Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta financí a účetnictví

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2017 **Bc. Lucie Jandová**

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta financí a účetnictví
Katedra finančního účetnictví a auditingu
studijní obor: Účetnictví a finanční řízení podniku

Vybrané metody kreativního účetnictví a jejich využívání v praxi

Autor diplomové práce	Bc. Lucie Jandová
Vedoucí diplomové práce	Ing. Mariana Peprníčková, Ph.D.
Rok obhajoby	2017

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Vybrané metody kreativního účetnictví a jejich využívání v praxi“ vypracovala samostatně a veškerou použitou literaturu a další prameny jsem řádně označila a uvedla v přiloženém seznamu.

V Praze dne 9. srpna 2017

- - - - - - - - - - - - - - - - - - -

Poděkování

V první řadě děkuji Ing. Marianě Peprníčkové, Ph.D., že se ujala vedení mé diplomové práce, a za její konstruktivní připomínky. Za spolupráci s šířením dotazníku děkuji jmenovitě Ing. Kateřině Sikorové z Komory auditorů ČR, Ing. Ladislavu Zemánkovi z Komory certifikovaných účetních, Mgr. Ing. Magdaléně Králové ze Svazu účetních ČR, Ing. Lucii Böhmové, koordinátorce spolupráce s absolventy VŠE, a také ostatním spolupracujícím organizacím, které dotazník zveřejnili. Velký dík patří všem respondentům, kteří našli čas i odvahu dotazník vyplnit. V neposlední řadě děkuji oběma recenzentům za gramatickou kontrolu práce a za korekturu anglické verze dotazníku.

Abstrakt

Cílem diplomové práce je klasifikovat metody kreativního účetnictví na základě především zahraničních zdrojů a ověřit jejich využívání v praxi v České republice. Praktická část práce se skládá nejprve z dotazníkového průzkumu, který se zaměřuje na účetní, controllery, finanční manažery a další finanční profese. Dále navazuje rozbor účetních výkazů vybraných společností, kde je analyzován vývoj cashflow ve vztahu k hrubému zisku. Poslední část obsahuje výpočet M-skóre podle modelu prof. Beneishe, které měří pravděpodobnost manipulace účetních závěrek.

Z provedeného průzkumu i analýzy vyplývá, že nejširší uplatnění nachází volba odpisové a oceňovací metody, využívání dohadných položek a časového rozlišení, leasingového financování nebo poskytování půjček mezi spřízněnými osobami. Obecně se techniky zaměřují více na položky výsledovky a cashflow a méně na rozvahové položky. S metodami se lze setkat nejpravděpodobněji v obchodních společnostech s obratem nad 5 miliard Kč a nejméně u společností ze sektoru služeb s obratem do 200 milionů Kč. Pozitivně vnímá kreativní účetnictví 36 % respondentů a negativně 42 %.

KLÍČOVÁ SLOVA: kreativní účetnictví, manipulace účetních výkazů, dotazníkový průzkum, analýza cashflow, model Beneish, M-skóre

Abstract

The aim of this diploma thesis is to classify creative accounting methods on the basis of mainly foreign literature sources and to prove their application in practice in the Czech Republic. The practical part consists of a questionnaire survey which targets at accountants, controllers, CFOs and other financial professionals. Subsequently, the analysis of financial statements of selected companies is carried out, in which the development of cashflow in relation to earnings before taxes (EBT) is evaluated. The last part contains the calculation of M score according to the model of professor Beneish which measures the probability of manipulation of financial reports.

From the carried-out survey and analysis results that the choice of depreciation and amortization methods, acrualls, leasing financing or loans among related individuals are of the broadest usage. Generally speaking, the techniques focus more on the items of income statement and cashflow and less on on-balance-sheet items. Methods can be found most probably at companies with turnover higher than 5 billion CZK and least probably at companies focusing on services with turnover to 200 million CZK. Creative accounting is perceived positively by 36 % of respondents and negatively by 42 % of respondents.

KEY WORDS: creative accounting, manipulation of financial statements, questionnaire survey, cashflow analysis, the Beneish model, M score

Obsah

ÚVOD **7**

1 VÝCHODISKA KREATIVNÍHO ÚČETNICTVÍ **9**

1.1 Základní pojmy 9

1.2 Úvod do problematiky kreativního účetnictví 14

2 VYBRANÉ METODY KREATIVNÍHO ÚČETNICTVÍ **17**

2.1 Výkaz zisku a ztrát 17

2.2 Rozvaha 20

2.3 Výkaz cashflow 22

2.4 Impression management 23

3 DOSAVADNÍ VÝZKUMY V OBLASTI KREATIVNÍHO ÚČETNICTVÍ **24**

3.1 Výzkumy z akademické sféry 24

3.2 Výzkumy profesních organizací a auditorských společností 26

4 METODOLOGIE VLASTNÍHO VÝZKUMU **29**

4.1 Dotazníkový průzkum 29

4.2 Analýza účetních výkazů 30

5 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ **33**

5.1 Povědomí o metodách kreativního účetnictví 34

5.2 Postoj ke kreativnímu účetnictví a strategie finančního řízení 40

6 IDENTIFIKACE METOD KREATIVNÍHO ÚČETNICTVÍ V ÚČETNÍCH VÝKAZECH **44**

6.1 Analýza přírůstku cashflow a zisku před zdaněním 44

6.2 Analýza M-skóre podle modelu Beneish 47

7 ZHODNOCENÍ VÝSTUPŮ A DÍLČÍ ZÁVĚRY **50**

ZÁVĚR **55**

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ **58**

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK **61**

PŘÍLOHOVÁ ČÁST PRÁCE **62**

„Naše hlava je kulatá, aby myšlení mohlo měnit směr.
Kreativita znamená vidět to, co vidí ostatní,
ale něco jiného si u toho myslet.“

Francis Picabia

Úvod

Smyslem finančních výkazů a účetnictví obecně je zobrazení ekonomické reality, tzn. hospodářské situace společností. Ze strany zájmových skupin je žádoucí, aby výkazy bylo možné porovnávat mezi jednotlivými subjekty navzájem. To není vždy reálné z důvodu odlišného právního a ekonomického prostředí, ve kterém společnosti působí, a s tím související regulací účetnictví, díky které existují výkazy sestavené s různými cíly podle různých pravidel. Klasickým příkladem je anglosaské prostředí, kde se historicky formovaly osvědčené zásady („best practice“) pod dohledem účetních a auditorských profesních organizací. Závěrka zde slouží primárně investorům, neboť společnosti získávají prostředky především na kapitálovém trhu. Protipólem je kontinentální Evropa, kde účetnictví slouží především pro stanovení základu daně, a je proto individuálně regulováno zákonem každého státu. Kromě toho společnosti získávají kapitál především formou úvěrů od bank, které jsou dalším významným uživatelem výkazů.

Z výše uvedeného důvodu existuje dlouhodobá snaha o standardizaci finančního výkaznictví napříč systémy i národními úpravami. Koncepční rámec účetního výkaznictví je zásadní dokument, který stanovuje účel a kritéria pro zobrazení prvků v účetních závěrkách společností v konkrétním účetním systému, a tím předurčuje jejich vypovídací schopnost a obsah (nikoli formu). Koncepční rámec k Mezinárodním účetním standardům (dále IFRS; IASB, 2011) říká, že účelem, resp. cílem závěrky je poskytnout užitečné informace pro rozhodování širokého spektra uživatelů, kterými jsou především investoři, dále věřitelé, zaměstnanci, banky, ale také zákazníci nebo státní orgány a instituce. Tohoto cíle je dosaženo dodržením kvalitativních požadavků předkládaných informací, nadefinováním prvků účetních výkazů i okamžikem a způsobem jejich zobrazení v účetní závěrce.

Velká míra rozhodování, jaké skutečnosti předložit uživatelům a jakým způsobem, je v kompetenci osob, které účetní závěrku připravují. To umožňuje částečně se odchýlit od pravdivého zobrazení finanční situace a výkonosti společnosti za účelem vylepšení jejích výsledků, obzvláště v situaci, kdy je personálně oddělená funkce manažera a vlastníka společnosti. Manipulace s účetní závěrkou může mít řadu podob s ohledem na aktuální potřebu společnosti a konkrétní zájmovou skupinu, na kterou cílí, a úzce souvisí s otázkou etiky v účetní profesi a s problematikou interních kontrolních systémů i externích auditů.

Poslední výzkumy i rostoucí četnost publikovaných (zahraničních) článků ukazují, že téma je stále aktuální a těší se dlouhodobému zájmu i bez medializace velkých účetních skandálů. Tento fakt si lze vysvětlit možná osobní zkušeností autorů nebo alespoň tušením, že tyto věci se zkrátka z podstaty věci dějí, a je dobré o nich mít určité povědomí, obzvlášť pokud se pohybujeme v účetní nebo auditorské praxi. Téma jsem si vybrala také z důvodu malého počtu prakticky orientovaných závěrečných prací na toto téma, které by zkoumaly využívání metod přímo osobami, které finance ve společnostech řídí.

Cílem diplomové práce je logicky utřídit a vysvětlit vybrané metody kreativního účetnictví, identifikovat jejich dopad na vypovídací schopnost účetní závěrky a dále zjistit a vyhodnotit, zda a do jaké míry jsou tyto metody používány v praxi u společností působících v České republice.

