.

Obchodní tajemství je velmi důležité udržovat v tajnosti. Zpravidla se jedná o významnou konkurenční výhodu podniku. Jeho prozračením se může vlastník dostat do problémů a musí tedy dbát na to, komu jinému ho svěří a jak ho bude chránit. Případné vzniklé potíže mohou být vleklé vzhledem ke složitému soudnímu sporu a prokazování viny.

## 2.8 Goodwill a know how

Pojem goodwill můžeme definovat jako dobrou pověst firmy, kterou si firma buduje u svých zákazníků a dalších svých partnerů. Podstata goodwillu spočívá ve spolehlivosti, včasnosti, poctivosti vůči všem zúčastněným stranám. Lze uvést např. včasné splátky úvěru bance, kvalitní servis zákazníkům, neodkládané platby faktur dodavatelům aj.

Tento nehmotný statek je součástí účetnictví, reprezentuje vzniklé výhody firmy dle jejího postavení (počet ochranných známek, zadluženost). Lze ho prodat s celým podnikem nebo jen samostatně. Vztahuje se na něj ochrana proti nekalé soutěži. [17 s. 55]

Know how je velice široký pojem, který lze vymezit jen těžko, v literatuře je definován různými způsoby. Čada uvádí ve své publikaci několik definic. Konkrétněji, že se může jednat o výrobní tajemství, receptury, formule, technické informace a dokumentace, které jsou nezbytně potřebné pro výrobu určitého výrobku nebo pro postup u technologického procesu. Může se také jednat o výsledky testů, zkoušek, praxe, které pak vlastníkovvi přináší určitou výhodu, díky které může produkovat něco, co by jinak vyrábět nemohl. Know how zahrnuje také veškeré provozní a výrobní poznatky, získané zkušenosti a znalosti či schopnosti, které se následně předají odběrateli ať už formou výrobku, nebo služby. [6 s. 69–71]

V jiné publikaci od Čady, která je blíže na know how zaměřena, najdeme následující definici: „*Pod tímto pojmem rozumíme souhrn speciálních znalostí a zkušeností v jakékoliv oblasti výrobní, zemědělské, obchodní a podobně, umožňující provést určitý konkrétní úkol rychle s nejmenším vynaložením sil a energie*“. [7 s. 62]

„*Konkrétní aplikace znalostí a zkušeností vyúsťující buď v nové, nebo racionálnější a efektivnější řešení určitého problému, než jaké uživateli bylo dosud známo*“. [7 s. 64]

Čada dále tvrdí, že v praxi je nejčastěji používána definice uvedená v blokových výjimkách Evropské unie, které se týkají know how. V České republice tuto definici obsahuje Vyhláška Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže č. 199/2001. Know how je dle těchto právních úprav interpretováno jako soubor technických informací, které jsou tajné, podstatné a vhodnou formou identifikovatelné.

Charakteristika „tajné“, že jednotlivé položky know how nejsou úplně všem známé, případně není úplně snadné je získat. Proto je zde možnost si know how opatřit na základě licence, díky čemuž pak můžeme získat výhodu oproti konkurenci.

Termín „podstatné“ vyjadřuje, že know how obsahuje veškeré důležité informace pro dosažení požadovaného výstupu.

Vhodná forma identifikace znamená, že získané postupy jsou popsány a zachyceny tak, aby mohlo dojít k jejich ověření dostupným způsobem pro zjištění splnění podstatnosti a tajnosti. [6 s. 69–71]

V publikaci od Malého jsou uvedeny i jednotlivé oblasti know how v podniku: [17 s. 52–53]

- a) *podnikové know how,*
- b) *manažerské know how,*
- c) *technické know how,*
- d) *marketingové know how,*
- e) *know how v oblasti řízení.*

Nositeli podnikového know how mohou být např. prvky komunikační politiky, návody, manuály, modely, prototypy. Manažerské know how ovlivňuje manažer se svým týmem, může ho určitým způsobem šířit, pokud se přesune do dceřiné společnosti na výpomoc. Technické know how zase ovlivňuje výrobu, jedná se o různé metody kontroly kvality, řízení zásob, vzdělávání aj. V oblasti marketingu se na know how podílejí např. způsoby uvádění výrobků na trh, metody výzkumu trhu, testování výrobků, reklama, podpora prodeje. Know how v oblasti řízení závisí na vrcholovém managementu, předně pak na tom, jaké vrcholový management používá techniky např. v controllingu, hodnocení investic, rozpočtnictví apod.

Dle výše uvedených zjištění goodwill lze charakterizovat jako dobré jméno firmy, které ovlivňuje podnikový úspěch, jeho vývoj a růst. Pokud má podnik vysokou hodnotu goodwillu bude se mu lépe operovat na trhu, při vyjednávání s dodavateli, finančními institucemi a ostatními partnery.

Know how má velmi širokou charakteristiku. Jedná se především o různé poznatky, které podnik získal pomocí testování, výzkumů nebo zkoušek. Může se také jednat o celé technologické postupy, které vedou ke kýženému výsledku, přičemž je tento postup pro jiné subjekty neznámý. Za know how lze označit také využívání znalostí, zkušeností a letité praxe v oblasti prodeje a obchodu, případně i v dalších podnikových oblastech.

### 3 OCEŇOVÁNÍ NEHMOTNÝCH STATKŮ

Následující kapitola popisuje pojem hodnota a přístup k oceňování nehmotných statků. Její další část bude věnována důvodům pro oceňování. Navazovat bude část, která se věnuje jednotlivým specifickým problematikám spojených s oceňováním. Kapitola je ukončena charakteristikou vybraných metod oceňování nehmotných statků.

#### 3.1 Pojem hodnota a obecný přístup oceňování

Před uvedením jednotlivých metod pro oceňování je nutné vysvětlit význam pojmu hodnota. Malý ve svých publikacích hodnotu rozděluje na dvě formy:

- 1.) *užitná hodnota,*
- 2.) *směnná hodnota.*

Užitná hodnota nám charakterizuje schopnost předmětu oceňování uspokojit lidské požadavky. Pokud ji chceme mít vyjádřenou v penězích, tak se nejčastěji určuje jako součet všech budoucích plateb, které budou majiteli statku plynout za jeho poskytnutí. Jelikož je zde i vliv času, může se užitná hodnota různě měnit.

Směnná hodnota nám již představuje cenu poskytovaného statku. Tato cena se pak odvíjí dle nabídky a poptávky na trhu s daným statkem. Určení tržní ceny u nehmotných statků je ale o něco komplikovanější, protože nehmotné statky se vyznačují jedinečností, takže je lze srovnávat jen s podobnými statky. Další úskalí plyne z malé organizace trhu s nehmotným statkem a absencí většího počtu konkurentů na tomto trhu.

Z výše uvedeného plyne, že oceňování nehmotných statků je odlišné od oceňování běžných předmětů. Předně pak záleží na zvolené metodě ocenění, dostupnosti potřebných informací včetně jejich kvality, vhodnosti metody aj. Důležitá je také logika celého postupu oceňování. [17 s. 129–130]

Za obecné (tradiční) přístupy k oceňování nehmotného majetku jsou dle Maříka a kolektivu uvedeny tři následující:

- a) *tržní přístup,*
- b) *výnosový přístup,*
- c) *nákladový přístup.*

První uvedený má základ ve srovnávání jednotlivých znaků nehmotných statků. Lze tedy použít, jen pokud máme odpovídající množství dostupných informací o trhu, na kterém zároveň existuje dostatečné množství podobných předmětů nehmotného charakteru. Aby tato

skutečnost byla dostupná, je nutné mít dostatečně rozvinuté tržní hospodářství včetně rozsáhlé tržní základny daného oboru. Jak již ale bylo uvedeno výše, nehmotné statky vynikají svojí jedinečností, a tak se informace pro tržní přístup získávají velice složitě. Je tomu také pro to, že většina uskutečněných obchodů s nehmotnými statky má rozdílné podmínky. Podobné to je u prodeje celých podnikových subjektů, které obsahují určité nehmotné vlastnictví, a to je součástí celého kontraktu, takže zajistit podrobnější informaci o jeho ocenění je složité.

Výnosový přístup patří mezi nejčastěji používané pro určení ceny nehmotného statku. Tento přístup se skládá z několika variant, z nichž jsou za základní považovány:

- a) *metoda licenční analogie,*
- b) *přírůstek přínosu (míra zisku),*
- c) *předpokládaná ztráta výnosu (zisku),*
- d) *reziduální výnosové metody.*

Licenční analogie spočívá v prodeji, případně postoupení práv k určitému nehmotnému statku prostřednictvím úplatné smlouvy třetí straně. Tato metoda bude dále blíže rozebrána v další části práce.

Druhá uvedená varianta – přírůstek přínosu se uplatňuje hlavně u výrobků, které díky nehmotnému vlastnictví, o které se opírají, mají ve své konečné ceně započítaný vyšší zisk než obdobné výrobky či služby od konkurence. V praxi se tato metoda tak často nevyužívá, jako metoda licenční analogie.

Varianta ztráty výnosu vychází z toho, že vlastník nehmotného statku by mohl přijít o právo uplatňovat řešení, které vychází právě z tohoto statku. Následkem by pak bylo snížení zisků.

Reziduální výnosová metoda pracuje s předpokladem, kdy od celkového dosaženého zisku podniku odečteme výnos, který se pojí k hmotnému majetku. Výsledná částka se pak přiřadí k majetku nehmotnému.

Posledním tradičním přístupem, který slouží k oceňování nehmotného majetku je přístup nákladový. Tento postup se v praxi moc nevyužívá, protože je vhodný zejména pro mladé ochranné známky, kdy tyto známky nemají ještě silné postavení na trhu a zároveň náklady na tvorbu jejich ochrany máme k dispozici, k době ocenění je lze prohlásit na odpovídající cenové úrovni. Zde můžeme vycházet z historických nákladů, které byly skutečně vynaloženy nebo z předpokladu, jakých nákladů by bylo třeba v době ocenění pro získání této ochranné známky vynaložit [19 s. 399–400]



### 3.2 Důvody oceňování nehmotných statků

Následuje výčet několika důvodů, kvůli kterým nehmotné statky oceňujeme. Mařík a kolektiv uvádí např.: [19 s. 398]

- a) *nepeněžitý vklad nehmotného statku do základního kapitálu společnosti,*
- b) *ocenění dle účetních dat,*
- c) *využití nehmotného statku pro zástavu,*
- d) *přeměna společnosti,*
- e) *prodej, případně poskytnutí licence,*
- f) *vypořádání dědictví.*

Forma nepeněžitého vkladu do společnosti musí splňovat určité podmínky. Především musí být vklad přínosem pro další podnikatelskou činnost a musí mít zjiřitelnou hodnotu. Tato hodnota je uvedena ve společenské smlouvě, zakladatelské smlouvě nebo v zakladatelské listině. Pokud se jedná o vklad do akciové společnosti nebo do společnosti s ručením omezeným, tak je pro zjištění hodnoty potřeba nezávislý znalecký posudek.

Podle účetnictví nehmotné statky zaznamenáváme v účtové skupině 01 – Dlouhodobý nehmotný majetek. Ocenění dle účetních dat je problematické v tom, že z účetnictví nelze přesně vyčíst budoucí vývoj tržeb a jiné přínosy dosažené nehmotnými statky. Jako další úskalí zde působí faktor času, protože nehmotný statek může začít ovlivňovat chod podniku hned, kdežto účetní výkazy se sestavují zpravidla jednou do roka. Ocenění pomocí účetnictví je vhodné u malých podniků, které jsou úzce specializovány na určité produkty, protože zde bude menší zkreslování údajů a snadněji se prokazuje změna přes souvztažné účty. Souvztažné účty jsou v tomto případě účty oprávek k nehmotnému majetku a účet 551 – Odpisy.

Další důvod pro ocenění je při použití nehmotného statku jako zástavy. Zastavit lze především ochranné známky a průmyslové vzory. Pro zástavu můžeme použít i technická řešení a užité vzory. Jelikož se jedná o zajištění závazku, musíme zjistit, zda případný prodej přinese smysluplnou náhradu. Ocenění se u tohoto důvodu preferuje podle tržního principu.

Ocenění z důvodu přeměny je důležité provést správně a díky tomu je to také značně komplikované. V případě fúze a rozdělení právní formy a. s. a s. r. o. je nutné provést ocenění dle nezávislého znaleckého posudku. Podle zákona o účetnictví, kde v § 27 je uvedeno, že majetek a závazky se ocení reálnou hodnotou. Pro tuto reálnou hodnotu použijeme tržní

hodnotu, znalecký posudek, případně jiný postup ocenění, pokud nelze zjistit tržní hodnotu nebo znalecký posudek.

Jako další přeměna se jeví likvidace nebo konkurz. I zde je nutné pamatovat na ocenění nehmotného majetku, protože je důležité uspokojit závazky věřitelů. Jinak tomu může být např. u ochranné známky. V případě zániku právní subjektivity majitele zaniká i tato ochranná známka (pokud nebyla před zánikem převedena).

Logický se jeví důvod ocenění při prodeji. Pokud se rozhodneme prodat některý nehmotný statek, je na místě ho správně ohodnotit, aby se nejednalo o ztrátu ať už finanční či jiné podnikatelské výhody. Výsledná částka by měla prodávajícího náležitě uspokojit. V případě poskytnutí licence je důležité znát hodnotu pro stanovení licenčních poplatků.

