
Obsah

O autorovi	9
Předmluva	11
Slovo recenzentky	13
 Vybrané problémy oceňování podniků v České republice	
1. Terminologie používaná v češtině a v České republice	15
2. Finanční oceňování aktiv a oceňování podniku	18
3. „Provádění oceňování“	19
4. Corporate governance a mimoburzovní equity trhy	22
5. Skutečný význam standardizace oceňování	25
6. Mezinárodní komparace	25
7. Regulace oceňování v České republice	26
 Struktura knihy	27
 Část I. Teorie ceny a hodnoty	33
1. Trh a tržní procesy	34
2. Hospodářský řád a hospodářský proces	37
2.1 Konstitutivní principy soutěžního hospodářského řádu	38
2.2 Regulativní principy	41
2.3 Shrnutí významu hospodářského řádu pro odhad hodnoty podniku a jeho metodologii	43
3. Relevantní trh podniku	44
4. Heterogenita ekonomické teorie a některé chybné interpretace a aplikace teorie ...	48
Antika a středověk	48
Hodnotové teorie ceny (nákladové teorie hodnoty)	49
Adam Smith	49
David Ricardo	49
J. S. Mill	50
Současný význam nákladových teorií hodnoty	50
Marginalistická revoluce	50
Subjektivismus rakouské školy	51
Neoklasická mikroekonomie	52
Současný vývoj teorie hodnoty a ceny: hledání objektivních kritérií objektivní hodnoty? ...	53
Shrnutí teorií ceny a hodnoty	54
5. Teorie trhu a tržních procesů v rámci ekonomické teorie: mikroekonomie relevantního trhu podniku	58
5.1 Konkurence z pohledu Adama Smithe a dalších klasiků politické ekonomie	65
5.2 Statická analýza neoklasické ekonomie	66

5.2.1 Model dokonalé konkurence	68
5.2.2 Monopolistická konkurence v díle E. Chamberlina	70
5.2.3 Nedokonalá konkurence v díle Joan Robinsonové	70
5.2.4 Model monopolu	70
5.3 Evolucionismus a dynamika v díle J. A. Schumpetera	71
5.3.1 Základní koncept a běžná praxe	75
5.3.2 Zdroje konkurenční výhody a tvorba ekonomické přidané hodnoty	77
5.3.3 „Průměrný management“ a firma jako „bundle of core competences“	79
5.3.4 První neoschumpeteriánská hypotéza	82
5.3.5 Druhá neoschumpeteriánská hypotéza	83
5.3.6 Evoluční pohled na generátory hodnoty a pokračující hodnotu	84
5.4 Závěry pro ocenění založené na výnosech	84
6. Posouzení funkčnosti konkurence pro zjištění vlastností cen	86
6.1 Erich Hopmann – novoklasický koncept svobody konkurence	86
6.2 Chicagská škola a některé implikace pro kategorie hodnoty	88
6.3 John M. Clark a koncept „workable competition“	90
6.4 Harvardská škola	91
6.5 Erhard Kantzenbach a optimální intenzita konkurence	92
6.6 Shrnutí hlavních poznatků k funkci trhů	95
7. Determinanty tržních struktur a funkčnost konkurence:	
návod pro zkoumání obvyklostí tržních podmínek	97
7.1 Formy trhu	98
7.2 Relevantní trh	104
7.2.1 Odvětvový koncept (A. Marshall)	105
7.2.2 Substituční koncept (J. Robinsonová, H. Arndt)	105
7.2.3 Koncept flexibility produkce (Narver)	105
7.3 Výsledek aktivit na relevantním trhu – testy intenzity konkurence	106
Část II. Teorie a koncepce ohodnocování podniku	
(Unternehmensbewertungstheorie)	107
8. Potřeby oceňování aktiv	108
9. Terminologické a konceptuální pojetí disciplíny oceňování aktiv	109
10. Koncepce oceňování podniku	111
10.1 Objektivní koncepce ohodnocování (oceňování)	112
10.2 Subjektivní koncepce oceňování	113
10.3 Tržní koncepce oceňování podniku	116
10.3.1 Neoklasika a její vývoj z pohledu koncepcí oceňování podniků	120
10.3.2 CAPM	124
10.3.3 Teorie Millera a Modiglianiho	128
10.4 Funkcionální koncepce oceňování podniku	132
10.4.1 Hlavní funkce ohodnocení podniku	134
10.4.2 Vedlejší funkce	135
10.4.3 Systematizace funkcí a důvodů pro ocenění	138
10.4.4 Metody oceňování a standardizované kategorie hodnot	140
10.4.5 Hodnota pro rozhodnutí	144