První část práce se zaměřuje na teoretické aspekty kreativního účetnictví. V první kapitole si vydefinujeme základní pojmy, které budou dále v práci používány, a dále nastíníme související témata. Ve druhé kapitole na základě především zahraniční literatury popíšeme několik metod kreativního účetnictví z každé oblasti

finančních výkazů včetně výkazu cashflow a podíváme se i na několik příkladů z praxe. Na toto téma bylo provedeno již mnoho výzkumů a ty nejzajímavější z nich za posledních 5 let budou představeny v kapitole třetí.

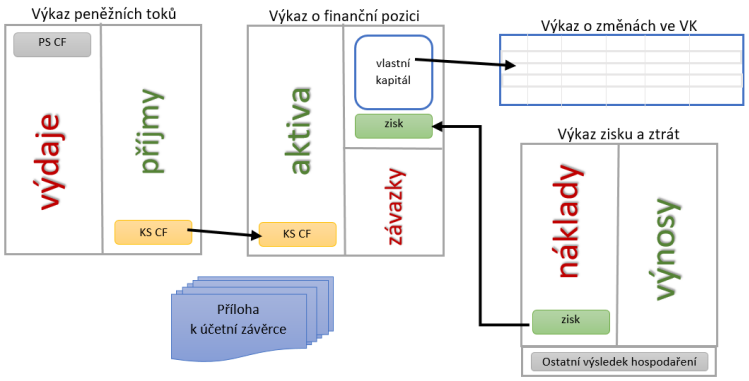
Druhá část práce je orientována prakticky. Čtvrtá kapitola se zabývá metodologií výzkumu, jejíž součástí bude stanovení hypotéz a popis nástrojů vlastního výzkumu. Jednak bude připraveno dotazníkové šetření, jehož výstupy najdete v kapitole páté. Další kapitola se bude zabývat analýzou účetních závěrek několika společností, kde budeme jednak prověřovat vztah cashflow a zisku před zdaněním za posledních 5 let, a dále počítat tzv. M-skóre, které určí, s jakou pravděpodobností jsou tyto vybrané účetní závěrky zmanipulované. V kapitole sedmé budeme získané výstupy porovnávat a interpretovat. Na závěr provedeme diskusi a shrnutí celé práce.

1 Východiska kreativního účetnictví

1.1 Základní pojmy

Nejprve si vymezíme pojmový aparát, jak bude dál v celé práci používán a chápán. Primárně budeme vycházet z Mezinárodních standardů pro finanční výkaznictví (International Financial Reporting Standards, dále IFRS), které budou doplněny o pohled amerických Všeobecně uznávaných účetních principů (Generally Accepted Accounting Principles, dále US GAAP), a dále o české účetní předpisy, tedy Zákon o účetnictví č. 563/1991 Sb., Vyhlášku 500/2002 Sb., České účetní standardy (dále ČÚS) a o Zákon o daních z příjmů č. 586/1992 Sb.

Základní **účetní kategorie**, tzn. aktiva, závazky, vlastní kapitál, náklady a výnosy budeme chápat dle pojetí koncepčního rámce IFRS (IASB, 2011). **Rozvaha** (balance sheet) je výkazem statickým a informuje uživatele o finanční pozici, tedy o jeho „bohatství“, měřeném jako aktiva po odečtení závazků, tzn. jako čistá aktiva, resp. vlastní kapitál. **Výkaz zisku a ztráty** (income statement, profit & loss, dále též výsledovka) měří výkonost podniku za účetní období, tedy zda podnik generoval zisk (zvýšení bohatství) nebo ztrátu. Dohromady s „ostatním úplným výsledkem (other comprehensive income, dále OCI) tvoří výkaz používaný v IFRS i US GAAP, tj. Úplný výsledek hospodaření. **Výkaz peněžních toků** (cash flow statement) zobrazuje peněžní příjmy a peněžní výdaje a informuje tak o likviditě společnosti i o tom, zda byly peněžní prostředky vytvořeny vlastní činností podniku (provozní cashflow) nebo z investiční činnosti či z financování. Doplňující informace jsou uživatelům k dispozici ve **Výkazu o změnách ve vlastním kapitálu** a v **Příloze** (notes) k účetní závěrce. Vztahy mezi výkazy a jejich základní strukturu znázorňuje obr. 1.



Obrázek 1 - Vztah mezi účetními výkazy (vlastní úprava)

V souvislosti s těmito pojmy je vhodné sjednotit anglickou terminologii, která často nemá ekvivalent v českém účetnictví (co do překladu i obsahu). Výnosy „revenues“ a náklady „expenses“ vznikají v souvislosti s hlavní činností podniku a zobrazí se výsledkově. Na druhé straně zisky „gains“ a ztráty „losses“ vznikají z činností, které nejsou přímo pod kontrolou společnosti, společnost je nemůže příliš ovlivnit. Typicky se jedná o přeceňování nebo prodej finančního majetku nebo kurzové rozdíly. Tyto transakce se vykazují rozvahově přes položky vlastního kapitálu (Kapitálové fondy) podle českých předpisů, resp. jako OCI podle IFRS nebo US GAAP. Mezinárodní účetní standardy IFRS používají souhrnné označení „income“ pro oba druhy přínosů (revenues & gains) a „expenses“ pro oba druhy nákladů (expenses & losses). V US GAAP se tyto souhrnné termíny nepoužívají (Kovanicová, 2005). Pro označení zisku se v US GAAP používá pojem „income“, v IFRS je běžnější pojem „profit“.

Kromě toho rozlišujeme náklady období a náklady produktu, což je členění, které využijeme mj. při oceňování položek ve finančním účetnictvím (Fibírová, 2015). Náklady období jsou společné pro více činností podniku, slouží k zajištění provozu a vstupují jednorázově do výsledovky v období, kdy vznikly. Náklady produktu přímo nebo nepřímo souvisí s konkrétním výrobkem, službou či majetkem vyrobeným ve vlastní režii.

Tyto náklady vstoupí do jejich ocenění a do výsledovky se promítnou až v okamžiku prodeje výrobku nebo služby, nebo postupně přes odpisy majetku, tak jak nám přispívá k získávání výnosů.

Za základní **pilíře finančního výkaznictví** (Kovanicová, 2005) jsou považovány obecně přijímané předpoklady a podrobnější zásady či principy, které vznikly historicky z potřeb uživatelů finančních výkazů i jejich tvůrců. Jsou považovány za hierarchicky nadřazené konkrétním účetním standardům či koncepčnímu rámci a můžeme říci, že mají všeobecnou platnost bez ohledu na regulatorní rámec účetnictví, i když svůj původ mají v amerických US GAAP[1].

Předpoklad ekonomické jednotky (Economic Entity) znamená, že účetnictví zobrazuje hospodářskou realitu za organizovaný ekonomický celek. Předpoklad trvání účetní jednotky (Going Concern) říká, že s majetkem a dluhy společnosti nenakládáme, jakoby společnost měla zaniknout. Předpokládáme, že bude ve své činnosti pokračovat a to po neomezenou dobu. Pokud by tento princip neplatil, položky majetku bychom např. vykazovali v jiném ocenění s ohledem na záměr je brzy prodat (v čisté realizovatelné hodnotě). Akruální koncept (Accrual Concept)[2] spočívá v zobrazování účetních transakcí dle jejich věcné a časové souvislosti bez ohledu na uskutečnění peněžních toků, což souvisí se souměřitelností výnosů a nákladů a vykazováním správné výše zisku (viz dále).

Mezi **obecné zásady a principy** můžeme zařadit následující (Kovanicová, 2005; Šrámková a Janoušková, 2015):

- princip opatrnosti (conservatism principle) spočívá v zobrazování realizovaných i očekávaných ztrát, zatímco zisky vykazujeme pouze realizované;
- princip ocenění v historických nákladech (historical cost) jako výchozí metoda ocenění;
- princip uznání výnosů (revenue recognition) říká, že výnos je možné zaúčtovat, pokud si jej jako dodavatel „zasloužíme“, tzn. splnili jsme vše, k čemu jsme se zavázali;
- princip přiřazování nákladů k výnosům (matching principle) říká, že do období patří ty náklady, které souvisí s výnosy ve stejném období bez ohledu na to, kdy proběhne platební transakce;
- zásada konzistence (consistency) a kontiuity je důležitým předpokladem pro srovnatelnost účetních výkazů. Říká, že používané účetní metody, postupy ale i klasifikace v účetních výkazech by měly být stálé a pokud dojde např. ke změně metody, musí o tom být uživatel informován v příloze k účetní závěrce;
- zásada významnosti (materiality) říká, že významné položky se uvádí samostatně, zatímco ty méně významné lze agregovat, přičemž hranice významnosti se stanoví vzhledem k obratu, výši aktiv nebo jiné veličině a podle k typu informace,
- zásada obsahu nad formou (substance over form) znamená, že každá transakce má být zaúčtována, resp. zobrazena z hlediska své ekonomické podstaty, nikoliv z hlediska právního (vyplývajícího např. ze smluv);

[1] Tam, kde je účetnictví regulováno zákonem a do značné míry podřízeno daňovým pravidlům, zákonodárce některé principy převzal, viz např. v ČR § 7 a § 8 zákona č. 563/1991 Sb., Zákon o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů.

[2] Opakem je účetnictví založené na peněžní bázi, kdy naopak sledujeme výhradně toky peněžních prostředků.