Poslední uvedený důvod je vypořádání dědictví, kdy se oceňuje nehmotný majetek zůstavitele v obchodní společnosti. [18 s. 7–11]

Jak je uvedeno, důvodů pro oceňování nehmotných statků máme mnoho. Mezi základní důvody lze zařadit ocenění při vkladu do společnosti, abychom správně stanovili podíl vkladatele. Důležité je umět ocenit nehmotný majetek také při přeměnách společnosti, konkurzu a likvidaci, protože správné ocenění při spojení firem nám může zajistit lepší výchozí pozici. Správnost se vyžaduje také při likvidaci, kdy se požaduje co nejvhodnější uspokojení věřitelů. Velmi důležité je správné ocenění v případě prodeje nebo poskytnutí práv k nehmotným statkům formou licence. Při prodeji nám prodejní cena musí kompenzovat to, že se předmětu nehmotné povahy zbavujeme. Pokud jen poskytujeme práva pro užívání např. know how, je zjištění hodnoty důležité pro následné licenční poplatky, které nám ze smlouvy budou plynout.

### **3.3 Specifika spojená s oceňováním nehmotných statků**

Při oceňování je důležité brát na zřetel určitá specifika, která nám vznikají. Malý uvádí několik takových pojmů: [18 s. 11–18]

- a) vztah mezi hodnotou nehmotného statku a časem,*
- b) rizika oceňování,*
- c) podíl nehmotného majetku na produkci,*
- d) náklady na průmyslově právní ochranu.*

Vztah hodnoty a času záleží na povaze nehmotného statku. Pokud se jedná o technické řešení, tak to zpravidla postupem času zastarává. Opačná situace nastává u ochranných

známek, kdy tyto předměty průmyslového vlastnictví zase na hodnotě postupem času získávají. Musí se samozřejmě jednat o prosperující a rostoucí podnik.

Rizika spojená s oceňováním se dotýkají především výnosových metod, které berou v úvahu budoucí vývoj nehmotného statku. Zde se za riziko považuje jiný vývoj oceňovaného aktiva v budoucnu, než jaký byl předpokládán při jeho oceňování. Konkrétněji se může jednat o riziko finančního rázu, průmyslově právní riziko, kdy nám může hrozit ztráta práva k nehmotnému statku. Za faktor, který ovlivňuje výši rizika, můžeme označit ucelenost výroby podniku, případně počet ochranných známek.

Míru rizika lze také stanovit pomocí míry kapitalizace nebo stanovením různých variant, které mohou nastat dle určité pravděpodobnosti. Pro oceňování použijeme zákon č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku. S tímto zákonem se pojí Vyhláška č. 345/2015 Sb., kde v příloze č. 22 nalezneme výši míry kapitalizace. Současně činí 12 % [29]. Jelikož máme mnoho druhů nehmotných statků, tak je zákonné stanovení pohodlné, leč málokdy přesné. Správnější je proto postupovat dle tržního přístupu k ocenění, kde nejsme zákonem o oceňování majetku vázáni a riziko lze stanovit přesněji.

Podíl nehmotného majetku na produkci se týká především technických řešení. Zde jsou důležité přesné ekonomické údaje, které se nejvíce týkají předmětu ocenění. Údaje za danou divizi se totiž netýkají jen konkrétního statku, který oceňujeme, protože se zde vytváří i plno jiných produktů a docházelo by ke zkreslení. Pro zjištění požadovaného nebo alespoň přibližného podílu lze využít výpočet (pokud máme k dispozici potřebná data). Další možný způsob je kvalifikovaný odhad.

V případě ochranných známek je situace jednodušší, protože obchodní společnosti zaštiťují svoji celkovou produkci zboží či služeb většinou pod jedinou známkou. Větší firmy pak mají zpravidla ochranné známky na jednotlivé výroby, takže problém se zjištěním podílu také není složitý jako u technického řešení.

Poslední uvedenou problematikou, která je spojená s oceňováním nehmotného majetku, jsou náklady na průmyslově právní ochranu. Výše těchto nákladů je oproti ceně konkrétního předmětu nehmotné povahy většinou nepatrná. Těmito náklady chápeme poplatky na zápis u patentového úřadu a následné udržovací poplatky, jiná forma nákladů pak může být představena reklamní podporou (např. značky) aj. [18 s. 11–18]

### 3.4 Konkrétní metody oceňování nehmotných statků

Odborná literatura uvádí tři základní metodiky, které lze použít pro ocenění nehmotných statků. Jedná se o následující:

- a) *srovnávací,*
- b) *nákladová,*
- c) *výnosová.*

Dále budou jednotlivé metodiky blíže charakterizovány.

#### 3.4.1 Srovnávací metoda

Tento způsob má dobrou vypovídací hodnotu, protože pro ocenění využívá trh, na kterém se podobné statky obchodují. Abychom tuto metodu mohli použít je potřeba mít k dispozici daný trh, dostatečný počet obchodovaných statků na tomto trhu a dostupnost potřebných informací. Postup této metody sestává z několika kroků: [17 s. 131]

- 1.) *nalezení vhodného trhu,*
- 2.) *získání veškerých dostupných informací o transakcích s porovnatelným statkem,*
- 3.) *analýza a kontrola aktuálnosti získaných informací,*
- 4.) *výběr srovnávaných jednotek a jejich analýza,*
- 5.) *porovnání vybraných jednotek s oceňovaným statkem dle určitých znaků,*
- 6.) *shrnutí získaných údajů do jednoho údaje či do určitého rozpětí.*

K bodu číslo pět se vztahují porovnávací kritéria, kterými jsou: [18 s. 57]

- *ekonomická charakteristika statku,*
- *technologické vlastnosti,*
- *funkční vlastnosti,*
- *odvětví ekonomiky,*
- *ekonomické podmínky na konkrétním trhu,*
- *působnost nadstandardních finančních podmínek transakce.*

Výhodou této metody je, že je používána v tržním prostředí daného nehmotného statku. Bohužel může být i nevýhodná, pokud potřebujeme ocenit nehmotný statek, který je svojí podstatou jedinečný. V tomto případě jen těžko nalezneme vhodný trh, který by nám pro srovnání s jiným předmětem nehmotné povahy posloužil.

### 3.4.2 Nákladové metody

Jak již bylo uvedeno výše u nákladového přístupu k oceňování, jedná se v praxi o nejméně používané metody. Existují dva druhy a to metoda vycházející z reprodukční ceny a metoda spočívající v přecenění historických nákladů.

Metoda reprodukční ceny pracuje s náklady, které by byly potřebné na získání předmětu oceňování, který by byl stejně užitečný. Jedná se o nejvyšší cenu, která by byla kupujícím zaplacená. Postup je takový, že v první řadě se určí cena přesné vytvořené kopie předmětu ocenění, kdy tato kopie je zcela nová a nepoužitá. Následně odečteme veškeré náklady spojené s opotřebením nehmotného statku. Metoda nepracuje s budoucími přínosy. Pro její provedení je také potřebná důkladná analýza oceňovaného statku.

Druhou nákladovou metodou je metoda založená na transformaci historických nákladů. Princip spočívá v přepočtu nákladů vynaložených na nehmotný statek v minulosti do současných cen. Jako příklad lze uvést náklady na výzkum a vývoj, udržovací poplatky, registraci aj. Přepočet pak lze uskutečnit pomocí inflačních koeficientů. [17 s. 132]

### 3.4.3 Výnosové metody

Pomocí výnosových metod se nehmotný majetek v praxi oceňuje nejčastěji. Je tomu dáno také tím, že jsou teoreticky považovány za nejvhodnější. Následuje výčet vybraných výnosových metod, které budou blíže charakterizovány:

- a) *oceňování nehmotného majetku dle zákona č. 151/1997 Sb.,*
- b) *metoda licenční analogie,*
- c) *čistá současná hodnota – diskontované cash-flow.*

U prvního uvedeného způsobu ocenění lze vycházet z uvedeného zákona, ve kterém je nehmotný majetek označen jako majetkové právo. Dále je v tomto zákoně také stanoven způsob pro zjištění ročního výnosu a počtu let pro výnosové ocenění.

*„Majetková práva, která jsou obsahem průmyslových práv a práv na označení nebo vyplývající z jejich užití, a výrobně technické a obchodní poznatky (know how), majetková práva, která jsou obsahem práv souvisejících s právem autorských, s výjimkou práv výkonných umělců, a majetková práva pořizovatele databáze, se oceňují výnosovým způsobem, a to jako součet diskontovaných budoucích ročních čistých výnosů vyplývajících z užívání těchto práv ode dne ocenění. Způsob diskontování stanoví vyhláška.“ [31]*

Dále je třeba znát roční čistý výnos, který můžeme zjistit dvěma způsoby: [19 s. 401–402]

- a) ze smlouvy o užívání práva (např. licenční smlouva) platné v den ocenění,
- b) dle skutečnosti za poslední kalendářní rok užívání v období pěti let předcházejících roku ocenění, použije se v případě, kdy nelze použít první možnost.

Jako poslední je nutné znát počet let užívání, který se stanoví:

- a) z uzavřené smlouvy, nejvýš ale dle výše uvedené v b), c) nebo d),
- b) pět let u průmyslových práv a výrobně technických a obchodních poznatků, deset let u práv na označení v případě, že nelze určit počet let dle a),
- c) zbývající počet let do ukončení padesátileté doby trvání u práv souvisejících s právem autorským, uplatní se, nelze-li stanovit dle a) a b),
- d) zbývající počet let do ukončení patnáctileté doby trvání u práv pořizovatele databáze, pokud nelze zjistit počet let dle a), b) nebo c).

Po zajištění potřebných údajů již můžeme přistoupit k samotnému výpočtu, kterého dosáhneme pomocí vztahu:

$$C_V = \sum_{j=1}^n \frac{Z_j}{\left(1 + \frac{p}{100}\right)^j} \quad (1)$$

Kde:

$C_V$  = cena majetkového práva zjištěná výnosovým způsobem,

$Z_j$  = roční čistý výnos užívání práva v letech, po které bude právo užíváno

$p$  = míra kapitalizace v procentech pro majetková práva uvedená v příloze č. 22 Vyhlášky č. 345/2015 Sb.,

$j$  = pořadové číslo roku, ve kterém bude právo užíváno

$n$  = počet let, po které bude právo užíváno

Tento způsob oceňování je považován za univerzální a jednoduchý nicméně zjištění tržní hodnoty daného nehmotného statku může být zkreslené. Je tomu dáno tím, že neuvažuje povahu nehmotného statku a jejich rozdílnost.

Další varianta, která slouží pro ocenění je metoda licenční analogie. Tato metodika vychází z toho, že hodnota nehmotného statku je rovna ceně, které bychom s největší pravděpodobností na trhu docílili za akceptování s používáním shodného nebo podobného řešení, případně za jeho převod. K využívání nehmotných statků je nutné mít právo, které se

poskytuje na základě licenční smlouvy a je hrazeno formou licenčních poplatků. Tento způsob obchodování s nehmotným majetkem je již léta v praxi používán, a tím pádem je takový trh stabilní a pro stanovení ceny vhodný.

Pro ocenění konkrétního nehmotného statku lze použít vztah: [19 s. 402–404]

$$HV = RV * LP * KZ * KK * PM, \quad (2)$$

Kde:

HV = roční ocenění nehmotného majetku,

RV = roční rozsah výroby ve finančním vyjádření

LP = licenční poplatek

KZ = koeficient zastarání, případně koeficient zhodnocení

KK = koeficient míry kapitalizace

PM = podíl nehmotného majetku na výrobě

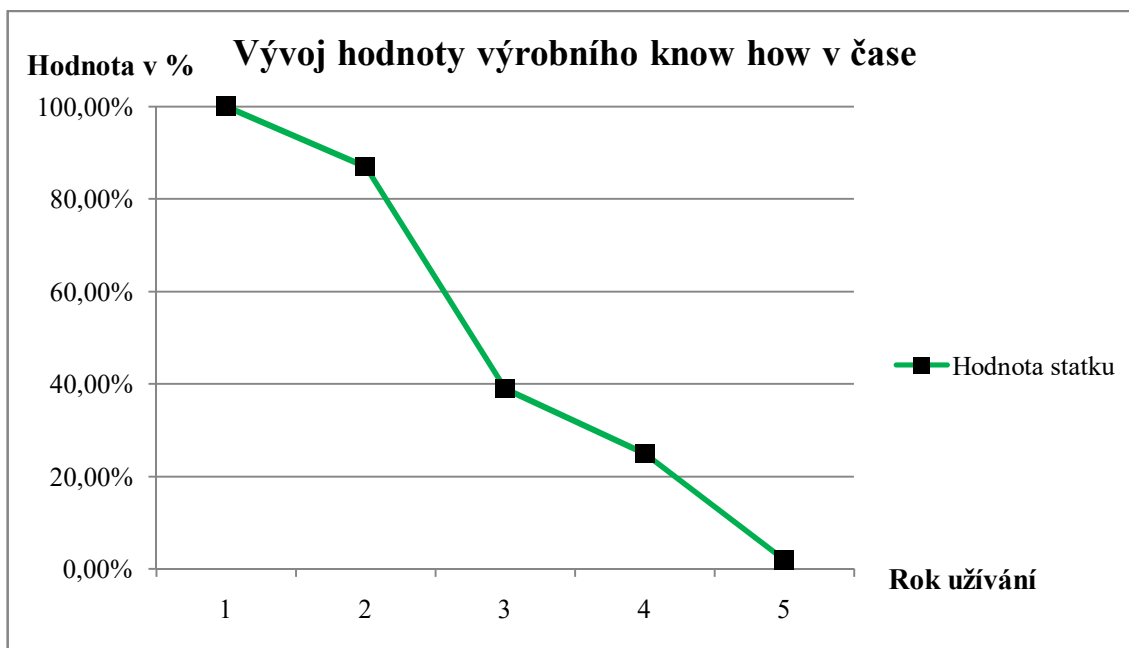
Tato metoda je v praxi považována za nejlépe aplikovatelnou. Její výhodnost lze přikládat tomu, že se opírá o údaje z tržního prostředí práv k užívání nehmotných statků. Jako další zde stručně budou popsány jednotlivé složky potřebné pro výpočet touto metodou.