10.4.6 Rozhodčí hodnota	149
10.4.7 Argumentační hodnota a argumentační funkce	151
10.5 Souhrnný komentář k aplikacím a praktickému významu koncepcí ohodnocování podniku	153
Část III. Standardizace oceňování: význam a využití	157
11. Podstata standardizace jako potřeba redukce komplexity	159
12. Zdroje standardizace oceňování	164
13. Interdependence národních a nadnárodních regulací oceňování na příkladu České republiky	166
Část IV. Zákonná regulace oceňování podniku v České republice a teorie ohodnocování podniku	169
Část V. Mezinárodní oceňovací standardy	175
14. Počátky standardizace	176
14.1 Cíle a působnost IVS	176
15. Struktura standardů a hlavní kategorie hodnoty	178
16. Všeobecné oceňovací koncepty a principy	180
17. Vztah tržní hodnoty dle IVS a Fair Value dle IFRS	187
18. Metody ocenění dle IVS	188
18.1 Code of Conduct	191
18.2 Typy aktiv	192
19. Úvod do IVS 1, 2 a 3	194
19.1 Tržní a jiné než tržní kategorie hodnoty	194
19.2 Trhy	194
20. IVS 1 – Market Value Basis of Valuation (revize 2005 a 2007)	197
21. IVS 2 – Kategorie hodnot jiné než tržní hodnota	200
22. IVS 3 – Valuation Reporting (revize 2007)	203
23. International Valuation Guidance Note No. 6 Business Valuation	204
23.1 Tržní přístup k ocenění podniku (market approach)	205
23.2 Výnosové ocenění podniku (income capitalisation approach)	206
23.3 Ocenění majetkové (asset-based business valuation)	208

Část VI. IDW S 1	209
1. Úvodní poznámky	210
2. Základní pojmy	211
Obsah hodnoty podniku	211
Důvody pro ocenění	214
Funkce auditora	215
Hodnota a cena podniků a obchodních podílů	217
3. Obsah a relevance burzovních kurzů	218
4. Zásady pro odhad hodnoty podniků	220
Důležitost účelu ocenění	220
Ocenění hospodářských jednotek	220
Princip rozhodného dne	221
Oceňování provozně nutného majetku (odst. 24 a násl.)	222
Oceňování neprovozního majetku (odst. 59–63)	224
Přílohy Teorie oceňování podniků a standardy oceňování – shrnutí	229
Standardy oceňování: kdo, jak a proč?	229
Standardy a jejich vztah k ekonomické teorii	230
Terminologické kontroverze a dichotomie	230
Vztah ekonomické teorie a oceňovací metodologie	232
Teorie ohodnocování podniku	233
Kategorie hodnoty a typy aktiv	233
Tržní hodnota v rámci IVS	233
Podmínky nutné: aktiva, prodávající, kupující, určitý stupeň soutěže	234
Existuje objektivní tržní hodnota?	234
Existuje tržní hodnota aktiva dle IVS?	235
Existuje tržní hodnota podniku?	235
Význam burzovně organizovaných kapitálových trhů pro odhad tržní hodnoty podniků	236
Význam amerického kapitálového trhu pro ocenění podniků v České republice	236
Je tržní hodnota shodná s hodnotou objektivizovanou?	236
Jaký je vztah mezi tržní hodnotou a rozhodčí hodnotou (Schiedswert)?	240
Příklady	242
Příklad 1: Testování kategorie tržní hodnoty pro osobní automobil Škoda Octavia, rok výroby 2005, ocenění k datu 31. 7. 2009	242
Příklad 2: Přiřazení kategorie hodnoty pro podnik lékařské praxe, specializace zubní lékařství, lokalizace v Mnichově, rozhodné datum ocenění 31. 12. 2007	243
Příklad 3: Přiřazení kategorie hodnoty pro podnik lékařské praxe, specializace zubní lékařství, lokalizace v Jihlavě, rozhodné datum ocenění 31. 12. 2007	245
Příklad 4: Přiřazení kategorie hodnoty pro podnik v České republice	247
Shrnutí	250
Literatura	251
Rejstřík	260