- zásada pravdivého a věrného zobrazení (true and fair view) je splněna, pokud jsou výkazy připraveny s ohledem na výše uvedené předpoklady a principy a „nejsou deformovány daňovými hledisky“ (Kovanicová, 2005), tzn. že účetnictví není podřízeno daňovým pravidlům.

Z výkazů můžeme dále vymezit některé obtížněji uchopitelné položky, které se zároveň často stávají předmětem kreativního účetnictví. **Goodwill** představuje jedno z neidentifikovatelných nehmotných aktiv, tzn. že je neoddělitelný od ostatních částí podniku, nelze s ním samostatně nakládat a společnost o něm běžně neúčtuje (Kovanicová, 2005). Vzniká až při akvizici (části) podniku, jako rozdíl mezi kupní cenou a reálnou hodnotou nabývaných čistých aktiv. Je to tedy jakýsi příplatek za nákup fungujícího podniku, který má vybudované postavení na trhu a svou značku. **Výzkum** (research) je definován jako primární zkoumání s cílem získat nové vědecké poznatky. **Vývoj** (development) je konkrétní využití takto získaných znalostí v praxi, např. pro zdokonalení výrobního procesu. Výzkum je podle US GAAP i IFRS vždy nákladem období a nelze jej aktivovat a uznat jako nehmotné aktivum. Vývoj může být aktivován pouze v IFRS a to při splnění mnoha podmínek; US GAAP aktivaci nepovoluje vůbec. V podmínkách ČR je úprava výzkumu a vývoje nejednoznačná. Jednak neexistuje významové oddělení obou pojmů, a dále mohou být buď jednorázově zahrnuty do nákladů, časově rozlišeny do více období nebo je lze aktivovat do dlouhodobého nehmotného majetku.

Podmíněným závazkem (contingent liabilities) nebo **podmíněnou pohledávkou** jsou takové položky, u kterých nemáme jistotu, zda vůbec nastanou, nebo je neumíme spolehlivě vyčíslit. Jejich vznik „závisí na budoucích událostech vyplývajících z minulých transakcí“ (Kovanicová, 2005). Z toho důvodu se v rozvaze neuvádějí. Lze je uvést v příloze k účetní závěrce podle zásady opatrnosti a s ohledem na významnost, tzn. že významné podmíněné závazky uvedeme vždy, zatímco pohledávky se spíše nevykazují.

Tiché rezervy můžeme charakterizovat jako část čistých aktiv společnosti, která nejsou vykázána v účetnictví a jsou způsobena podhodnocením aktiv nebo nadhodnocením dluhů, resp. nezahrnutím existujících aktiv nebo zahrnutím neexistujících dluhů do rozvahy (Fireš, Zelenka, 1997). Typickým případem, kdy tiché rezervy vznikají, je nepřeceňování aktiv na reálné hodnoty, ale může jít i o tzv. vykazované tiché rezervy, kam patří uplatnění zrychlených metod odepisování nebo kratší doba odepisování, dále nezahrnutí vedlejších pořizovacích nákladů do ocenění aktiv, nezrušení rezerv, jejichž existence již nemá opodstatnění, a stejně tak úpravy položek časového rozlišení.

Odložená daň je další účetní kategorie, která zajišťuje akruálnost výkazů. Tvoří se z přechodných rozdílů účetních a daňových základen aktiv a závazků na bázi individuální účetní závěrky a dále i v konsolidované účetní závěrce. Typickým příkladem jsou rozdílné účetní a daňové odpisy, tvorba opravných položek k pohledávkám a dále rozdíly z přeceňování. Šrámková a Janoušková (2015) uvádí příklad smluvních pokut, které jsou výnosem pro účetní jednotku v období vzniku nároku, ale zdaněny budou až v okamžiku přijetí platby. Aby byly náklady a výnosy srovnatelné, „dodaní“ se prostřednictvím odloženého daňového závazku a v dalším období se tato odložená daň přemění na daň splatnou, takže už v nákladech nebude figurovat.

Finanční (kapitálový) **leasing** je takový druh pronájmu, kdy pronajímatel převádí na nájemce rizika i přínosy plynoucí z pronájmu, a při jeho ukončení dochází k převodu vlastnických práv na nájemce. Standardy IAS 17[3] (IFRS) i ASC 840 (US GAAP) stanovují znaky, které musí finanční leasing splnit, jinak jde o leasing operativní. V případě finančního leasingu nájemce vykazuje majetek v aktivech a závazek z leasingu v reálné hodnotě aktiva

[3] Od 1. ledna 2019 vstupuje v platnost nový standard IFRS 16 (viz dále).

nebo v současné hodnotě minimálních leasingových splátek (nižší z hodnot). Pronajímatel proti tomu vykáže pohledávku ve výši současné hodnoty leasingových plateb. Při operativním leasingu zůstává majetek v rozvaze pronajímatele, který jej i odepisuje a účtuje výnos z nájemného, který je pro nájemce nákladem běžného období (Šrámková a Janoušková, 2015; Kovanicová, 2005). Podle českých účetních předpisů se vychází „z právního vlastnictví k předmětu pronájmu" (Bartůňková, 2012), čímž se stanoví, zda jde o leasing operativní nebo finanční. Nájemce eviduje v případě finančního leasingu používaný majetek pouze v podrozvaze, tedy mimobilančně, a v účetnictví zachycuje leasingové splátky. Pronajímatel má dál majetek ve svém účetnictví a také ho odepisuje, což je zcela v rozporu s ekonomickou podstatou transakce. V případě operativního leasingu je postup stejný až na to, že nájemce nemá najatou věc ani v podrozvahové evidenci. Od data účinnosti nového standardu IFRS 16 se mění model zobrazení leasingu u nájemce, kde se již nerozlišuje mezi operativním a finančním leasingem. Pro každý leasing trvající více než 12 měsíců nájemce vykáže závazek a najaté aktivum ve své rozvaze, a dále i odpisy tohoto aktiva (odděleně od úroků z leasingu).

V neposlední řadě je vhodné definovat různé úrovně marží, které lze sledovat v rámci výsledovky. V zahraničních zdrojích se setkáme s **hrubou a čistou ziskovou marží**. Hrubá (zisková) marže (gross profit margin) procentuálně vyjadřuje zisk na korunu tržeb před vlivem zdanění. Vypočítá se jako tržby z prodeje po odečtení nákladů na prodané výkony a vydělí se opět tržbami. V čisté (ziskové) marži (net profit margin) se počítá nejen s náklady na prodané výkony, ale od tržeb se v čitateli odečítají veškeré náklady (Maveric, 2014). Ve výkazu zisku a ztráty podle českých standardů najdeme **obchodní marži**, která vyjadřuje rozdíl tržeb z prodaného zboží a příslušných nákladů s prodejem spojených.

V souvislosti se základními pojmy ještě zmíníme rozdíl mezi **změnou účetních pravidel, změnou odhadu a chybou**, jak jej řeší Mezinárodní standard **IAS 8** (IASB, 2005; Šrámková a Janoušková, 2015)[4]. Podle něj může dojít ke změně účetních pravidel za předpokladu, že to povede k věrnějšímu obrazu účetní závěrky nebo to vyžaduje novelizovaný standard pro danou oblast. Taková změna má dopad i retrospektivně, takže vyžaduje doplnění o srovnávací období. Stejným způsobem se postupuje v případě chyby, kdy je také nutné zveřejnit opravené položky v příloze k účetní závěrce. Tyto retrospektivní účinky nemá změna odhadu, protože ta vychází z nových informací nebo okolností. Standard IAS 8 (IASB, 2005) uvádí, že v případě, kdy je obtížné rozhodnout, zda jde o změnu metody nebo změnu odhadu, má se účetní jednotka přiklonit k druhé variantě. Jako příklady odhadů uvádí tvorbu opravných položek k nedobytným pohledávkám nebo zásobám, určování fair value (reálné hodnoty) nebo stanovení výše odpisů.

Pojem **kreativní účetnictví** se významně zpopularizoval díky stejnojmenné knize Iana Griffithse v 80. letech (Griffiths, 1986; in Jones, 2011)[5], který jej popisuje jako legitimní nástroj pozměňování účetních záznamů za účelem vylepšení zisku, který se děje v každé společnosti ve Spojeném království. Jones (2011) chápe kreativní účetnictví podobně jako využívání flexibility či mezer v regulatorním rámci účetnictví, tzn. bez účetních podvodů, kterými by společnosti porušovaly účetní zákony či principy, přičemž ale v popředí jsou zájmy tvůrců účetních výkazů a nikoliv uživatelů. Takové jednání má za následek porušení „pravdivého a poctivého obrazu" o ekonomické situaci podniku.

[4] Obdobně i ASC 250 v US GAAP.

[5] Používání metod kreativního účetnictví je doloženo již z dob starověké Mezopotámie (Jones, 2011). Kovanicová (2005) uvádí existenci důkazů o auditních kontrolách finančních transakcí z téže doby.

Krupová (2001), jako jeden z mála českých autorů věnující se tomuto tématu, definuje kreativní účetnictví jako „zneužívání účetnictví s cílem lepší prezentace podniku v účetních výkazech“, přičemž podvody do definice také nezahrnuje[6]. Nutným znakem je podle autorky záměr výkazy zkreslit. Pokud se jedná o chybu, neuvedení údajů apod., nejde podle ní o kreativní účetnictví.