Roční rozsah výroby ve finančním vyjádření představuje základ pro ohodnocení v rámci výnosových metod. Jako příklad lze uvést roční rozsah prodeje. Proto se jedná o reálnou metodu, jelikož se vychází z dosažených tržeb. Podmínkou ale je vyvážený trh v daném odvětví. Dobré je použít pro ohodnocení nejaktuálnější účetní údaje.

Licenční poplatek se stanovuje v procentech a měl by být snadno zdůvodnitelný a přiměřený, počítá se z konečné prodejní ceny výrobku nebo služby. Dle různých autorů je průměrná výše licenčního poplatku 35 %. Při nechráněných technických řešeních, což může být know how, se výše tohoto poplatku nachází v rozpětí od 35 % do 70 %.

Koeficient zastarání se liší dle druhu nehmotného statku. Statek typu know how nebo obchodní tajemství zpravidla časem zastarává, protože se neustále daří objevovat nové postupy a poznatky. Při ohodnocování těchto dvou statků se musí vycházet z toho, jak dlouho je budeme v praxi užívat, jinak řečeno, jak dlouho nám z nich bude plynout výhoda. Lze vyjádřit roční procentuální ztrátou hodnoty. [7 s. 222–224]

Dále uvedené grafické znázornění slouží pro představu vývoje hodnoty výrobního know how v čase:



**Obrázek 2: Vývoj hodnoty výrobního know how v čase**

*Zdroj: upraveno dle [17 s. 135]*

Z vývoje křivky je patrné, že hodnota nehmotného statku s postupem času klesá. Opačná tendence, tedy růst, zpravidla bývá u ochranné známky, kdy ta svoji hodnotu zpravidla navyšuje. Růst ochranné známky je ale podmíněn úspěšností firmy.

S koeficientem zastarávání se pojí také pojem životnost, který se pro určení zastarávání rovněž uplatňuje. Životnost může dle Svačiny nabývat různých termínů jako právní, smluvní, firemní, fyzickou, analytickou a ekonomickou. Například právní životnost je určena délkou ochrany průmyslového práva (např. patent má právní ochranu 20 let), smluvní zase vyplývá s uzavřené délkou užívání nehmotného aktiva v licenční smlouvě, ekonomická je vymezena ziskovostí produktu, který má v sobě oceňované nehmotné aktivum apod. [21 s. 121]

Koeficient míry kapitalizace je v této metodě uvedený kvůli tomu, že cena peněz se v čase mění a je tedy nutné budoucí částky odúročit na současnou hodnotu. K tomu nám slouží diskontní sazba, navíc jsou ve výpočtu zahrnuta i jiná rizika týkající se ohodnocení. Diskontní sazbu vyhláší také Česká národní banka. Pro určení koeficientu kapitalizace máme následující vztah:

$$KK = \frac{1}{(1 + d)^t} \quad (3)$$



Kde:

KK = koeficient kapitalizace

d = míra kapitalizace (lze také diskontní míra, kterou vyhláší ČNB)

t = po sobě jdoucí roční období, ve kterých se zjišťuje hodnota

Poslední nutný ukazatel pro zjištění hodnoty nehmotného statku je určený dle jeho podílu na celkovém hospodářském výsledku. Tento podíl je důležitý, protože se díky němu dosáhne reálného ocenění. Zjištěný podíl nehmotného statku se většinou vyjadřuje v procentní sazbě. [7 s. 225–227]

Třetí uvedená výnosová metoda se týká diskontovaného cash-flow. Jedná se v podstatě o vyčíslení budoucích příjmů z nehmotného statku, které očistíme o výdaje a výslednou částku upravíme na čistou současnou hodnotu. Je tomu tak, protože hodnota peněz v čase je proměnlivá. Pro stanovení čisté současné hodnoty se používá následující vztah: [18 s. 40]

$$\check{C}SH = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \quad (4)$$

Kde:

ČSH = čistá současná hodnota

CF<sub>t</sub> = peněžní toky v letech

n = doba užívání

r = diskontní úroková míra

Tento ukazatel může sloužit k porovnávání mezi jednotlivými nehmotnými statky, kdy se rozhodujeme na základě výchozí hodnoty. Volíme ten, kde čistá současná hodnota vyjde vyšší. Lze použít také pro výpočet u jednotlivého statku. Pokud výsledek nabývá kladných hodnot, je nehmotný statek využitelný.

## 4 PŘEDSTAVENÍ PODNIKU A NEHMOTNÉHO STATKU

Tato kapitola obsahuje charakteristiku vybrané společnosti a bližší popis know how, které je v této firmě nově zavedeno kvůli zvýšení prodeje zboží. Pro spolupráci byla zvolena a oslovena společnost INGEMO, s. r. o. Její jednatel projevil zájem o ocenění nově zavedeného know how v oblasti prodeje, díky kterému došlo k navýšení dosavadních tržeb v předmětu podnikání. Výsledné ocenění bude mít pro vlastníka firmy zatím jen informativní charakter, kterého může využít pro nová rozhodnutí vedoucích k zlepšování, pro schůzky se svými klienty, případně pro navázání nových kontaktů z daného tržního prostředí apod.

### 4.1 Společnost INGEMO, s. r. o.

Firma vznikla zápisem do obchodního rejstříku dne 30. července 1999. Jedná se o obchodní firmu, právní forma s ručením omezeným. Sídlo firmy se nachází ve městě Zábřeh. Základní kapitál společnosti byl splacený ke dni zápisu a činil 100 000 Kč. U založení byli dva společníci, kdy jeden vlastní většinový podíl ve výši 60 000 Kč a druhý společník zbytkový podíl ve výši 40 000 Kč. Způsob jednání za společnost (statutární orgán) jsou dva jednatele. Jednatel jedná jménem společnosti samostatně. [14]

Firma INGEMO, s. r. o. provozuje následující živnosti: [15]

- a) zámečnictví, nástrojařství – ohlašovací řemeslná,
- b) výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona – ohlašovací volná.

Vznik oprávnění první živnosti se vztahuje ke dni založení, tedy k 30. červenci 1997.

Druhá živnost, která má také stejné datum vzniku, obsahuje následující činnosti:

- výroba ocelových konstrukcí, montáž, údržba a opravy technologických zařízení,
- zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a služeb,
- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej.

Firma se tedy orientuje na průmyslové odvětví, ze kterého má hlavní zdroj příjmů. Vedle toho se také zabývá nákupem a prodejem zboží, které lze v této firmě chápat jako podpůrnou činnost.

## 4.2 Oceňované know how

Jak je výše uvedeno, společnost INGEMO, s. r. o. se zabývá také nákupem zboží za účelem jeho dalšího prodeje. Jedná se především o předměty sběratelské hodnoty a starožitnosti. Zaměření na obchodování s těmito předměty je zde také z toho důvodu, že jednatel měl před založením nynější firmy kamenný obchod s tímto druhem sortimentu. Tato oblast slouží spíše k podpoře celkového ekonomického výsledku podniku. Jelikož tato firma zatím nemá vlastní webové stránky, na kterých by mohla nabízet zboží určené pro prodej, vyvstal zde problém, který spočíval v hromadění zboží na skladech. Tržby se snižovaly z toho důvodu, že zboží bylo nabízeno jen v kamenném obchodě, případně pomocí stánkového prodeje, který ale byl realizován velmi zřídka. Proto bylo rozhodnuto, že se musí část prodeje přesunout na internet, k čemuž bude sloužit know how na tento způsob prodeje. Dle nové právní legislativy není povinné, aby druh této licenční smlouvy byl písemný. Z toho důvodu je zatím uzavřena jen ústní forma mezi nabyvatelem a poskytovatelem. Licenční poplatek byl dle prozatímní ústní dohody stanoven ve výši 15 % z prodejní ceny zboží.

Dle dostupných informací o konkurenci v tomto tržním prostředí se v blízkém okolí nenachází téměř žádný výrazný konkurent, který by realizoval podobné know how při internetovém prodeji. Jediná menší konkurence se sice snaží své zboží také nabízet formou internetových aukcí, ale vzhledem k jejich vysokým cenám není o jejich sortiment výrazný zájem. Další nedostatek této konkurence je forma nabídky, která postrádá kvalitnější prezentaci nabízeného zboží. V kvalitě nabízených předmětů tento konkurent též mírně zaostává. Díky tomu může nabyvatel počítat s dosažením vyšších prodejů.

V dnešní moderní době se podnik, který chce zvyšovat své tržby, bez prezentace svého zboží na internetu neobejde. Z tohoto důvodu bylo zvoleno zavedení know how na prodej tohoto druhu zboží přes webový aukční portál [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz). Tento způsob prodeje přináší také celou řadu výhod. Za významné pozitivum lze považovat, že oproti kamenným aukčním domům je zde výrazně menší čekací doba na prodej předmětu a příjem peněz (**tato skutečnost tedy zajišťuje vyšší likviditu**). Jako další kladná vlastnost je, že díky globalizaci je toto tržní prostředí dostupné téměř po celém světě a roste tedy pravděpodobnost prodeje díky vyššímu počtu potenciálních zákazníků.

Know how je v podniku zavedeno zatím krátkou dobu (od října 2015; tedy půl roku), nicméně po dosavadním zvýšení prodejů a tržeb se podnik rozhodl pro zjištění hodnoty know how pomocí jeho ocenění. Výsledná hodnota pro něj bude zatím jen informativní. Následuje schéma procesu uplatňovaného know how:



Obrázek 3: Schéma procesu používaného know how prodejce

*Zdroj: zpracování vlastní*

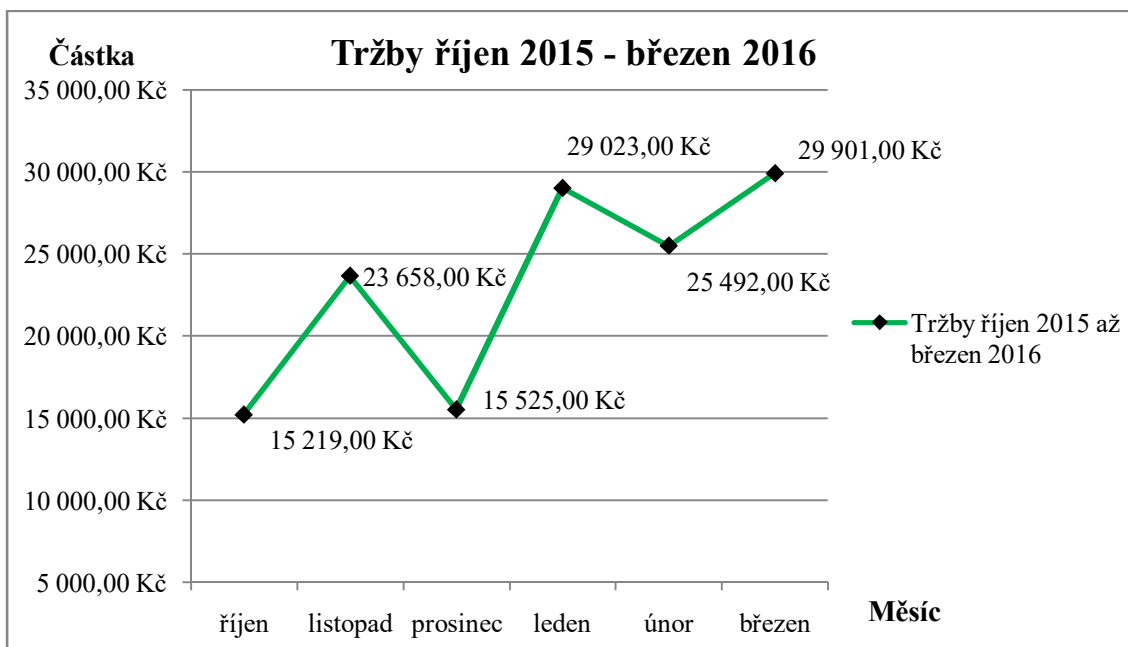
Uvedené schéma pomáhá nastínit jednotlivé kroky prodejního procesu, ve kterých je zahrnuto využívané know how. Dílčí stupně procesu jsou vysvětleny podrobněji v následující části.

#### 4.2.1 Výběr zboží z dostupného sortimentu

Zavedené know how se vyznačuje určitými vlastnostmi. Jedná se především o zkušenosti a znalosti poskytovatele, který se v tomto oboru sběratelských předmětů a starožitností pohybuje posledních deset let. Z této skutečnosti vyplývá i znalost současných trendů na trhu s tímto zbožím, především pak, které předměty jsou poptávané více a které naopak velmi málo. Díky tomu lze při výběru zboží určenému k prodeji předběžně zajistit vyšší prodejnost současně s vyšší úsporou nákladů, které se pojí s vystavováním předmětů (nelze vystavovat vše). Dosahuje se také vyšších tržeb, s čímž souvisí větší příliv peněz do podniku. Uvedené znalosti a zkušenosti pomáhají také k omezování akumulovaných zásob zboží. Další výhodou

spočívá v neustálém zvyšování stávajících znalostí a zkušeností jak poskytovatele, tak i nabyvatele know how. Jako příklad lze uvést prodej za vyšší cenu, než která byla požadována v kamenné prodejně apod.

Pro dosavadní vývoje měsíčních tržeb dosažených pomocí zavedeného know how od počátku jeho užívání do současnosti slouží následující graf.