Širší definice kreativního účetnictví, které zahrnují i podvody, najdeme v publikacích z USA. Mulford a Comiskey (2005a) popisují kreativní účetnictví jako praktiky používané ke „hře s finančními čísly“, kam řadí všechny formy od agresivního účetnictví až po podvodné finanční výkazy, s cílem změnit dojem z dosažené výkonnosti společnosti.

Můžeme tedy shrnout, že kreativní účetnictví je soubor metod, kterými lze účelově zkreslit účetní závěrku, ale které jsou ještě v mezích daného regulatorního rámce, tudíž významným způsobem neporušují věrný obraz o hospodaření společnosti.

S pojmem kreativní účetnictví úzce souvisí následující termíny, které se do značné míry prolínají nebo překrývají. Různí autoři je vnímají s mírnými nuancemi (Jones, 2011; Drábková, 2011; Kovanicová, 2005; Mulford a Comiskey, 2005a), nicméně lze je zjednodušeně definovat následujícím způsobem. **Aggressive accounting** (agresivní účetnictví) představuje spíše expresivnější vyjádření bez významového posunu a můžeme jej definovat jako maximální možné využívání všech mezer v rámci účetní regulace pro dosažení požadovaného výsledku. **Window dressing** je soubor metod založených na vylepšování finanční pozice a výkonnosti společnosti a opět jde pouze o synonymum. **Earnings management** (řízení zisku) spočívá v používání takových metod, které zajistí dosažení předem stanoveného nebo očekávaného zisku. Jde o synonymum pro kreativní účetnictví používané americkými autory (Oliveras, Amat, 2004). **Income smoothing** (vyhlazování zisku) znamená, že společnost eliminuje fluktuace v zisku, aby působila dlouhodobě stabilním dojmem, a tvoří tak zároveň rezervy „na horší časy“. Mulford a Comiskey (2005a) metodu klasifikují jako podmnožinu earnings managementu. **Impression management** (řízení dojmu) znamená, že se společnost snaží prezentovat účetní závěrku uživatelům v lepším světle a používá se obvykle ve spojení s uváděním neúčetních informací a např. vizuálním zpracováním závěrky. Jako **fraudulent financial reporting** (podvodné účetní výkaznictví) se označují takové závěrky, kde byly prokazatelně použité techniky kreativního účetnictví v míře, kterou můžeme označit za materiální. Toto stanovisko je výsledkem šetření příslušných orgánů, které prokáží záměr zmanipulovat výkazy s cílem oklamat uživatele.

Drábková (2011b) rozlišuje způsoby manipulace s účetní závěrkou ze dvou hledisek. První je podle účelu řízení zisku (earning managementu), kam řadí income smoothing a big bath (viz dále). Druhé je členění z hlediska použitých metod, kam řadí agresivní účetnictví, mimobilanční financování a window dressing. Kovanicová (2005) vnímá pojem kreativní účetnictví jako synonymum k falšování účetních výkazů, kdy míra kreativity překračuje etické meze. Za dvě hlavní techniky považuje window dressing a mimobilanční financování, stejně jako Krupová (2001). Vidíme, že neexistuje obecně přijímané členění metod a technik kreativního účetnictví ani v rámci jednoho účetního systému. Každý autor vnímá pojmy individuálně, což způsobuje mj. obtížnější interpretaci a porovnání prováděných výzkumů.

[6] Ačkoli se značná část příspěvku věnuje boji proti kreativnímu účetnictví především formou harmonizace finančního výkaznictví.

Podvod je podle § 209, odst. 1 trestního zákoníku (zák. č. 40/2009 Sb.) takové úmyslné jednání, kdy osoba uvádí někoho v omyl za účelem vlastního obohacení nebo způsobení škody. Dále v § 254, odst. 1 popisuje podvod ve formě zkreslování údajů o stavu hospodaření a jmění, který spočívá v hrubém zkreslování výkazů nebo dokladů, uváděním nepravdivých informací nebo jejich zničení, poškození či zatajení. Králíček a Molín (2014) upozorňují na to, že zákon je platný na území České republiky ať už je účetní závěrka sestavena podle českých předpisů nebo podle IFRS.

Wells (2013) uvádí **tři druhy podvodu** – korupci, zpronevěru majetku a podvodné účetní výkaznictví a několik metod zneužívání postavení zaměstnanců, jako je např. nadhodnocování odpracované doby, poskytování slev na zboží spřízněným osobám nebo zneužívání majetku organizace. Králíček a Molín (2014) uvádí stejnou klasifikaci v kategorii vnitřních podvodných jednání, tj. v situaci, kdy je poškozena sama společnost nebo její vlastníci. Do vnějších podvodných jednání autoři řadí ty, které poškozují osoby v okolí podniku např. daňové, dotační, pojistné a úvěrové podvody, podvody ve vztahu k zákazníkům, spotřebitelům apod.

Podle Jonese (2011) je podvod ve finančních výkazech doprovodným jevem konání podvodů samotných a můžeme je rozlišit na dva základní druhy. Buď spočívá v používání zcela fiktivních transakcí nepodložených žádnou ekonomickou skutečností, nebo má formu zpronevěry majetku, nejčastěji krádež zásob nebo peněz zaměstnancem nebo managementem společnosti. Fiktivní transakce mají nejčastěji podobu fiktivních faktur. Typický je také odklon finančních prostředků např. do neexistující dceřiné společnosti se sídlem v daňových rájích, podložený systematicky vytvářenými fiktivními účetními doklady (Jones, 2011). Ke stejnému závěru dochází i Wells (2013), což vyplývá ze struktury jeho členění podvodů s odkazem na jejich zakrývání v účetnictví.

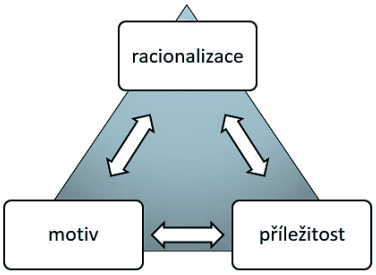
1.2 Úvod do problematiky kreativního účetnictví

Obecně lze rozlišit tři přístupy či **úrovně manipulace** s účetní závěrkou (Wells, 2013; Mulford a Comiskey, 2005a). V první úrovni se pohybujeme v rámci účetního systému a jde o volbu nejoptimálnější účetní politiky, např. o vhodné načasování zveřejňování informací nebo použití různých metod odhadů či oceňovacích technik. Další úroveň už je na hranici mezi kreativitou a podvodem, Mulford a Comiskey (2005a) ji nazývají výkladem či „aplikací účetní politiky“. Zde se využívá např. záměna změny metody a změny odhadu nebo chybná klasifikace prvků v rozvaze. Wells (2013) sem řadí i fiktivní transakce podložené fiktivními doklady, které ale neporušují významně vypovídací schopnost závěrky. Poslední stupeň je už za hranicí pravidel účetního systému. Wells (2013) jej popisuje tak, že účetní výkazy zobrazují, cokoliv si příslušná osoba přeje, díky kombinaci mnoha různých metod, které mají za následek zcela zkreslený obraz o finanční situaci a výkonnosti podniku.

Podobné členění uvádí i Drábková (2011b), která vychází z českých účetních předpisů. Nejnižší úroveň označuje za „běžné praktiky“ v rámci pravidel, kterými se nenarušuje věrný obraz o hospodaření účetní jednotky. Druhý stupeň už znamená uvádění nepravdivých informací, které podstatně zkreslují situaci a výkonnost podniku a jsou řešeny podle § 37 a násl. zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví (část Správní delikty). Třetí stupeň už je dle Drábkové (2011) na úrovni podvodného účetního výkaznictví a řadí sem především vykazování zcela fiktivních transakcí, které hrubě zkreslují předkládané informace. Toto jednání spadá pod zákon č. 40/2009, Trestní zákoník, nicméně autorka uvádí, že je velice obtížné prokázat takový úmysl. Častější jsou podle ní sankce vyplývající z krácení daní, které upravuje zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. Vidíme, že hranice mezi kreativním účetnictvím a podvodnými účetními výkazy není jednoznačná.

První použití kreativního účetnictví podle Jonese (2011) obvykle začíná tím, že společnost nedosáhla zisku, který plánovala a tak se uchýlí k drobným úpravám v účetní závěrce. V dalším roce se zisk ještě zhorší, protože se neřešili příčiny problému, ale následky, a manažer je nucen do výsledku zasáhnout ještě více agresivními technikami. Tím se roztáčí spirála, kterou se pomalu společnosti přibližují k podvodnému manipulování s účetními záznamy, které mají kromě jiného za cíl maskovat dříve provedené úpravy (Mulford a Comiskey, 2005a).

Prostor pro využívání metod kreativního účetnictví nastává tehdy, pokud výsledky společnosti nedosahují očekávaných hodnot nebo jí hrozí finanční problémy (motiv) a management má příležitost výsledky zkreslit. Posledním krokem je vnitřní zdůvodnění, racionalizace. Hovoříme o tzv. **trojúhelníku podvodu** (Wells, 2013; též Králíček a Molín, 2014).



Obrázek 2 - Trojúhelník podvodu (vlastní úprava)

Nejčastěji iniciují manipulaci s účetními závěrkami osoby na pozici top manažerů. Wells (2013, str. 310) cituje studii Komise pro cenné papíry (Security of Exchange Commission, dále SEC) z roku 2010, která zjistila, že v 89 % případů se takového jednání přímo účastní CEO nebo CFO společnosti. Další skupinou jsou osoby středního a nižšího managementu zodpovědné za výsledky svých divizí či oddělení, příp. jde o organizovanou skupinu lidí napříč společností.

Motivy, které management vedou k používání kreativního účetnictví, lze rozdělit do čtyř hlavních skupin (Jones, 2011; Wells, 2013):

1. osobní stimuly – odměna manažera z generovaného zisku nebo hodnoty akcií firmy, osobní uspokojení;
2. uspokojit očekávání trhu nebo vlastníků (celková výkonnost společnosti);
3. speciální důvody – žádost o úvěry, vstup na burzu, spojování podniků, nový management, vytváření tichých rezerv na horší časy;
4. zatajování úprav výkazů z minulosti.

Mulford a Comiskey (2005a) uvádí motivy komplexněji z pohledu společnosti jako celku a rozlišují 4 hlavní skupiny a jejich konkrétní cíle:

1. efekt na hodnotu akcií – zvýšení ceny akcií, stabilizace hodnoty v čase, zvýšení ocenění společnosti;
2. efekt na výpůjční náklady – snížení jejich hodnoty, lepší kredibilita, vyšší rating společnosti;
3. efekt na odměny pro management – růst bonusů;
4. efekt na politické náklady[7] - vyhýbání se vysokému zdanění, snižování regulace.

Řešení vztahu mezi vlastníky a manažery, tzv. **Corporate Governance** (Správa a řízení společností, dále též CG), má základ v teorii zastoupení (Agency Theory). Tu lze zjednodušeně popsat tak, že vlastník (principál) najímá management (agent), aby za něj rozhodoval a řídil společnost v jeho prospěch (Králíček, Molín, 2014). Protože existuje informační výhoda manažera, který je v centru dění a má lepší přehled o situaci ve společnosti, může

[7] Politické náklady (political costs) lze vysvětlit jako náklady firem způsobené politickými rozhodnutími. Teorie předpokládá, že společnosti snižují své zisky v aktuálních obdobích, aby např. snížily míru zdanění nebo dosáhly výhod pro malé a střední podniky (zdroj: www.accountingscholar.com).

této informační asymetrie využít a maximalizovat svůj prospěch. Z toho důvodu existuje celý systém vnitřních a vnějších kontrol a správních orgánů, které mají vlastníky chránit.

Kovanicová (2005) uvádí, že externí audit účetních výkazů představuje zásadní nástroj ochrany práv vlastníků společnosti. Jeho cílem je ověřit nezávislým auditorem výkazy společnosti, otestovat úroveň interních kontrol a vyjádřit se, zda výkazy splňují podmínku „věrného a poctivého obrazu" a jsou spolehlivé pro rozhodování uživatelů. Práce auditora nespočívá v odhalování chyb, ale v hledání „materiálních nesprávností". Mezinárodní auditorský standard ISA 240 řeší, jak postupovat, pokud má auditor podezření, že narazil na podvod (IAASB, 2004). Müllerová a Králíček (2014) však upozorňují, že častěji půjde o odhalení neúmyslné chyby, než podvodu, neboť ten je obvykle promyšleným způsobem zakryt a auditorovi jsou předkládány upravené výkazy a podklady.

Oddělená role vlastníka a manažera je typická pro anglosaskou oblast, kde je díky tomu odděleno i finanční účetnictví pro externí uživatele a manažerské účetnictví pro řízení a rozhodování (Fibírová, 2015). Zároveň zde má dlouhou tradici auditorská profese a další profesní organizace. V podmínkách kontinentální Evropy byly tyto role vždy spíše propojeny, investor má zároveň přístup k manažerským informacím, protože je členem řídících orgánů společnosti, a své uplatnění zde nachází spíše vnitřní kontrolní systémy, kam řadíme např. schvalovací postupy, spolehlivost účetnictví vč. vnitropodnikových směrnic a dodržování právních předpisů (Králíček, Molín, 2014).

Z výše uvedeného je zřejmé, jak kreativní účetnictví souvisí s problematikou **etiky**. Müllerová a Králíček (2014) uvádí, že jedním z rizikových faktorů pro podvodná jednání je právě neetická kultura a negativní pracovní prostředí. Certifikovaní účetní i auditoři jsou vázáni etickými kodexy svých organizací, stejně tak řada společností vypracovala interní etické kodexy, které upravují hodnoty společnosti a vztah zaměstnanců, managementu a vlastníků společnosti.

Např. Etický kodex Svazu účetních (2009) uvádí v článku 2, že účetní se může dostat do střetu zájmu s manažerem nebo se spřízněnou osobou, kdy tyto osoby mohou požadovat, aby jednal v rozporu se zákonem nebo s profesními standardy. Takovou situaci má řešit podle interních pravidel, příp. se obrátit na orgány interní kontroly. Pokud závažný etický problém trvá, má dát výpověď a informovat o všem akcionáře či vlastníky společnosti.

Jones (2011) naproti tomu uvádí neprofesionalitu externích auditorů a jejich selhání jako jeden z častých důvodů neodhalení neetických metod kreativního účetnictví. Taková selhání v USA v minulosti vedly k přijetí známého zákona Sarbanes-Oxley Act (dále SOX) v roce 2002, který má řadou opatření předcházet účetním podvodům a chránit zájmy investorů.

2 Vybrané metody kreativního účetnictví

Každý účetní výkaz je sestavován za jiným účelem, a proto budeme sledovat metody kreativního účetnictví právě podle jejich částí. Vybrané metody podle pojetí různých autorů vždy začleníme do příslušné kategorie tak, abychom získali základní přehled – výčet tedy nebude všeobsahující. Kromě vysvětlení podstaty a vlivu na účetní závěrku, uvedeme v některých příkladech i příklady z praxe, kdy tyto metody byly použity, a jaké to mělo následky.

Jones (2011) uvádí pět obecných strategií manipulace s účetními výkazy, které pro nás představují východisko:

- růst výnosů,
- snižování nákladů,
- růst aktiv,
- snižování závazků,
- zvyšování cashflow.

Strategie vychází z anglosaského prostředí (konkrétně z Velké Británie), kde je primárním uživatelem investor, takže se management snaží zisk zvýšit a finanční pozici zlepšit za účelem dobrého jména společnosti a svých odměn. Výkazy sestavené podle českých účetních předpisů, které slouží primárně pro stanovení základu daně z příjmu právnických osob, budou volit strategie opačné a zisk spíše snižovat. Pokud bude cílem úpravy výkazů např. minimalizovat základ pro výplatu dividend, můžeme se setkat se strategiemi snižování zisku bez ohledu na systém regulace účetnictví (Fireš, Zelenka, 1997).

2.1 Výkaz zisku a ztrát

2.1.1 Oblast výnosů

Jones (2011) uvádí jako nejběžnější metodu zvyšování výnosů **předčasné uznání prodejů** a zaúčtování výnosu např. v okamžiku podpisu smlouvy o prodeji nebo ihned po dokončení produktu před jeho odesláním zákazníkovi. Mulford a Comiskey (2005a) podle amerického přístupu přidávají i fiktivní fakturace a připomínají, že otázka okamžiku uznání výnosů stále není jednoznačně zodpovězena. Kovanicová (2005) také poukazuje na problematiku uznávání výnosu, kdy manažer, hodnocený dle výše zisku, preferuje uznání výnosu co nejdříve, zatímco vlastník preferuje uznávání co nejpozději, kdy je co nejjistější, že pohledávka bude uhrazena a zisk se přemění na peníze. Wells (2013) rozlišuje jednak vykazování zcela fiktivních výnosů a chybné zařazení výnosů a nákladů do období.

Jones (2011) v této souvislosti uvádí příklad společnosti z Velké Británie, která fakturovala větší objem služeb, než reálně poskytla a následně je v dalším období dobropisem rušila, ale současně vydala další nadhodnocené faktury. Celkově došlo ke zvýšení výnosů o 25 milionů GBP. Na nesrovnalosti upozornil nový ředitel divize a propuštěni byli čtyři výkonní manageři. Obvyklé je také přesouvání výnosů na pomezí účetních období, kdy se lednové objednávky ještě uznají jako výnosy prosince minulého roku.

Drábková (2011a) i Krupová (2001) navíc v kontextu zvyšování tržeb poukazují na chybné zobrazení **slev při včasné úhradě** faktury, kdy jsou zaúčtovány výnosy v plné výši a nevyužitá sleva se zobrazí jako sankce za pozdní úhradu. Tím se mění struktura výnosů a aktiv a porušuje se zásada podstaty nad formou. Správné by

bylo snížit pohledávku i výnosy o uplatněnou slevu. Mulford a Comiskey (2005a) zmiňují i problematiku fiktivních fakturací mezi spřízněnými osobami.

Druhou metodou je **zvýšení výnosových úroků** z investic, které má vysoce rizikový charakter. Jones (2011) prezentuje metodu na příkladu společnosti Polly Peck, která si půjčila švýcarské franky s nízkou úrokovou mírou a investovala je obratem do tureckého dináru za vyšší úrok, takže vylepšila výkaz zisku a ztráty o 12,5 milionu GBP. Následně ale turecký dinár významně deprecioval vůči švýcarskému franku a výsledkem byla ztráta z přecenění aktiv ve výši 44,7 milionů GBP.