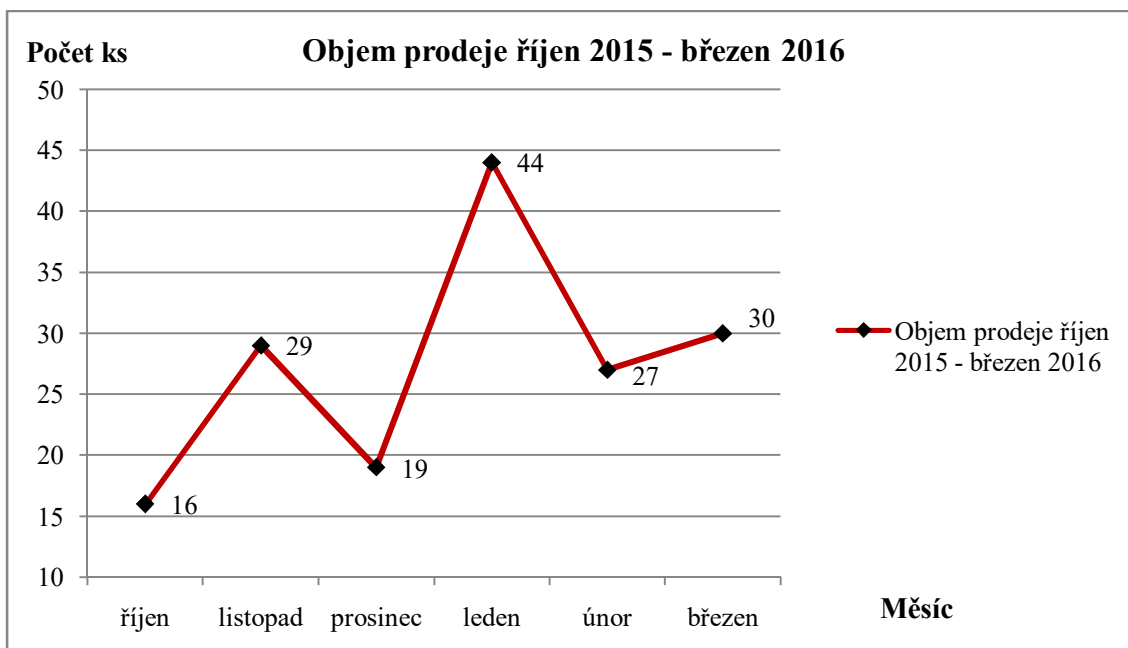


**Obrázek 4: Grafické znázornění měsíčního vývoje tržeb po zavedení know how prodeje**

*Zdroj: zpracování vlastní*

Po zavedení know how na prodejní činnost bylo v prvním měsíci dosaženo slušného výsledku, který činil 15 219 Kč. Následující měsíc se dařilo ještě lépe, kdy tržby překonaly již 20 000 Kč. Tomuto jevu lze určitě přisoudit předvánoční nákupy. Naopak v samotném prosinci tržby poklesly téměř na výchozí úroveň měsíce října, činily 15 525 Kč. Tento vývoj lze přisoudit tomu, že se lidé již obávají nákupu přes internet, kdy v hektickém předvánočním čase hrozí opoždění dodání. Nicméně začátek roku 2016 přinesl výrazný růst tržeb a až do současného období se daří příjmy z prodejů udržovat v rozmezí od 25 000 Kč do 30 000 Kč.

Další faktor, který veškeré zachycené tržby samozřejmě nejvíce ovlivňuje je počet kusů prodaného zboží. Objem prodejů nám zachycuje další grafické znázornění.



**Obrázek 5: Grafické znázornění objemu prodeje ve sledovaném období v kusech**

*Zdroj: zpracování vlastní*

Podle uvedeného grafu můžeme tvrdit, že počáteční vývoj prodejů v prvních třech měsících koresponduje s vývojem tržeb. Objemový prodej souhlasí i s lednovým nárůstem u příjmů z prodeje. Jako další jev je patrné, že ačkoliv je objem uzavřených obchodů v měsíci únoru a březnu podobný tomu v listopadu, tak tržby za únor a březen jsou vyšší, než dosažené příjmy v listopadu. Z toho můžeme předpokládat menší zlepšení užívaného know how.

#### **4.2.2 Kontrola a zjištění fyzických vlastností zboží**

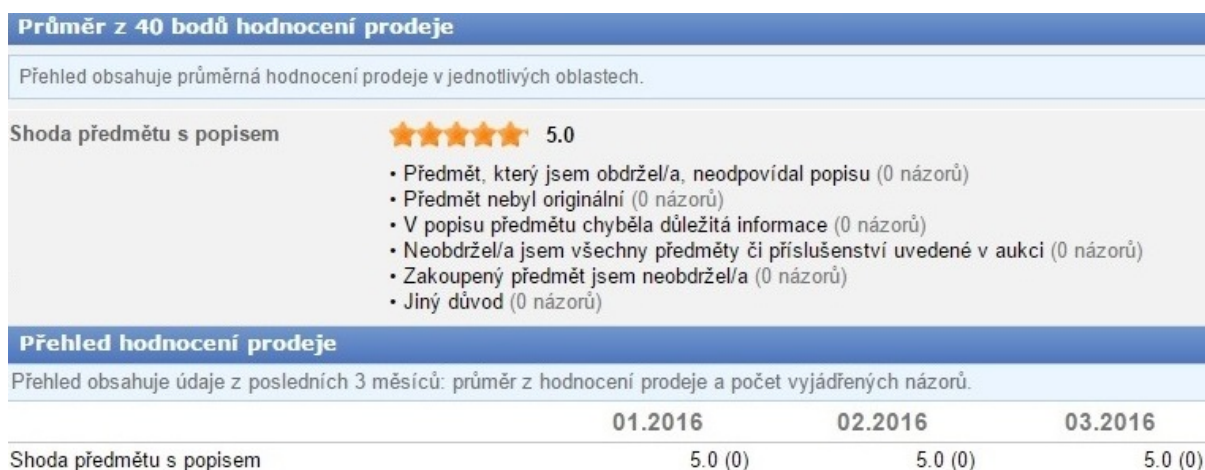
Po vybrání sortimentu, který je vhodný pro prodej následuje jeho kontrola kvality a zjištění dalších parametrů. Tento krok je důležitý, protože ovlivňuje další postup.

Vzhledem k tomu, že se firma snaží realizovat prodej sběratelských předmětů a starožitností, je nutno brát důraz na přezkoumání jejich zachovalosti. Tento faktor je jedním z nejdůležitějších znaků předmětu a výrazně ovlivňuje jeho konečnou cenu. Pokud by se snad stalo, že dojde k přehlédnutí nějaké vady, která výrazně ovlivňuje vlastnost zboží, tak by nastala reklamace a s tím spojené náklady na vyřízení. Proto je třeba se těmito nedostatky vyvarovat.

Další důležitá informace často bývá velikost nabízeného předmětu. Je tomu hlavně z toho důvodu, že u sběratelských předmětů existují různé série, které se rozlišují rozměry. Jako příklad můžeme uvést sběratelský předmět – zvonek, kdy je nutné zjistit jeho výšku a průměr spodní části, nejčastěji v centimetrech. Jiným aspektem může být váha předmětu.

Tyto uvedené vlastnosti lze označit jako za hlavní při rozhodování kupujícího o koupi předmětu. Firmě zase slouží ke stanovení přepravních nákladů a zajištění obalového materiálu.

Že se v podniku daří tento krok plnit kvalitně a úspěšně nám dokazuje následující grafický ukazatel, který je dostupný v prodejním účtu:



**Obrázek 6: Zákaznické hodnocení shody předmětu s popisem**

*Zdroj: upraveno dle [3]*

Průměr z čtyřiceti bodů hodnocení prodeje zde znázorňuje shodu předmětu s popisem z těchto uskutečněných transakcí. Jak lze vidět, zatím nebyla obdržena žádná stížnost ani připomínka k prodanému zboží. Z toho můžeme vyvodit, že údaje o předmětech jsou ve firmě zjišťovány a evidovány pečlivě.

Spodní část obrázku představuje shodu předmětu s popisem dle průměrného hodnocení za poslední tři kalendářní měsíce. Zde také nenastala žádná komplikace.

### 4.2.3 Pořízení fotografií zboží a jejich úprava

Jedná se o třetí krok v procesu, ve kterém je nejdůležitější zajistit co nejkvalitnější vizuální prezentaci nabízeného předmětu. Kvalitní fotografie zákazníka může zaujmout, má i určitou vypovídací hodnotu o schopnostech prodávajícího. Z toho důvodu není potřeba jen zajistit vhodné místo, kde se bude předmět fotografovat, nýbrž často je třeba brát v úvahu i čas, kdy je denní světlo nejlepší. Na tuto skutečnost je třeba dávat pozor v zimním čase, kdy jsou dny krátké a světla se moc nedostává.

Jelikož je počet fotografií na aukčním portálu omezený (lze nahrát maximálně osm obrázků) je tedy nutné pořídit takové fotografie, které zachytí co největší část předmětu z různých úhlů. Pokud zboží nese již nějaké stopy opotřebování nebo vady, což je u tohoto

druhu sortimentu běžné, pak je důležité zachytit na fotografii i je. Zákazník tak má představu, jak je poškození vážné, případně zda je možné vadu opravit. Tyto informace většinou nestačí jen uvést v charakteristice zboží, může se totiž stát, že je potenciální kupující v popisu předmětu přehlédne. Kvalitnější fotografie zachycující i vady pak slouží k lepšímu kupnímu rozhodnutí.

Jiný detailní problém spočívá zase v barvě předmětů, což ovlivňuje volbu pozadí a také denní dobu, kdy je nejlepší zboží zdokumentovat. Jako nejlepší se zatím osvědčil bílý podklad i pozadí. U tmavších předmětů je leckdy nutné použít blesk, což ale může způsobit nepříjemný odraz (pokud je plocha lesklá). Z těchto důvodů je nejlepší doba pro pořizování fotografií takovýchto předmětů ve dne.

Po pořízení fotografií nastává jejich úprava. Jako nejjednodušší pro práci s pořízenými fotografiemi se osvědčil program ze sady Microsoft Office 2010 – Picture Manager. Jedná se o lehce ovladatelný, pohodlný a kvalitní nástroj, který šetří čas. Fotografie se v tomto editoru jednoduše upravují, není třeba znát složité postupy a úpravy, které často bývají v jiných podobných editorech.

#### **4.2.4 Umístění a popis zboží v nejvhodnější kategorii**

Oceňované know how nespočívá jen ve znalostech a zkušenostech s daným odvětvím trhu. Jedná se také o zručnou a rychlou orientaci v jednotlivých kategoriích pro umístění zboží. Zde je nutné vědět, jaký předmět a do jaké kategorie umístit. Záleží na tom z toho důvodu, že některé kategorie jsou sledovány zájemci často, jiné zase ne. Správný výběr vhodné kategorie pro daný předmět znamená vyšší počet potenciálních kupujících, kteří zboží vidí, což všeobecně zvyšuje šanci na prodejnost.

Nejčastěji, při samotném vystavování zboží je vzhledem k povaze sortimentu volena kategorie „Sběratelství a umění“. Tato velká kategorie se dále člení na kategorie „Sběratelství“ a kategorie „Starožitnosti a umění“. Pro lepší představu o jednotlivých kategoriích je zde uveden následující obrázek:



## Sběratelství

Numismatika  
Vojenské  
Filatelie  
Modelářství  
Pohlednice  
Faleristika  
Bankovky  
Zkameněliny a minerály  
Nápojový průmysl

## Starožitnosti a umění

Starožitnosti  
Nábytek  
Hodiny, hodinky  
Umění  
Porcelán  
Antikvariát

Obrázek 7: Jednotlivé kategorie v sekci Sběratelství a umění

*Zdroj: upraveno dle [2]*

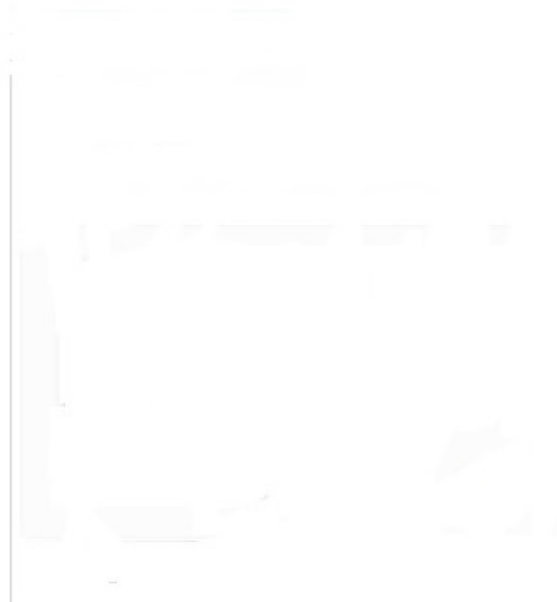
Obrázek znázorňuje jen základní členění oblastí čítající patnáct kategorií, které jsou pro vystavení zboží dostupné. Po otevření každé kategorie se nám ale nabídne další široká škála možností, kam nabízený předmět umístit. Příklad ilustruje dále uvedený obrázek:

# Nápojový průmysl

Aukro - Sběratelství a Umění - Sběratelství - Nápojový průmysl

## kategorie

Čaj (176)  
Káva (52)  
Likéry (461)  
Mléko (10)  
Pivo (7429)  
Soda, limo (314)  
Účelové známky (1)  
Víno (142)  
Ostatní nápoje (64)



Obrázek 8: Příklad rozdělení konkrétní kategorie nabízeného sortimentu

*Zdroj: upraveno dle [1]*

Jak lze na obrázku vidět, po otevření jedné z hlavních kategorií se nám nabízí dalších devět možností, kam zboží umístit. Nyní už je ale rozhodování snazší, protože se jedná o blíže

specifikované oblasti. Díky zkušenostem s prodeji je již známo, co která kategorie obsahuje. Vystavení zboží tak lze provést efektivně a rychle oproti subjektu, který není do dané problematiky zasvěcený.

Součástí tohoto kroku procesu je také popis zboží. Hlavní je zde titulek uvedený u aukce. Tento název by měl být také výstižný a měl by svým vypovídacím způsobem potenciálního kupujícího přitáhnout, aby aukci navštívil a předmět si prohlédl detailněji. K zvýraznění titulku slouží různé nástroje, které aukční portál nabízí, bohužel tyto vylepšení jsou již zpoplatněny. Z toho důvodu je na místě snaha tvořit názvy aukcí chytře a úsporně.

Pokud se zákazník rozhodne aukci navštívit, bude si jistě chtít přečíst charakteristiku nabízeného zboží. Tento popis vychází z druhého kroku celého prodejního procesu, ve kterém jsou zajišťovány podrobné informace ke každému předmětu. Důležité charakteristiky nabízeného zboží již lze v popisu různě zvýraznit (barevně, větší písmo, podtržení apod.). Navíc, pokud je potřeba k nějakému předmětu mít více fotografií, přičemž je zde podmínka omezení povoleného počtu osmi obrázků, lze k popisku předmětu přidat i odkaz na externí úložiště, kde jsou k dispozici další fotky. Do uvedeného popisu je také dobré vložit informaci, co vše zahrnují náklady na přepravu, což může být např. obalový materiál. Kupující tak má transparentnější informaci, co všechno náklady na přepravu zahrnují.

#### **4.2.5 Určení počáteční ceny, nákladů přepravy a délky vystavení**

V pátém kroku je tvořeno rozhodnutí, jaká bude stanovena počáteční cena předmětu, jaké budou náklady na přepravu zboží a jak dlouho bude předmět vystavený.

Počáteční cena předmětu, který se vystavuje, závisí čistě na vystavovateli. Samozřejmě je nutné určit cenu v rozumných mezích. Cena, kterou firma stanoví je vyhovující minimum, za které je ochotna prodat. Navíc je zde výhoda, že cena není v rámci aukce pevná (oproti běžnému prodeji v kamenné provozovně). Z této skutečnosti pak při využívání popisovaného know how plyne zjištění, že se omezuje riziko ztráty. Existuje tedy možnost, že buď se předmět prodá za stanovenou cenu, nebo se může stát, že stanovená částka má možnost díky dostupnosti pro širokou klientelu sběratelů ještě mírně, v některých případech i výrazně vzrůst.

Stanovená počáteční cena dále také ovlivňuje návštěvnost sortimentu, který je v nabídce podniku. Na webovém aukčním portálu, který se pro prodej využívá, jsou populární nabídky předmětů, jejichž počáteční cena začíná na 1 Kč. Dle dosavadních zkušeností poskytovatele s touto počáteční cenou lze tvrdit, že tato cena působí na kupující pozitivně a přiláká i více

návštěvníků. Na základě dosavadních pozorování lze pak tvrdit, že u prodejů, které začínaly na 1 Kč, bylo dosaženo vyšších konečných částek než u předmětů stejné povahy, které měly určenou vysokou počáteční cenu (což mnohdy byla i reálná cena, ale k prodeji nedošlo). Nicméně po dohodě podniku užívající popisované know how s poskytovatelem bylo stanoveno, že počáteční cena nebude začínat na 1 Kč téměř u žádného vybraného předmětu. Startovní cena se tedy ve většině případů určuje na základě zkušeností s prodejem daného sortimentu. Pokud dojde k problému, jakou částku stanovit, lze využít vyhledávání podobného druhu zboží v ukončených nabídkách, díky čemuž se může podnik následně rozhodnout. Výjimka byla určena jen pro zboží z oboru numismatika (věda zabývající se mincemi, medailemi, účelovými známkami aj.). V této sběratelské oblasti je v posledních letech zaznamenám vzrůstající trend poptávky, tudíž lze na základě nízké počáteční ceny očekávat její výrazný nárůst, což se ve většině dosavadních případů potvrdilo. Z toho také plyne, že riziko ztráty vlivem stanovení nízké počáteční ceny je zde téměř nulové.

V návaznosti na počáteční cenu předmětu je nutné určit částku, která vyjadřuje přepravní náklady. Náklady na přepravu se odvíjejí do fyzických vlastností každého předmětu. Není totiž nabízeno jednotvárné zboží, ale každý předmět je jinak specifický. Ať už se jedná o rozměry nebo váhu. Nejčastěji se pro zasílání prodaného zboží využívá podnik Česká pošta. Pro přesné stanovení ceny dopravy pak firmě slouží kalkulátor zásilek, který je dostupný na webu [www.ceskaposta.cz](http://www.ceskaposta.cz). Zde se musí navolit váha předmětu, cílová destinace, předpokládaná konečná cena předmětu, načež kalkulátor vygeneruje výslednou částku pro jednotlivé nabízené služby. K dosažené částce je nutné připočíst i náklady na balné. Tyto náklady ale nepředstavují významnou položku, jedná se většinou o částky v řádu jednotek Kč.

Důležitý poznatek, který je dobré znát je, že např. předmět, který má váhu vyšší než 2 kg nelze zaslat službou doporučeně. U těžších předmětů je pak potřeba zvolit službu „Balík do ruky“ či jinou podobnou možnost. Tato služba je již dražší a při stanovení ceny přepravy se musí brát v potaz. Z tohoto důvodu je výhodné pro odesílání používat zákaznickou kartu české pošty, která je zdarma dostupná a díky ní je většina služeb levnější. Dochází pak k možnosti uvést nižší náklady na přepravu, což bude na potenciálního kupujícího působit pozitivně (zaplatí za dopravu méně než u jiných nabídek). Celkový úspěch v optimálním stanovení částky na přepravu lze dokázat díky zpětné vazbě zákazníků, kteří náklady na dopravu hodnotí následovně:

Průměr z 40 bodů hodnocení prodeje			
Přehled obsahuje průměrná hodnocení prodeje v jednotlivých oblastech.			
Náklady na dopravu	★★★★★ 5.0		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Za dopravu jsem při převzetí předmětu zaplatil/a více, než bylo uvedeno v aukci (0 názorů)</li> <li>• Cena za dopravu uvedená v aukci byla nepřiměřeně vysoká (0 názorů)</li> <li>• Předmět byl doručen jiným způsobem, než jsem zvolil/a (0 názorů)</li> <li>• Jiný důvod (0 názorů)</li> </ul>		
Přehled hodnocení prodeje			
Přehled obsahuje údaje z posledních 3 měsíců: průměr z hodnocení prodeje a počet vyjádřených názorů.			
	01.2016	02.2016	03.2016
Náklady na dopravu	5.0 (0)	5.0 (0)	5.0 (0)

**Obrázek 9: Zákaznické hodnocení nákladů na dopravu**

*Zdroj: upraveno dle [3]*

Z grafiky je patrné, že náklady na dopravu byly zatím stanovovány přesně a spolehlivě. Jak z posledních uskutečněných obchodů, tak i za předešlé tři měsíce bylo dosaženo nejvyššího možného hodnocení v této oblasti. Navíc nebyly obdrženy ani žádné připomínky.

Poslední podstatný faktor v tomto kroku procesu je stanovení celkové doby trvání, po kterou bude předmět vystaven. Podle dosavadních zjištění poskytovatele, ze kterých plyne, že největší frekvence prodejů v cílových kategoriích se uskutečňuje ve večerních hodinách, je odvozena skutečnost, dle níž musí být pečlivě stanovena doba vystavení. Dalším poznatkem je fakt, že nejvíce končících předmětů lze zaznamenat v posledním dni v týdnu, tedy v neděli.

Služba aukčního portálu dovoluje zvolit z nabídky délky vystavení čtyři možnosti. Nejkratší možná doba činí tři dny, následuje délka pěti dnů, dále celý týden a nejdelší možná doba vystavení je stanovena na deset dnů. Z výše uvedeného je patrné, že nejvhodnější doba pro vystavování zboží je ve večerních hodinách. Nejkratší doba připadá firmě neefektivní a nevýhodná, naopak desetidenní doba zase příliš dlouhá. Proto byla v uvedeném podniku zvolena pro prezentaci zboží délka pěti dnů. Na základě této skutečnosti musí být kroky, které předchází samotnému zveřejnění sortimentu naplánovány tak, aby se stihly uskutečnit do druhého dne v týdnu – úterý.

#### **4.2.6 Kontrola sledovanosti v době vystavení, zodpovídání dotazů**

Po předchozích pěti krocích, ve kterých bylo nutné zvolit vhodný druh zboží k prodeji, zajistit jeho parametry, fotografie, určit konkrétní kategorii, počáteční cenu spolu s náklady na přepravu a délkou vystavení začíná fáze, ve které se zjišťuje, zda byly předchozí kroky úspěšné.

Prvním z ukazatelů, který pomáhá posuzovat úspěšnost je počet návštěv u jednotlivých vystavených druhů zboží, případně i ukazatel sledovanosti (sledovanost značí, kolik zájemců má na předmětu tzv. hlídacího psa). Dle těchto ukazatelů lze také vyvodit, jak je jednotlivá kategorie oblíbená a tedy jaké předměty je vhodné vystavovat. Na základě zkušeností poskytovatele můžeme tvrdit, že dlouhodobě oblíbené se těší kategorie „Vojenské“ a „Numismatika“. Z těchto zjištění pak plynou další kroky pro zajištění daného sortimentu k budoucímu prodeji.

Jako další se v této fázi může stát, že potenciální kupující mají specifický dotaz k nabízenému zboží, v jehož popisu tento údaj chybí. Díky této skutečnosti lze zajistit vyšší informovanost ostatních zájemců, protože chybějící informace není těžké do popisu předmětu doplnit. Dále z toho pro podnik plyne ponaučení, co dalšího má při zajišťování údajů o předmětu podobné povahy zabezpečit v budoucnu. Jiná pozitivní vlastnost může být rychlost odpovědi dotazovanému, který si tak může udělat vlastní představu o jednání společnosti. Výsledkem takové spěšné odpovědi může být, že se kupující nemusí obávat zdržování případného uskutečněného obchodu.

#### 4.2.7 Evidence prodaného zboží a odeslání podkladů k platbě

V předposledním kroku procesu know how je již zjišťován výsledný prodej v daném týdnu. Dále se určuje, které zboží si jaký klient zakoupil. Jako další se přiřazuje odpovídající cena za přepravu. Cena přepravy se určuje již předem v popisu předmětu včetně podmínek, které ovlivňují její výši. Konečná suma závisí také na tom, zda si kupující zakoupil více předmětů. Tato skutečnost má ve výsledku vliv na celkové přepravní náklady.

Jakmile je k dispozici kompletní seznam prodaného zboží za daný týden, provede se jeho detailnější evidence. V této evidenci se přiřadí jednotlivé položky ke konkrétním kupujícím (dle jejich přezdívky na aukčním portálu). Dále se do tohoto seznamu vloží výše přepravních nákladů a určí se konečná částka, která bude následně očekávána jako příchozí na bankovní účet. Pro tvorbu této části procesu je vhodný program Microsoft Office Excel, který umožňuje tvorbu přehledných tabulek včetně výpočtů. Následuje ukázka z prostředí MS Excel, které je pro evidenci prodeje používáno:

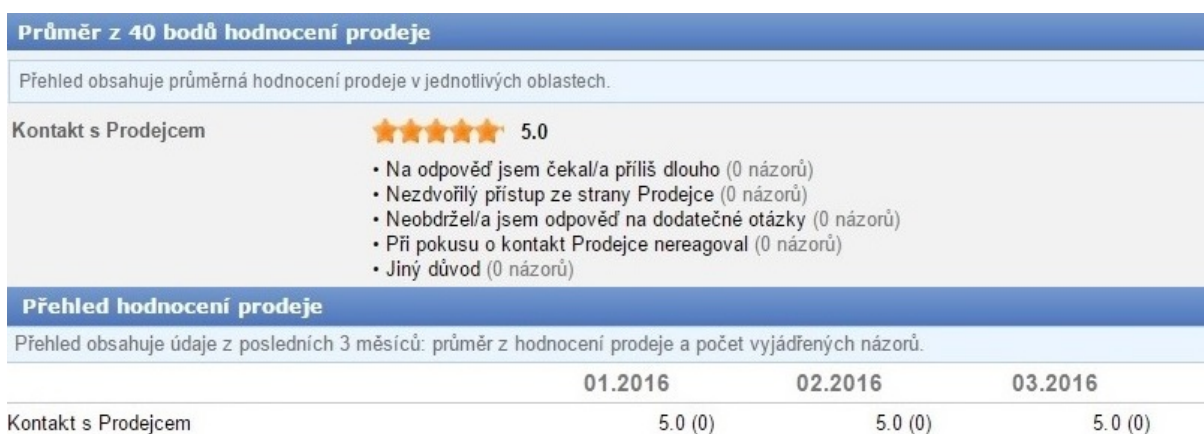
Tabulka 2: Vzor evidence prodaného zboží

Kupující	nick prodejce	cena	pošta	celkem	zaplaceno	odesláno
<i>nick kupujícího</i>	popis předmětu	9 999,00 Kč	200,00 Kč	<b>10199 Kč</b>		

Zdroj: zpracování vlastní

Buňka s názvem kupující označuje záhlaví, pod kterým pak jsou uvedeny přezdívky zákazníků. Další buňka s fialovým odstínem označuje přezdívku prodejce, pod jakou vystupuje na aukčním portálu. V tomto sloupci jsou pak uvedeny stručné názvy prodaných předmětů. Následující buňky jsou již jasné. Jako první je uvedena docílená cena nabízeného předmětu. Pokračuje se přes přepravní náklady ve stanovené výši, přičemž je dosaženo celkové částky, která je zvýrazněná. Zbylé dvě buňky slouží podniku pro evidenci toho, zda již bylo zboží zapláceno a odesláno. V případě zaplacení a odeslání je výplň zelená, v opačném případě červená. Díky této evidenci v prostředí MS Excel dochází k úspoře času při kontrole plateb za jednotlivé zboží. Slouží také k vyšší přehlednosti, čímž snižuje riziko záměny předmětů určených k odeslání.