Zacházet **s úvěry jako s výnosy** je další varianta, jak v některých případech zlepšit zisk společnosti i když už se dostáváme do agresivnější formy manipulace s výkazy. Proti přijatým prostředkům z veřejného sektoru společnost vystavila fiktivní fakturu a zaúčtovala je jako výnos. Zároveň poskytovala půjčky svým zákazníkům, kteří si z nich kupovali její produkty a tím dosáhla stejného výsledku podruhé (Jones, 2011). Známý je případ Enronu, kde už se dostáváme mimo kreativní účetnictví do sféry podvodu. Půjčky od obchodních zástupců byly účtovány jako zálohy z uzavřených obchodů.

2.1.2 Oblast nákladů

Abychom dosáhly vyššího zisku, náklady je nutné snížit. Podle Jonese (2011) i Mulforda a Comiskeyho (2005a) je nejčastější metodou účelové **rozpouštění rezerv** nebo **kapitalizace nákladů** (v české terminologii „aktivace“ nákladů). Aby bylo možné rezervu zrušit, nejdříve je třeba mít důvod pro její vytvoření a záměrně ji nadhodnotit, takže přebytek jako tichá rezerva čeká na rozpuštění a zvýší zisk společnosti, když je to nejvíce žádoucí. Drábková (2011a) uvádí případ tvorby rezervy na odstupné, kdy se následně rozhodne, že osoba propuštěna nebude, ale rezerva už se nezruší. Jones (2011) uvádí příklad akvizice jiné společnosti, na jejíž nákup se vytvoří účetní rezerva dle kupní ceny pokrývající čistá aktiva společnosti a goodwill. Následně po převzetí odepíše značnou část těchto aktiv, např. nedobytné pohledávky nebo prodá majetek nabyté společnosti. Tím získá důvod pro rozpuštění části rezervy ve svém účetnictví a zvýší si zisk. S tím souvisí i „velkorysost“ společností ke špatným dluhům a nedobytným pohledávkám, které umožní vytvářet opravné položky, když je třeba upravit zisk (Jones, 2011). Kromě toho lze tiché rezervy tvořit, když má společnost příliš dobré výsledky, a rozpouštět, když se jí příliš nedaří, a tím stabilizuje svůj zisk v dlouhodobějším horizontu (Fireš, Zelenka, 1997).

Metoda **kapitalizace nákladů** je obecně známým a jednoduchým modelem snížení nákladů, resp. přesunutí nákladů do dalších období. Jones (2011) uvádí kreativní pojetí úrokových nákladů, které plynou z úvěru na pořízení dlouhodobého odepisovaného aktiva a některé společnosti ve Spojeném království je skutečně promítly do jejich ocenění. Kromě toho jsou diskutabilní položky nákladů na vývoj software a na výzkum a vývoj obecně, kde je jejich zobrazení v účetnictví nejednoznačné v některých národních úpravách včetně české. Extrémní je známý případ WorldCom, kdy společnost kapitalizovala s mírnou nadsázkou téměř vše, dokonce i náklady na opravy nebo platy svých zaměstnanců, kteří se starali o údržbu telekomunikačních sítí (Jones, 2011).

Metoda **big bath** („velká lázeň“) souvisí s podnikovými kombinacemi, ale používá se i v případě nástupu nového managementu do firmy (Jones, 2011) nebo při restrukturalizaci (Mulford a Comiskey, 2005a). Podstata spočívá v jednorázovém zaúčtování nákladů, o kterých víme, že by se do výsledovky promítly až postupně v několika letech. Cílem je jednak využít příležitost a zajistit si do budoucna lepší výsledek bez těchto nákladů, ale zároveň poukázat i na to, že předchozí management hospodařil špatně. Jde tedy v běžném roce naopak

o snahu snížit zisk za účelem budoucích lepších výsledků (Drábková, 2011). Mulford a Comiskey (2005a) řadí big bath jako samostatnou metodu kreativního účetnictví.

Další metodou je **prodlužování doby odepisování** aktiva. Odepisování probíhá na základě odhadu předpokládané doby, resp. kapacity, po kterou bude aktivum přinášet výnosy. Odhadujeme i zbytkovou neodepisovatelnou hodnotu, tedy zpětně získatelnou částku, za kterou bude aktivum prodáno v okamžiku vyřazení. Kromě toho existuje řada metod, jak odpisy počítat a tím náklady optimalizovat (Krupová, 2001).

Na druhé straně může být zisk snížen zanesením **neexistujících nákladů** do účetnictví. Wells (2013) uvádí např. mzdová schémata, kdy jsou odměny vypláceny neexistujícím zaměstnancům. Zde je ovšem problém reálného odtoku finančních prostředků, který pro společnost není žádoucí. Drábková (2011a) upozorňuje na snižování daňového základu **předčasným zařazením majetku** do užívání a tedy dřívějším účtováním o odpisech, což lze identifikovat jako podvod krácení daně podle českých předpisů.

Poslední vybranou možností je různé nakládání s **goodwillem** v dalších obdobích po akvizici. Podle mezinárodních standardů IFRS se testuje na impairment, tedy stanovuje se podíl znehodnocení, pokud k tomu existují důvody. V našich podmínkách (stejně jako v dalších národních úpravách) se goodwill systematicky odepisuje, přičemž je stanovena maximální doba odepisování.

2.1.3 Výsledovka jako celek

Mulford a Comiskey (2005a) zmiňují, že **provozní zisk** (operating income) investory zajímá více než čistý zisk (net income), protože nejlépe zobrazuje, jak dobře společnost prodává své výkony, což je pro její fungování stěžejní. Mnohdy tak dochází k záměně mezi provozním ziskem a ostatními položkami výkazu. Zde autoři uvádí příklad společnosti, která zisky ze zajištění kurzu cizích měn zahrnula místo do OCI do provozního zisku. Různé zahrnování výnosových a nákladových položek dává následně různé výsledky při výpočtu hrubé ziskové marže (gross margin) a způsobuje jejich neporovnatelnost. Na problém **převodů cizích měn** upozorňuje i Krupová (2001), mj. v souvislosti se stanovením, jaký kurz k jakému okamžiku pro jednotlivé převody použít. Tato transakce má vliv jak na výsledovku, tak i na ocenění aktiv a závazků v rozvaze.

Metoda **income smoothing**, tedy vyhlazování zisku, příp. výnosů a nákladů zvlášť, se děje např. prostřednictvím položek ostatní výnosy a ostatní náklady. Mulford a Comiskey (2005a) to uvádí na příkladu společnosti, u které položka „ostatní výnosy“ významně kolísala nejprve z 2,3 milionů USD na -0,7 milionu USD a následně na +5,7 milionů USD, ale výsledné celkové výnosy za tato tři období rostly tempem nejprve cca +1 %, následně +22 %. Účel je v tomto případě poměrně nápadný.

Snížení daňové povinnosti může být považováno za kreativní účetnictví, pokud společnost využívá všech možností daných zákonem. Pokud se dani vyhýbá např. tím, že nepřiznává část zisku, jde o podvod. Wells (2013) např. uvádí metody **snižování tržeb** bez vydávání dokladu při prodeji za hotové, které už řadí do kategorie podvodu. Případně může být doklad vydán, ale následně jsou odepisovány nedobytné pohledávky nebo je poskytnuta fiktivní sleva bez vědomí protistrany, která už fakturu uhradila v plné výši. Tím je dosaženo vyšších příjmů mimo účetní záznamy.

Fireš a Zelenka (1997) poukazují na další možnosti využití **tichých rezerv** v kontextu snižování daňové základny. Účetně se jedná pouze o odložení daňové povinnosti, neboť v okamžiku, kdy bude tichá rezerva rozpuštěna, zisk se zvýší. Podstatnější je ale dopad na cashflow, kdy můžeme na určitou dobu zadržet více

peněžních prostředků a nechat je zhodnocovat nebo je investovat. Autoři zmiňují, že nemalý význam má tato daňová optimalizace i v případech progresivního zdanění.

2.2 Rozvaha

2.2.1 Oblast aktiv

Jak vyplývá z výše uvedeného, transakce s vlivem na zisk se promítají často i do stavu aktiv. Z dalších metod, které zatím nebyly uvedeny, za zmínku stojí přeceňování majetku a obecně kategorie nehmotných aktiv, která jsou ze své podstaty předmětem kreativního účetnictví.

Jones (2011) uvádí na prvním místě nadhodnocování **goodwillu** při podnikových akvizicích pro vylepšení finanční pozice a neúčtování o impairmentu, které musí být zdůvodněno. Goodwill je obecně problematickou položkou. Jednak je značně volná jeho úprava co do výpočtu, samotné ocenění jmění znalcem je také do jisté míry subjektivní záležitostí. V některých úpravách se testuje pouze na impairment (IFRS), v úpravě podle českých pravidel i podle UK GAAP (u společností neregistrovaných na burze) se odepisuje po stanovenou dobu. Podobný problém nastává při diskusi o zahrnutí či nezahrnutí **hodnoty značky** do aktiv (Jones, 2011). Společnosti, které potřebují svoji rozvahu vylepšit, hledají důvody, proč např. patenty nebo registrované know-how ocenit a vykázat jako svůj majetek.