Pro odeslání platebních podkladů slouží firmě klasická komunikace přes email. Ve zprávě je pak uvedeno bankovní spojení, konečná částka včetně nákladů na přepravu a variabilní symbol, který slouží jako jeden z identifikačních znaků platby konkrétního zákazníka. Rychlost odeslání údajů potřebných k platbě je v některých případech také důležitá. Může se stát, že kupující chce za předmět zaplatit ještě v den koupě, protože v následujících pracovních dnech nebude schopen peníze odeslat např. z důvodu dovolené (nechce si budovat pověst neplatiče). Jiný důvod pro rychlé kontaktování kupujícího plyne z toho, že tato činnost je zákazníkem také hodnocena (stejně jako shoda předmětu s popisem a náklady na dopravu). Pro potvrzení, že i rychlost komunikace se zákazníky je vysoká, je zde uvedeno znázornění hodnocení této činnosti:



**Obrázek 10: Zákaznické hodnocení kontaktu s prodejcem**

*Zdroj: upraveno dle [3]*

Výše uvedený obrázek nám ukazuje, že dle hodnocení klientů je komunikace na výborné úrovni. Žádný kupující nemá připomínky, ani si nestěžuje, že kontaktování trvalo příliš dlouho. S kupujícími se nejedná ani nezdvořile, což je v dnešní době téměř nemyslitelné.

V další poprodejní komunikaci se ještě mohou řešit detaily přepravy či jiného způsobu převzetí vydraženého předmětu. Pokud zákazník zakoupil více kusů z nabízeného zboží, může se pak vyjednávat o sloučení do jedné zásilky. Proto je nutné zjistit, jak se tato skutečnost promítne do nákladů na přepravu. Dle dosavadních poznatků se ale výsledná částka výrazně nezvyšuje. Jiný problém se může týkat toho, že si kupující chce pro zakoupený předmět přijet osobně. Pak je důležité vzájemná dohoda podniku s kupujícím na konkrétním čase a místě předání. Jiná, často řešená skutečnost spočívá v požadavku zákazníka, kterým je odeslání zboží na jinou adresu, než jaká je poskytnuta automaticky emailem po vypršení doby vystavení a zakoupení předmětu. Veškeré tyto skutečnosti se ve výsledku též promítají do již uvedeného hodnocení kontaktu s prodejcem.

#### **4.2.8 Kontrola přijatých plateb, následné balení a odeslání zboží**

Poslední krok celého procesu se věnuje samotné kontrole přijatých plateb. Následně je řešeno také to, jak předmět co nejlépe připravit pro odeslání k zákazníkovi.

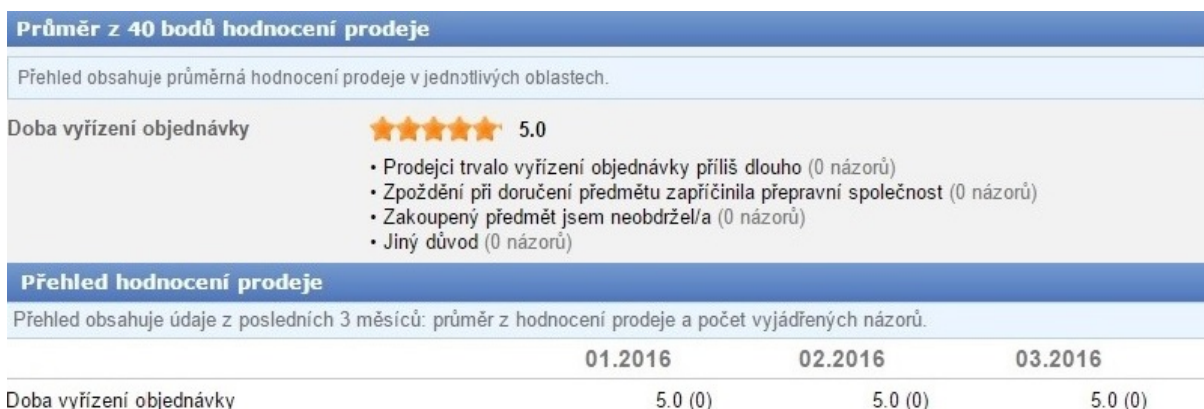
Délka čekání na přijaté platby se zpravidla odvíjí od části předešlého kroku celého procesu, tedy rychlosti odeslání platebních údajů. Pro jednoduchou kontrolu a evidenci plateb firmě slouží jednak výsledná částka, kterou má očekávat (viz předchozí evidence prodeje). Pro potvrzovací údaj slouží variabilní symbol, za který se dle nepsaného pravidla na aukčním portálu považuje samotné číselné označení aukce, které je automaticky generováno při vystavení. Jakmile se podaří identifikovat zákazníka v návaznosti na přijatou částku, je provedeno označení v evidenční tabulce (viz tabulka č. 2). Poté je kupující informován, že platba za vydražený předmět byla obdržena a předmět bude připraven k odeslání. Nyní se tedy přistupuje k další fázi tohoto procesu, kterým je balení.

Samotné balení se může zdát jednoduché, nicméně tomu tak ve skutečnosti není. Je potřeba brát v úvahu veškeré možné skutečnosti, které se při přepravě mohou vyskytnout, dále je také na místě brát v úvahu fyzické předpoklady předmětu. Jelikož přepravu neprovádí podnik samotný, ale prostředník, není zde nad dodáním zboží možnost osobní kontroly při transportu. Dle této skutečnosti a na základě dosavadních zkušeností poskytovatele je zajištěno, jak který druh zboží kvalitně a bezpečně zabalit, aby během přepravy nedošlo k poškození. Jako nejvhodnější obaly pro drobné předměty se jeví jednoduché obálky, které jsou uvnitř polstrovány. Pro objemnější zboží pak slouží kartonové obaly, ve kterých navíc lze předmět zafixovat např. polystyrenem. Do dnešních dnů se zatím podařilo veškeré prodané předměty zabezpečit před vlastní přepravou tak, že nebyla ještě obdržena žádná stížnost ani reklamace. Naopak spíš ještě docházelo k zvýšení spokojenosti zákazníka, který



se po doručení ozval s tím, že byl předmět pečlivě a kvalitně zabalený. Na základě této skutečnosti může podnik do budoucna počítat s tím, že takto hodnotící zákazníci budou u něj rádi nakupovat dále.

Závěrečná fáze posledního kroku spočívá v samotném odeslání včetně jeho rychlosti. V této části je také informován zákazník o tom, že zboží je již na cestě a může ho očekávat. Ihned po identifikování platby vyvstává problém s nachystáním zboží pro přepravu. Problému s balením lze předcházet již v průběhu kontrolování vystavených předmětů, protože jakmile někdo projeví zájem o zboží a zadá příhoz, tak se podnik snaží obstarat potřebný obalový materiál. Tato činnost pak přináší zkrácení prodlevy pro odeslání předmětu. Většinou je pak zboží pro přepravu nachystané v den přijetí platby a následně je provedeno i jeho odeslání. Díky tomu je dosahováno vyšší spokojenosti klientů, kteří zboží obdrží v krátké době od samotného zakoupení. Ostatně spokojenost s rychlostí vyřízení objednávky se rovněž v systému aukčního portálu hodnotí. Dosavadní získané hodnocení firmy je interpretováno na následujícím obrázku:



**Obrázek 11: Zákaznické hodnocení doby vyřízení objednávky**

*Zdroj: upraveno dle [3]*

Stejně jako u předešlých hodnocení, která se týkala nákladů na přepravu, kontaktu s prodejcem a shody předmětu s popisem, tak i v tomto ukazateli je dosahováno maximální bodové škály. Jak je vidět, tak vyřízení objednávky netrvalo příliš dlouho, nedošlo ani k žádnému zpoždění kvůli přepravní společnosti u všech zatím prodaných předmětů. Na základě tohoto výstupního hodnocení můžeme konstatovat, že i poslední krok procesu je prováděn ze strany prodávající společnosti důsledně a pečlivě.



### 4.3 Shrnutí k charakterizovanému know how

Nově zavedené know how ve společnosti INGEMO, s. r. o., které bylo vybráno k ocenění, sestává z osmi po sobě jdoucích kroků. Jako první a také nejdůležitější krok je identifikace správného druhu zboží ze široké škály sortimentu, na které budou následně použity další navazující kroky procesu. Pro tuto činnost jsou využívány dosavadní získané znalosti a zkušenosti poskytovatele, které se týkají daného tržního prostředí.

Druhý krok spočívá v získání bližších informací o fyzických a vzhledových vlastnostech zboží. Tato skutečnost se dále využije ve třetím kroku, kdy se pořizují fotografie jednotlivých vybraných předmětů, které také musí zachytit daný stav věci. Jakmile jsou získané fotky upraveny, začíná čtvrtá fáze procesu. Ta spočívá ve stanovení nejvhodnější kategorie pro daný předmět, následně je zajišťován co nejvhodnější popis zboží.

Druhá polovina celého procesu začíná stanovením počáteční ceny, za kterou bude předmět nabízen. Následuje také celkový popis předmětu, předně jeho stavu a vlastností. Tato fáze je zakončena určením nákladů, které budou při koupi požadovány za přepravu. Další krok je spíš kontrolního rázu. Dochází v něm k prověření, zda jsou předměty interpretovány ve správných kategoriích, případně výstižně popsány. K tomu slouží sledování návštěvnosti.

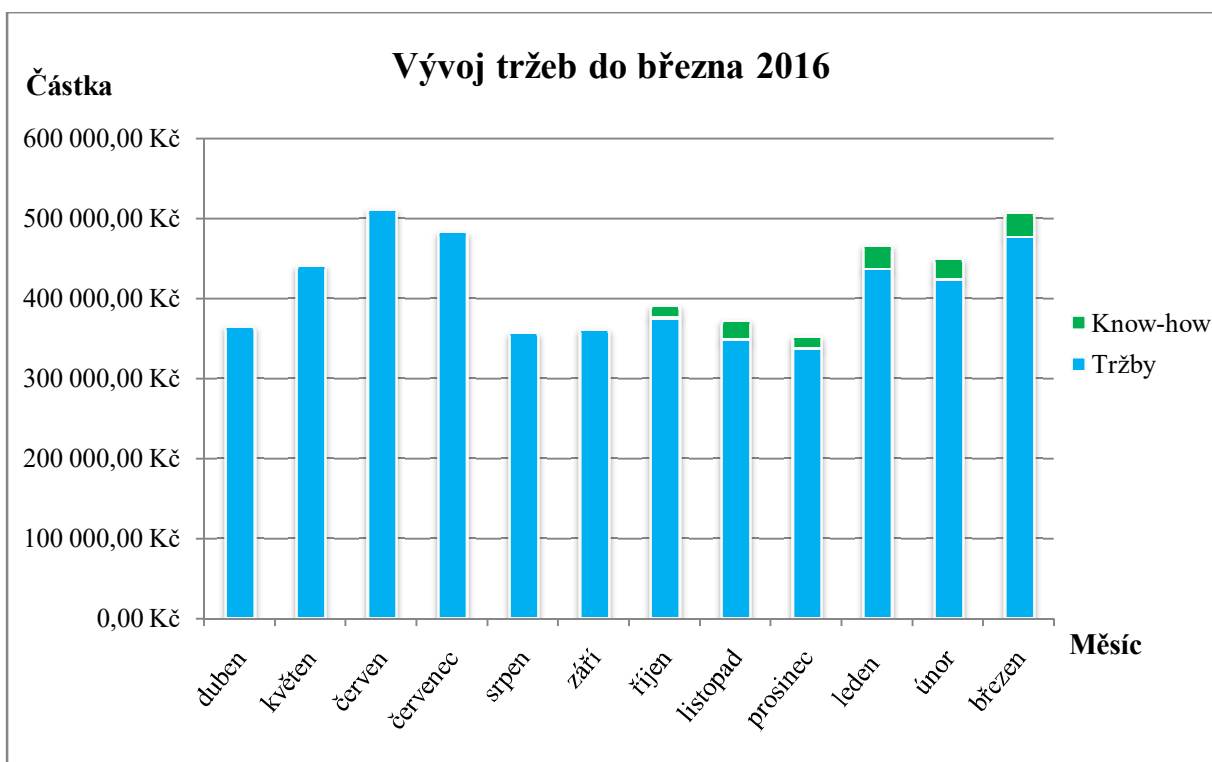
Předposlední krok se týká evidence zboží, které se prodalo. To spočívá v přiřazení jednotlivých předmětů ke konkrétním kupujícím, dále se zjišťuje konečná suma, v níž jsou zahrnuty i náklady na přepravu. Výsledné částky jsou pak dále poskytovány spolu s podklady k platbě zákazníkům. V závěru se identifikují přijaté platby a tedy i předměty, jenž je třeba dopravit ke kupujícímu. Celý proces je ukončen samotným, co nejrychlejším odesláním zboží.

## 5 ZPŮSOBY OCENĚNÍ KNOW HOW

Náplní této kapitoly bude přiblížení dosavadních ekonomických výsledků spolupracující firmy INGEMO, s. r. o. Tyto informace dále povedou k samotnému ocenění know how, které podnik využívá, a jenž je zde detailně popsáno v kapitole předchozí. Pro ocenění budou použity tři zvolené výnosové metody. Jako první bude užitý výpočet vycházející ze zákona č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku v aktuálním znění. Druhý způsob se bude týkat metody licenční analogie a poslední zvolená metoda bude představovat čistou současnou hodnotu. V těchto metodách je taky zachycená určitá míra rizika spojená s časem užívání. Toto riziko představuje míra kapitalizace, případně diskontní úroková míra. V závěru bude interpretováno výsledné zjištění a navrženo doporučení pro spolupracující podnik.

### 5.1 Současný vývoj příjmů společnosti INGEMO, s. r. o.

Před samotnými výpočty oceňování nehmotného statku know how je zde nejprve zobrazeno, jaké má spolupracující společnost příjmy za posledních dvanáct měsíců:



Obrázek 12: Grafické znázornění tržeb za posledních 12 měsíců

*Zdroj: zpracování vlastní*

Z obrázku je patrné, že dosahované tržby mírně kolísají, příčinu se bohužel zjistit nepodařilo. Ve druhé polovině datové řady jsou zeleně ilustrovány také tržby dosažené pomocí zavedeného know how prodeje, které dosavadní příjmy pomohlo lehce navýšit.

Průměrný procentní podíl nově získaných tržeb na příjmech za posledních šest měsíců pak činí 5 %.

## 5.2 Ocenění nehmotného statku dle zákona č. 151/1997 Sb.,

Nyní je zde uvedena první výnosová metoda sloužící pro ocenění nehmotného statku. Pro připomenutí je zde uveden vzoreček č. 1 z kapitoly 3.4.3.

$$C_v = \sum_{j=1}^n \frac{Z_j}{\left(1 + \frac{p}{100}\right)^j}$$

Roční čistý výnos majetkového práva je z části známý. Pro úplné období v délce jednoho roku byla provedena predikce k identifikování budoucích příjmů. Zjištěné příjmy se následně očistí o vynaložené náklady na jejich dosažení. Tento postup je uvedený dále v tabulce:

**Tabulka 3: Zjištění ročního čistého příjmu z užívání majetkového práva**

Měsíc	Tržby	L. poplatek	Poplatek z prodeje	Pořízení zboží	Zisk
říjen	15 219 Kč	2 283 Kč	837 Kč	6 849 Kč	5 251 Kč
listopad	23 658 Kč	3 549 Kč	1 301 Kč	10 646 Kč	8 162 Kč
prosinec	15 525 Kč	2 329 Kč	854 Kč	6 986 Kč	5 356 Kč
leden	29 023 Kč	4 353 Kč	1 596 Kč	13 060 Kč	10 013 Kč
únor	25 492 Kč	3 824 Kč	1 402 Kč	11 471 Kč	8 795 Kč
březen	29 901 Kč	4 485 Kč	1 645 Kč	13 455 Kč	10 316 Kč
duben	29 354 Kč	4 403 Kč	1 614 Kč	13 209 Kč	10 127 Kč
květen	30 332 Kč	4 550 Kč	1 668 Kč	13 649 Kč	10 464 Kč
červen	31 194 Kč	4 679 Kč	1 716 Kč	14 037 Kč	10 762 Kč
červenec	31 965 Kč	4 795 Kč	1 758 Kč	14 384 Kč	11 028 Kč
srpen	32 663 Kč	4 899 Kč	1 796 Kč	14 698 Kč	11 269 Kč
září	33 300 Kč	4 995 Kč	1 832 Kč	14 985 Kč	11 489 Kč
<b>Celkem</b>	<b>327 626 Kč</b>	<b>49 144 Kč</b>	<b>18 019 Kč</b>	<b>147 432 Kč</b>	<b>113 031 Kč</b>

*Zdroj: zpracování vlastní*

Tabulka ilustruje dosavadní získané příjmy za měsíc říjen 2015 až březen 2016. Pro zbylých šest měsíců (duben 2016 až září 2016) vyznačených kurzívou byla využita predikce. Té bylo dosaženo tak, že v grafu z obrázku č. 4 byla datová řada proložena spojnicí trendu (jako výhodná se jevila logaritmická křivka se spolehlivostí  $R^2 = 0,5688$ ). Pomocí získané rovnice spojnice trendu byly zjištěny budoucí příjmy z prodeje. Tyto tržby byly následně očištěny o licenční poplatek, jehož výše činí 15 %, dále o výši poplatku, který se odvádí provozovateli aukčního portálu z prodeje zboží, ten činí 5,5 % (započítány i poplatky za vystavení). Další sloupeček znázorňuje výdaje na pořízení sortimentu. Procentní sazba činí

dle podniku 45 % z konečné prodejní ceny. Poslední sloupec již zobrazuje dosažený zisk z prodeje. Celkový kladný finanční tok včetně predikovaného období z užívaného know how pak činí 113 031 Kč.

Pro uvedené majetkové právo na užívání know how se uvažuje doba užívání v délce tří let. Poslední nutný údaj představovaný mírou kapitalizace je uvedený v příloze č. 22 Vyhlášky č. 345/2015 Sb., kde výše míry kapitalizace činí 12 % [29]. Nyní tedy jednoduchý propočet.

$$C_V = \frac{113\,031}{\left(1 + \frac{12}{100}\right)^1} + \frac{113\,031}{\left(1 + \frac{12}{100}\right)^2} + \frac{113\,031}{\left(1 + \frac{12}{100}\right)^3}$$

$$C_V = \frac{113\,031}{1,12} + \frac{113\,031}{1,2544} + \frac{113\,031}{1,4049}$$

$$C_V = 100\,920,54 + 90\,107,62 + 80\,453,23$$

$$C_V = 271\,481,39$$

Podle provedeného výpočtu bylo zjištěno, že hodnota majetkového práva (pokud bude užíváno po dobu tří let) činí 271 481,39 Kč.

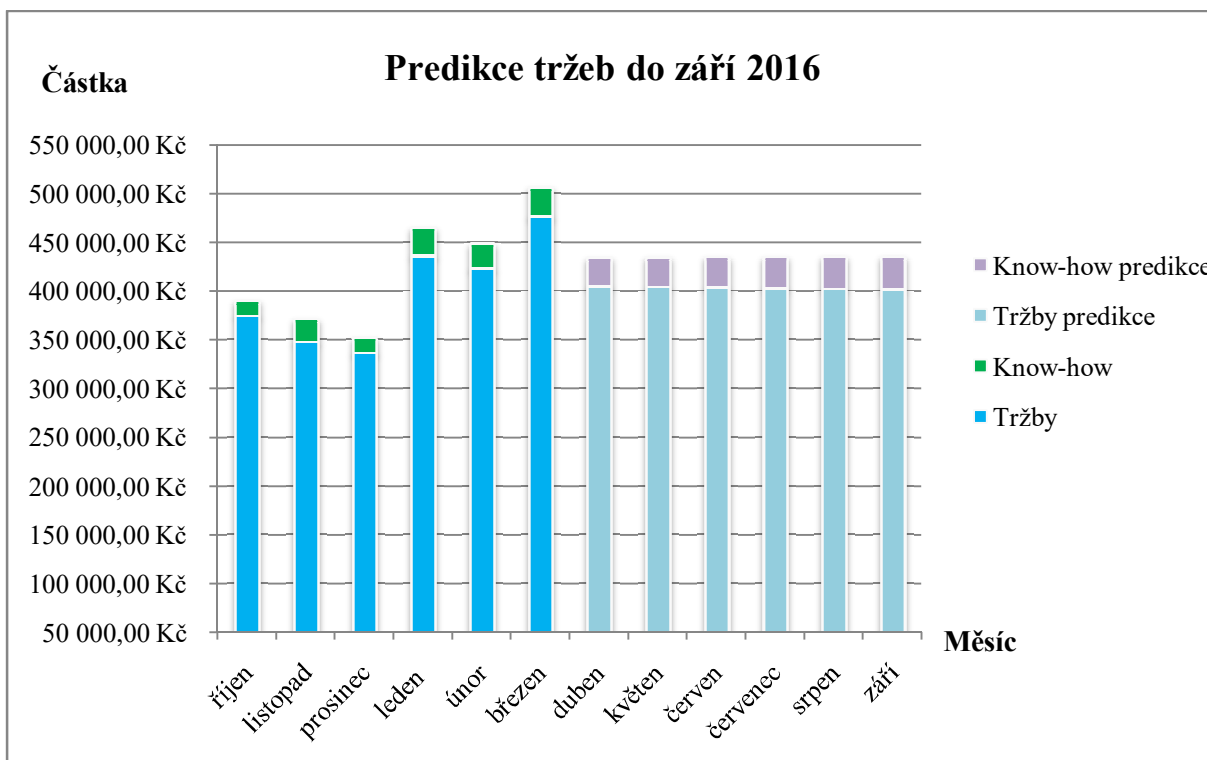
### 5.3 Metoda licenční analogie

Další zvolená výnosová metoda je v praxi pro oceňování nejvíce používána. Metoda je v oblibě díky své reálnější vypovídající vlastnosti. Toho dosahuje hlavně díky tomu, že vychází z tržního prostředí, ve kterém je právo užíváno.

Pro lepší orientaci je zde opět uveden vzorec č. 2 z kapitoly 3.4.3 nutný k výpočtu

$$HV = RV * LP * KZ * KK * PM.$$

Potřebná data pro uvedený vzorec bylo nutné v následujícím případě získat rovněž pomocí predikce. Zajištěná data prezentuje následující obrázek:



**Obrázek 13: Grafické znázornění tržeb a jejich predikce do září 2016**

*Zdroj: zpracování vlastní*

Z obrázku je patrné, že tržby od října do prosince roku 2015 měly sestupný charakter. Nicméně, během ledna roku 2016 opět došlo k jejich nárůstu (kromě února). Datová řada od dubna roku 2016 představuje zhotovenou predikci pro užívané know how i pro zbylou podnikatelskou činnost. V případě predikování tržeb byla využita lineární regrese vycházející z údajů tržeb podniku za posledních dvanáct měsíců (bez příjmů z know how). Díky predikci byly odhadnuty příjmy pohybující se okolo 400 000 Kč za měsíc. Pro oceňované know how byla použita stejná predikční metoda jako v případě předchozím (tabulka č. 3).

Následuje již samotná tabulka sloužící pro ocenění know how, kdy je doba užívání opět stanovena na tři roky.

**Tabulka 4: Ocenění know how pomocí licenční analogie**

<b>Období</b>	<b>Rozsah výroby RV</b>	<b>Licenční poplatek 15 % RV*LP</b>	<b>Koeficient zastarání 10 % KZ</b>	<b>Hodnota včetně zastarání RV*LP*KZ</b>	<b>Koeficient kapitalizace 12 % KK</b>	<b>Podíl na výrobě 6 % PM</b>	<b>Roční hodnota v Kč HV</b>
2016	5 144 664	771 700	90%	694 530	0,8929	6%	39 491
2017	5 144 664	771 700	80%	617 360	0,7972	6%	31 342
2018	5 144 664	771 700	70%	540 190	0,7118	6%	24 486
<b>CELKEM</b>							95 318

*Zdroj: zpracování vlastní*

Rozsah výroby (zde tržeb) byl zajištěn pomocí dostupných údajů, ze kterých byla také tvořena budoucí predikce. Výsledná částka 5 144 664 Kč se bude v dalších letech uvažovat jako neměnná. Licenční poplatek je stanovený v procentní výši 15 %. Koeficient zastarání byl zvolen s ohledem na to, že sice neustále dochází ke zvyšování zkušeností a schopností, nicméně toto prodejní prostředí je poměrně snadno dostupné. Míra zastarávání byla tedy stanovena ve výši 10 % ročně. Koeficient kapitalizace se získal díky vztahu č. 3 z kapitoly 3.4.3  $KK = \frac{1}{(1+d)^t}$ . Procentní sazba míry kapitalizace byla vzata z přílohy č. 22 Vyhlášky č. 345/2015 Sb., její výše činí 12 % [29]. Podíl na celkových tržbách byl stanoven jako poměr tržeb dosažených pomocí know how vůči celkovým podnikovým tržbám.

V prvním roce užívání bylo dle výpočtů dosaženo částky 39 491 Kč. Pro další dvě období již konečná hodnota průběžně klesá. Dle celkové dosažené částky 95 318 Kč pro tři období užívání lze pozorovat, že metoda licenční analogie nám dává zcela odlišný údaj oproti metodě předchozí. Navíc podle vlastního uvážení, jak nabyvatele, tak i poskytovatele interpretuje tento výsledek přesnější a zřejmě i reálnější hodnotu oceňovaného statku.