Problém různých metod **oceňování aktiv** je aktuální ve všech účetních systémech a dává prostor k využití kreativity ve velkém měřítku. Wells (2013) i Mulford a Comiskey (2005a) např. uvádí nadhodnocení aktiv při jejich pořízení a dále nepřeceňování na nižší úroveň, která vyplývá např. ze situace na trhu. Drábková (2011a) v případě nadhodnocování aktiv uvádí předčasnou **aktivaci nedokončené výroby**, kde je prostředkem např. variabilní výrobní režie, nebo zahrnutí správní režie do ocenění nedokončené výroby ke dni účetní závěrky. Další metody, jak aktiva zvýšit, spočívají v zanesení majetku „objeveného“ při **inventarizaci**, který doposud nebyl v evidenci.

V případě oběžného majetku je zásadním nástrojem volba metody při vyskladňování zásob. Podle amerických US GAAP je možné **zásoby** při vyskladnění oceňovat i metodou LIFO (last in, first out), kterou Mulford a Comiskey (2005a) uvádí také jako kreativní metodu. Nemálo významné jsou pak i daňové dopady, kvůli kterým je tato metoda u nás zakázána. Pokud roste cena zásob na vstupu (např. z důvodu inflace), metodou FIFO (first in, first out) dosáhneme vyššího zisku než metodou LIFO. Je skutečností, že metody FIFO a metoda průměrných nákladů přiřazují současné výnosy k minulým nákladům, takže porušují zásadu matching principle (Krupová, 2001).

V kontextu českých účetních standardů jmenujme vykazování **fiktivních pohledávek** za upsaný nesplacený vlastní kapitál, které mohou v rozvaze zůstat po několik období (Drábková, 2011), nebo nepřiměřenou tvorbu opravných položek dle stáří pohledávky, která se promítá i do výše zisku. Krupová (2001) upozorňuje i na **snižování úrovně pohledávek** pomocí faktoringu. Častá je také podle ní záměna **technického zhodnocení** a nákladů na opravy a udržování. V neposlední řadě existují snahy o oceňování majetku pod stanovenými hraničními hodnotami pro uznání jako aktivum, takže jsou jednorázově zahrnuty do nákladů.

2.2.2 Oblast závazků

Pro zlepšení finanční pozice je žádoucí závazky snižovat. Pokud má společnost finanční potíže a není schopná závazky hradit, může se uchýlit k **mimobilančnímu financování** (Kovanicová, 2005). V případě Enronu existovaly dceřiné společnosti (Special Purposes Entities, dále SPE), přes které byly získávány půjčky na financování činnosti celé společnosti, ale nesplňovaly pravidla pro zahrnutí do konsolidačního celku, takže rozvaha společnosti jako celku vypadala zdravěji (Jones, 2011; Kovanicová, 2005). Významným nástrojem mimobilančního financování je využívání operativního leasingu, který bude od roku 2019 upraven novým standardem IFRS 16, jehož záměrem je právě mimobilanční financování omezit.

Podobný problém je s **podmíněnými závazky**, které se vykazují jen v příloze k účetní závěrce, pokud je pravděpodobné, že se stanou závazkem skutečným, a pokud jsou významné. Obvykle se týkají soudních sporů, kde není jisté, že předpokládaná povinnost úhrady nastane. Zde by tedy bylo v kontextu snižování závazků v rozvaze možné vykazovat i skutečné závazky jako podmíněné.

Drábková (2011a) mimo jiné zmiňuje **poskytování půjček** na začátku období a jejich splacení na konci období, aby se tyto závazky nedostaly do účetních výkazů, ale společnost měla během účetního období prostředky k dispozici. Krupová (2001) naopak uvádí tzv. **půjčky přes konec účetního období**, kdy existuje snaha obvykle spřízněných společností zlepšit ukazatele pro finanční analýzu, přičemž obratem po novém roce je půjčka splacena.

Reklasifikace dluhu na vlastní kapitál je další možností, jak závazky snížit. Společnosti se snaží udržet určitou míru zadlužení, která je pro ně žádoucí. Nástrojem pro dosažení takové míry zadlužení mohou být konvertibilní dluhopisy (Jones, 2011). V okamžiku splatnosti jmenovité hodnoty dluhopisu má věřitel na základě opce možnost volby, zda chce vyplatit peníze, nebo chce získat akcie společnosti. V účetní závěrce se až do té doby zobrazuje dlouhodobý závazek (Saxo Bank, 2016). Pokud věřitel předem před splatností potvrdí zájem o vydání akcií a vzdá se tak možnosti vyplacení jmenovité hodnoty, např. formou písemné neodvolatelné dohody, v účetnictví se dluhopisy reklasifikují do vlastního kapitálu již k tomuto okamžiku. Takovou dohodu využila brazilská společnost ze skupiny Parmalat v roce 2004. Jones (2011) uvádí, že přesun byl korektní, ačkoliv existovalo podezření, že věřitelem-investorem byla další z dceřiných společností, Parmalat Finance Corp. (skutečný investor nebyl nikdy zveřejněn).

Drábková (2011a) uvádí příklad opačný, kdy je vlastní kapitál zobrazen jako dluh. Konkrétně se jedná o (dodatečné) vklady společníků do základního kapitálu vč. úhrad na bankovní účet, které se vykáží jako závazek. Mulford a Comiskey (2005a) uvádí **zvyšování závazků** pomocí účtování o fiktivních mzdách, benefitech, pojištění nebo závazcích z výzkumu a vývoje, které nakonec nebudou nikdy uhrazeny.

2.2.3 Rozvaha jako celek

Celkově může být záměrem kreativního účetnictví nadhodnocení vlastního kapitálu, resp. čistých aktiv za účelem zvýšení hodnoty akcií, tzn. využívá se kombinace metod snižující závazky a zvyšující aktiva. Mulford a Comiskey (2005a) uvádí příklad americké společnosti, která při emisi ocenila akcie ve jmenovité hodnotě 250 000 USD na více než 750 000 USD, což evidentně neodpovídalo tržní hodnotě s ohledem na tehdejší vývoj společnosti.

Na straně aktiv i pasiv můžeme dále identifikovat účetní položky, které mají primárně zajistit akruálnost účetního výkaznictví a jsou založeny na volbě metody nebo přímo na odhadech. Z toho samého důvodu mohou

být využity jako nástroj kreativního účetnictví. Jedná se o položky **časového rozlišení**, v anglické terminologii označované jako „accrued assets/revenues" na straně aktiv, resp. „accrued liabilites/expenses" na straně pasiv, a **dohadné položky**. Podobný charakter mají i **rezervy**, které také slouží k tvorbě tichých rezerv. O některých metodách bylo pojednáno v předchozí části. Zde zmiňme ještě situaci, kdy jsou náklady vytvářeny pouze pro daňové účely při stanovení základu daně a v účetnictví se vůbec neobjevují (Drábková, 2011), což je v českém kontextu považováno za hrubé porušení vypovídací schopnosti účetní závěrky.

Za zmínku stojí i problematika **odložené daně**, která může nabývat podobu odložené daňové pohledávky nebo závazku. Drábková (2011a) uvádí jako příklad nezaúčtování odloženého daňového závazku k majetku, jehož hodnota poklesla a nebyla k němu tvořena opravná položka, a zároveň byl prodán pod cenou. Z toho důvodu nebyla správně odvedena daň.

2.3 Výkaz cashflow

Relativně samostatnou oblastí je pak sledování a úprava výkazu cashflow. Řízení peněžních prostředků podle Kovanicové (2005) velmi zaměstnává finanční manažery, ačkoliv obvykle netvoří v porovnání s jinými aktivy natolik významnou položku. Výši finančních prostředků je potřeba optimalizovat tak, aby se společnost nedostala do problémů s placením, zároveň ale není možné udržovat příliš vysoký stav okamžitě likvidních peněz z důvodu nízkého zhodnocení. Velký objem peněz v pokladně nebo na běžných účtech zároveň dává příležitost ke krádežím a manipulacím, kterým je nutné předcházet vhodně nastavenými interními kontrolami (Králíček, Molín, 2014). Na důležitost řízení cashflow upozorňuje Kovanicová (2005) i v souvislosti s výplatou dividend. To, že společnost vykázala zisk, příp. má vysoké nerozdělené zisky minulých let, neznamená, že má k dispozici i odpovídající objem peněz. Z toho důvodu je vhodné sledovat i očekávané peněžní toky v budoucích obdobích.

Kreativní úprava výkazu o peněžních tocích je dle Jonese (2011) nejobtížnější oblastí a spočívá hlavně v načasování, kdy a jak informace prezentovat v závěrce, protože společnost buď hotovost má, nebo nemá. Obecně platí, že je lépe mít hotovost dříve, nežli později. Nejběžnějším způsobem manipulace je záměrné chybné zahrnutí příjmů a výdajů do jednotlivých kategorií s cílem zlepšit nejčastěji **provozní cashflow**. Základním přístupem je maximalizace provozních příjmů a minimalizace provozních výdajů (Jones, 2011).