## **5.4 Čistá současná hodnota**

Poslední zvolená výnosová metoda se bude opět týkat jen peněžních toků v rámci nehmotného majetku, který je oceňován. Tyto finanční toky budou pro zjednodušení uvažovány jako neměnné. Doba užití je také znovu stanovena v délce tří let. Údaje pro výpočet jsou čerpány z tabulky č. 3 uvedené v kapitole 5.2. Pro výpočet čisté současné hodnoty je zde znovu uvedený vzorec č. 4 blíže popsany v kapitole 3.4.3.

$$\check{C}SH = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Jediná změna, která je zde provedena, spočívá v použité diskontní míře. Tuto diskontní sazbu vyhláší Česká národní banka. Její výši lze zjistit na webových stránkách ČNB. V současné době dosahuje 0,05 %. [8]

Nyní už stačí provést jednoduchý výpočet dle výše uvedeného vztahu.

$$\check{C}SH = \frac{113\,031}{(1+0,05)^1} + \frac{113\,031}{(1+0,05)^2} + \frac{113\,031}{(1+0,05)^3}$$

$$\check{C}SH = \frac{113\,031}{1,05} + \frac{113\,031}{1,1025} + \frac{113\,031}{1,1576}$$

$$\check{C}SH = 107\,648,57 + 102\,522,45 + 97\,640,43$$

$$\check{C}SH = 307\,811,45$$

Po součtu výsledných hodnot dostáváme částku 307 811,45 Kč. Je to nejvyšší dosažená suma ze všech tří použitých metod. Svoji hodnotou se blíží metodě užívané dle zákona č. 157/1997 Sb., o oceňování majetku v aktuálním znění. K tomu dochází hlavně z toho důvodu, že svoji povahou je to v podstatě stejný postup. Zde byla ale použita jiná diskontní sazba, než v první početní metodě.

## 5.5 Zhodnocení dosažených výsledků a doporučení

Pro zjištění hodnoty oceňovaného know how byly použity tři výnosové metody. První z nich byla metoda, která je uvedena v zákoně č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku. Míra rizika, potřebná k tomuto výpočtu se nachází ve Vyhlášce č. 345/2015 Sb., kde je její výše stanovena na 12 % [29]. Pomocí této metody bylo dosaženo výsledné částky 271 481,39 Kč. Tento postup je považován spíše za obecný, protože je vymezen stejně pro veškeré nehmotné statky ve výše uvedeném zákoně.

Pro druhý výpočet byla použita výnosová metoda licenční analogie. Tento postup zahrnoval více proměnných, včetně míry rizika, jejíž výše byla převzata z metody první v hodnotě 12 %. Koeficient zastarávání byl určen po konzultaci s poskytovatelem, jeho výše dle zjištění činí 10 %. Dále bylo určováno, jakého poměru vůči celkové produkci know how dosahuje, výsledek této proměnné činí 6 %. Výsledná částka získaná touto metodou pro první rok užívání vychází 39 491 Kč, pro druhý rok 31 342 Kč a pro třetí 24 486 Kč. Celková suma těchto částek za určené období dosahuje výše 95 318 Kč. Metoda licenční analogie bývá

považována za nejpoužívanější výpočet pro ocenění v praxi. Dosažený výsledek se podniku jeví jako reálný.

Poslední aplikovaná metoda představuje čistou současnou hodnotu užívaného práva. Pro tento výpočet byly využity údaje z tabulky č. 3, která je v kapitole 5.2. Tento výpočet byl podobný první použité metodě. Rozdíl je zde ale v použité diskontní míře, která byla převzata z oficiálních webových stránek ČNB. Výše míry rizika zde pak činí 0,05 %. Výše peněžního toku v prvním sledovaném období by měla dle samotného výpočtu dosáhnout hodnoty 107 648,57 Kč, ve druhém roce 102 522,45 Kč a ve třetím roce 97 640,43 Kč. V součtu za tři roky užívání pak 307 811,45 Kč. Čistá současná hodnota je svým charakterem blízká první použité metodě, tedy více obecná. Dosažený výsledek se liší jenom díky tomu, že bylo užito rozdílné míry rizika.

Z dosažených výsledků je patrné, že využití metody pro ocenění se ve výsledku od sebe výrazně liší. Hlavní rozdíl ve výsledcích je především jasný v metodě dle zákona č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku a metodě čisté současné hodnoty oproti výsledku, kterého bylo dosaženo metodou licenční analogie. Z této skutečnosti se potvrdilo, že metoda zakotvená v zákoně má obecný charakter, je poměrně jednoduchá a tím pádem bohužel méně vypovídající a může být i zavádějící. To samé lze v tomto případě tvrdit i o čisté současné hodnotě, kdy bylo pro výpočet užito jen jiné míry rizika.

Reálnějšího výstupu bylo dosaženo pomocí metody licenční analogie. Je tomu dáno hlavně z toho důvodu, že pro výpočet je potřeba více ukazatelů. Tyto ukazatele zachycují údaje, jež jsou součástí spolupracujícího podniku, ve kterém se oceňované know how používá. Dochází tedy k menšímu zkreslení skutečnosti. V tomto konkrétním případě sice bylo nutné z části užít predikované údaje, nicméně výsledek může sloužit v budoucnu společnosti pro srovnání, zda bylo ocenění provedeno správně.

Spolupracujícímu podniku lze pak jednoznačně doporučit pro další oceňování nehmotných statků metodu licenční analogie, která bude vycházet z jeho vlastních interních údajů a tržního prostředí, čímž dosáhne přesnějšího zobrazení skutečnosti.



## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo vymezení vybraných souvislostí spojených s oceňováním nehmotných statků. Dále identifikace problémů spojených s oceňováním nehmotných statků, zmapování hodnoty nehmotného statku a času, kvantifikace zbývající užitečné životnosti a charakteristika rizik spojených s oceňováním nehmotných statků. Tohoto cíle bylo dosaženo v první části práce. V ní byly pro přiblížení problematiky charakterizovány nejprve samotné pojmy jako nehmotný statek, duševní vlastnictví, průmyslové vlastnictví. Na tuto sekci navazuje bližší charakteristika samotných předmětů duševního a průmyslového vlastnictví včetně způsobu jejich právní ochrany. Jednotlivé přístupy pro oceňování nehmotných statků jsou rovněž popsány v první části této práce. V ní je také nastíněno, jak se nehmotný statek může v čase vyvíjet, s čímž souvisí i zmíněná užitečná životnost předmětu nehmotné povahy. Obsahově se tato část také orientuje na přiblížení rizik, která jsou s oceňováním nehmotných statků pevně spjata.

Následující analytická část nejprve obsahuje charakteristiku konkrétního podniku, hlavně jeho vznik, právní formu a podnikatelskou činnost. Následuje zde návrh řešení pro zvýšení příjmů v jedné z jeho podnikatelských činností. V důsledku toho byl navržen předmět nehmotné povahy spočívající v know how prodeje. Tento nehmotný statek je dále v této části detailně charakterizován včetně výhod, které přináší. Tyto výhody spočívají jednak ve vyšším odbytu zboží, ale i ve zvyšování vlastních zkušeností podniku v oblasti prodeje.

Druhá část analytické práce se zabývá samotným oceňováním zavedeného nehmotného statku. Jako první byla využita metoda výpočtu uvedená v zákoně č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku. U tohoto postupu je zjištěn roční čistý příjem plynoucí z užívání práva. Stanovená míra rizika je pak čerpána z přílohy č. 22, jež je součástí Vyhlášky č. 345/2015 Sb.,

Další metoda sloužící pro ocenění nehmotného statku je metoda licenční analogie. U tohoto výpočtu bylo nutné nejprve stanovit celkové podnikové tržby za určité období. Součástí výpočtu je také licenční poplatek, dále koeficient zastarání, který představuje znehodnocování majetku v čase. Míru rizika nám zde představuje koeficient kapitalizace. Jako další ukazatel sloužící pro zjištění výsledné hodnoty je podíl nehmotného statku na celkové produkci. Díky této širší škále ukazatelů se dosahuje ve výsledku přesnější hodnoty.

Poslední použitá metoda spočívá v ukazateli čisté současné hodnoty. Tento výpočet je podobný první užití metodě. V tomto případě ale byla stanovena jiná míra rizika, kterou představovala diskontní sazba vyhlášená Českou národní bankou.

Uzavření analytické části je provedeno zhodnocením dosažených výsledků pomocí jednotlivých metod. Na základě těchto zhodnocení je dále uvedeno doporučení vůči podniku, v němž je oceňování uskutečňováno. V tomto doporučení je za optimální metodu pro oceňování nehmotného statku uvedena metoda licenční analogie. Je tomu dáno z důvodu širší škály proměnných potřebných pro dosažení výsledku. Další významná skutečnost vychází z toho, že údaje sloužící pro výpočet se přímo týkají samotného podniku a jeho okolí.

Na základě provedené analýzy a formulace návrhu pro doporučení lze konstatovat, že cíl práce byl splněn.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] *Aukro: Nápojový průmysl* [online]. Zlín, 2016 [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://aukro.cz/napojovy-prumysl-8472>
- [2] *Aukro: Sběratelství a umění* [online]. Zlín, 2016 [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://aukro.cz/kategorie/sberatelstvi-a-umeni>
- [3] *Aukro: Uživatel Ars2015* [online]. Zlín, 2016 [cit. 2016-03-27]. Dostupné z: [http://aukro.cz/show\\_user.php?search=Ars2015&search\\_scope=user](http://aukro.cz/show_user.php?search=Ars2015&search_scope=user)
- [4] BLAIR, Roger D. *Intellectual property : economic and legal dimensions of rights and remedies*. 1. vyd. New York: Cambridge University Press, 2005. ISBN 0-521-54067-4.
- [5] ČADA, Karel, Tomáš DOBŘICHOVSKÝ, Kateřina HARTVICOVÁ, et al. *Nehmotné statky a průmyslová práva: Jejich ochrana, oceňování a komerční využití*. 1. vyd. Praha: SLON, 2010. ISBN 978-80-7419-037-7.
- [6] ČADA, Karel. *Chránit / nechránit, to je otázka: výsledky výzkumu a vývoje, jejich ochrana a komercializace*. 1. vyd. Plzeň: Alevia, 2014. ISBN 978-80-905538-0-4.
- [7] ČADA, Karel. *Know-how a obchodní tajemství*. 1. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2010. ISBN 978-80-7282-087-0.
- [8] *Česká národní banka: Jak se vyvíjela diskontní sazba* [online]. Praha: Česká národní banka, 2016 [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cs/faq/jak\\_se\\_vyvijela\\_diskontni\\_sazba\\_cnb.html](https://www.cnb.cz/cs/faq/jak_se_vyvijela_diskontni_sazba_cnb.html)
- [9] DVOŘÁKOVÁ, Dana. *Finanční účetnictví a výkaznictví podle mezinárodních standardů IFRS*. 3. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3652-2.
- [10] *Epravo.cz: Licenční smlouva k předmětům průmyslového vlastnictví dle NOZ* [online]. Praha: advokátní kancelář TRAPLOVÁ HAKR KUBÁT, 2014 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/licencni-smlouva-k-predmetum-prumysloveho-vlastnictvi-dle-noz-93756.html>
- [11] FERNÁNDEZ, Pablo. *Valuation methods and Shareholder value creation*. 1. vyd. San Diego: Academic Press, 2002. ISBN 0-12-253841-2.
- [12] GALAJDOVÁ, Dominika. *Pojetí práv duševního vlastnictví jako věc z pohledu NOZ* [online]. Praha, 2014 [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://svoc.prf.cuni.cz/sources/7/17/314.pdf>. Studentská a vědecká odborná činnost. Univerzita Karlova.

- [13] *JUDr. Jindra Šulcová: Obsahové náležitosti licenční smlouvy k předmětům průmyslového vlastnictví* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.jindrasulcova.cz/cs/obsahove-nalezitosti-licencni-smlouvy-k-predmetum-prumysloveho-vlastnictvi/>
- [14] *Justice.cz* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2016 [cit. 2016-03-27]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=225244&typ=UPLNY>
- [15] *Kurzycz* [online]. Praha, 2016 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: <http://rejstrik-firem.kurzy.cz/25840959/ingemo-sro/>
- [16] *Kurzycz: Nehmotný v úplném znění zákonů* [online]. Praha, 2012 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://zakony.kurzy.cz/fulltext.asp>
- [17] MALÝ, Josef. *Obchod nehmotnými statky: patenty, vynálezy, know-how, ochranné známky*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-320-5.
- [18] MALÝ, Josef. *Oceňování průmyslového vlastnictví: nové přístupy*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-464-6.
- [19] MAŘÍK, Miloš. *Metody oceňování podniku: proces ocenění - základní metody a postupy*. 3. upr. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 2011. ISBN 978-80-86929-67-5.
- [20] *OSN Česká republika: Pařížská úmluva na ochranu duševního vlastnictví* [online]. Stockholm, 1967 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/Parizska-umluva.pdf>
- [21] SVAČINA, Pavel. *Oceňování nehmotných aktiv*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-62-0.
- [22] TELEČEK, Ivo. *Přehled práva duševního vlastnictví. 1: Lidskoprávní základy, licenční smlouva*. 2. upr. vyd. Brno: Doplněk, 2014. ISBN 978-80-7239-206-3.
- [23] *Úřad průmyslového vlastnictví: Ochranné známky* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2016 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky.htm>
- [24] *Úřad průmyslového vlastnictví: Označení původu / Zeměpisná označení* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2014 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/oznaceni-puvodu-zemepisna-oznaceni.html>

- [25] *Úřad průmyslového vlastnictví: Průmyslové vzory* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/prumyslove-vzory.html>
- [26] *Úřad průmyslového vlastnictví: Topografie polovodičových výrobků* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2012 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/topografie-polovodicovych-vyrobku.html>
- [27] *Úřad průmyslového vlastnictví: Užité vzory* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2015 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/uzitne-vzory.html>
- [28] *Úřad průmyslového vlastnictví: Vynález / Patenty* [online]. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2014 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/vynalezy-patenty.html>
- [29] Vyhláška č. 345/2015 Sb., k provedení zákona o oceňování majetku (oceňovací vyhláška).
- [30] *Wikipedie: Statek* [online]. 2014 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Statek>
- [31] Zákon č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku a o změně některých zákonů (zákon o oceňování majetku), ve znění pozdějších předpisů. § 48.
- [32] Zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 3. února 2012, Občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů*. 22. 3. 2012, částka 33. ISSN 1211-1244 (dále jen OZ) § 504.