Mulford a Comiskey (2005b) rozpracovávají kreativní způsoby vykazování cashflow detailněji a z pohledu US GAAP. Hlavním cílem je udržování přibližně stejné úrovně provozního cashflow, resp. tzv. volného cashflow (free cashflow). To autoři charakterizují jako provozní cashflow po odečtení investičních (kapitálových) nákladů (capital expenditures, dále též CAPEX[8]) příp. i po odečtení výplaty dividend z přednostních akcií. Způsobů dosažení tohoto cíle může být hned několik (Mulford, Comiskey, 2005b). Autoři rozlišují zvlášť záměnu investičního cashflow a finančního cashflow za operativní.

V případě **akvizice** jistá společnost uvedla nákup jiné společnosti správně jako investiční výdaj, nicméně následně rozprodala část takto nabytého majetku a příjmy promítla do provozního cashflow. V US GAAP také dochází k **záměně cenných papírů** držených do splatnosti nebo realizovatelných, které spadají do investiční oblasti, a cenných papírů k obchodování, které patří do provozní činnosti, protože to, o jaký druh cenného papíru se jedná, závisí na tom, jak s ním účetní jednotka hodlá nakládat.

[8] Kapitálové výdaje jsou prostředky vynaložené na nákup dlouhodobých aktiv, např. budov, strojů, licence, cenných papírů apod. (Valach, 2011).

Další metodou je „zákaznické financování“ (vendor financing), které již bylo zmíněno v souvislosti se zvyšováním tržeb. Společnost poskytne půjčku svému zákazníkovi, který od ní za tyto prostředky nakoupí zboží či služby. Tím se z úbytek prostředků v oblasti financování stane příjmem v provozní části cashflow. **Kontokorentní úvěr** byl v několika citovaných příkladech chybně zobrazen jako operativní příjem, tzn. v rozvaze dochází k reklasifikaci dluhu na aktivum.

Podle IAS 7 – Výkaz o peněžních tocích (IASB, 2017a) lze některé položky v odůvodněných případech vykazovat v různých částech výkazu a tím vzniká prostor pro kreativitu. Typickým příkladem jsou úroky a dividendy, které lze vykazovat ve všech částech podle povahy, kam patří, ale jejich vykazování musí být dále konzistentní. Standard zmiňuje i daň z příjmu, která primárně patří do operativního cashflow, ale pouze za předpokladu, že nemůže být přiřazena do investiční činnosti nebo financování.

2.4 Impression management

Relativně samostatnou oblastí je impression management, tedy **řízení dojmu** z účetních výkazů, který spadá do kategorie legálních praktik a více než účetnictví se týká prezentace dat a psychologie jejich vnímání. Jones (2011) uvádí následující metody:

- selektivní výběr informací,
- důraz na pozitivní zprávy, upozadění těch negativních,
- negativní informace překládány složitým jazykem s akcentem na budoucí pozitivní vývoj (ne na minulost),
- fotografie a grafické zpracování.

Tyto metody najdou využití hlavně při přípravě **přílohy** k účetní závěrce, příp. výroční zprávy, kde je pro ně prostor. Na úvod je běžné zařadit pozitivně laděné vyprávění o výsledcích společnosti, jakých milníků dosáhla a jaké jsou její plány do budoucna obvykle z pera CEO nebo předsedy dozorčích orgánů společnosti. Samotné finanční údaje jsou prezentovány v přehledných barevných grafech, které zaujmou čtenáře spíš, než směska čísel v tabulce.

Selektivita může znamenat např. výběr takového referenčního období, kdy současné výsledky vypadají lépe než ty minulé. Časté je také prezentování výsledků za kratší období, neboť v delší časové řadě by byly příliš patrné výkyvy, které by bylo nutné vysvětlovat. Mulford a Comiskey (2005a) uvádí využívání selektivity přímo ve výsledovce, kdy společnost zahrnula významné množství položek souhrnně do posledního řádku jako „smíšené ostatní položky“ (miscellaneous).

S grafy souvisí i měřítko, které je záměrně zvoleno tak, aby prezentovaná data vypadala lépe. Jones (2011) uvádí výpočet indexu GDI (Graph Dicscrepancy Index nebo Graph Distortion Index), který v procentech měří zkreslení v grafickém zobrazení porovnáním se zdrojovými daty z textu nebo tabulky. Nejčastěji se dle autora využívá u prezentace výnosů, zisku nebo EPS ukazatele (earnings per share).

3 Dosavadní výzkumy v oblasti kreativního účetnictví

V následující kapitole se zaměříme na výzkumy, které zkoumaly různé aspekty využívání kreativního účetnictví v praxi, a to za posledních přibližně 5 let. Výzkumy jsou rozděleny na ty, pocházející z akademické sféry a na šetření prováděná ostatními organizacemi, např. auditorskými společnostmi nebo profesními organizacemi. Dále jsou seřazeny chronologicky od nejnovějších po nejstarší.

3.1 Výzkumy z akademické sféry

Na vzorku 200 certifikovaných účetních a 175 studentů účetnictví ze dvou univerzit v Rumunsku zkoumal na počátku roku 2016 kolektiv akademiků **vnímání kreativního účetnictví** (Cernusca, 2016). Z dotazníku vyplynulo, že více než 50 % univerzitních studentů účetnictví by nemělo tendenci použít metody kreativního účetnictví s cílem optimalizovat daňovou povinnost, a stejně tak nadpoloviční většina účetních z praxe se tomu nebrání a takovou možnost nevylučuje. Většina účetních profesionálů nesouhlasila s tvrzením, že etický člověk nebude zasahovat kreativními metodami do účetní závěrky, zatímco většina studentů s tímto souhlasila. Účetní profesionálové vnímají i pozitivní dopady kreativního účetnictví v krátkém horizontu, zatímco u studentů převažuje obecný negativní postoj.

Další rumunský autor se zabýval používáním **technik manažerského účetnictví** v praxi (Guinea, 2016). Identifikoval je následovně (upraveno):

- alternativní uznávání nákladů prodaných výkonů (vs. náklady období),
- zavádějící uznávání výrobních nákladů (např. variabilní režie),
- výrobních nákladů ve formě poskytnutých „darů“ (zprostředkovatelé), které významně zkreslují výkonnost podniku a celkovou nákladovost výkonů,
- transferové ceny v rámci skupiny,
- manipulace s koeficientem pro alokaci režijních nákladů,
- použití kalkulovaných nákladů a výnosů, které negenerují cashflow (podrobněji např. Fibírová, 2015),
- použití dohadů pro zajištění akruálnosti, např. dle procenta dokončení zakázky,
- zachycení nákladů na dvou místech (objekt alokace nákladů) – např. na zakázku a zároveň jako náklad celé divize.

Tassadaq a Malik (2015) zkoumali na vzorku 80 respondentů **používání kreativního účetnictví** v Pakistánu. Z metodologie nevyplývá, jaká přesně byla jejich struktura ani profesní zaměření, ale lze usuzovat, že šlo o zástupce auditorů i finančních manažerů. Téměř 40 % z nich uvedlo, že k používání metod kreativního účetnictví vede společnosti konkurenční boj, 33 % upravuje výkazy za účelem získání nového investora nebo půjčky a jen 11 % uvedlo jako důvod benefit pro management. Téměř 43 % dotázaných se domnívá, že nejčastěji se používají metody mimobilančního financování, 30 % uvádí metody odepisování nebo přeceňování. Hlavním manipulátorem je podle 44 % respondentů management, 28 % uvedlo účetní, 17 % auditora a jen 10 % označilo CEO.

Podle tohoto výzkumu je pro 36 % dotázaných snadné používat metody kreativního účetnictví, pro dalších 33 % je to obtížné a zbytek respondentů je v této otázce neutrální. Co se týče odhalování technik, pro 25 % je to snadný úkol, zatímco pro téměř 40 % je to úkol náročný. Podle 42 % dotázaných je nejúčinnějším nástrojem

pro boj s kreativním účetnictvím posílení kontrol ze strany interních auditorů, zhruba třetina respondentů pak uvedla zlepšení vnitřních účetních směrnic. Etika hraje významnou roli jako prevence podle poloviny dotázaných a 62 % se domnívá, že přijetím mezinárodních účetních standardů by došlo k používání kreativních technik v nižší míře.

Výzkum hledající **hranice mezi kreativním účetnictvím a podvodem** provedly v roce 2014 Laura Popescu a Ileana Nisulescu z Univerzity ekonomických studií v Bukurešti. Na základě dotazníkového šetření mezi 54 respondenty z oborově různých společností, kterým položily 14 otázek, zjistily, že převažuje negativní vnímání pojmu „kreativní účetnictví". Respondenti měly jednotlivé techniky přiřadit buď pod pojem kreativní účetnictví, nebo podvod. Tato část dotazníku potvrdila nejednoznačnost pojmů v praxi, neboť zařazení pojmů bylo velice individuální. Autorky uvádí, že 65 % dotázaných považuje za cíl manipulace s účetní závěrkou její zatraktivnění, aby dosáhli konkrétních spíše krátkodobých cílů obzvláště v obdobích, kdy se jim příliš nedaří.

Balaciu a kol. (2014) pomocí dotazníkového šetření s využitím techniky projektování a asociační techniky zkoumala **vztah manažerů** k používání kreativního účetnictví a k auditorské a účetní profesi. Celkem odpovědělo 125 respondentů (20 z velkých společností, 22 ze středně velkých a 83 z malých společností). Výsledky ukázaly, že více než polovina respondentů je averzní k riziku, pokud jde o změnu účetních metod pro zajištění lepšího výsledku společnosti, a přibližně 30 % by těchto metod jednoznačně nevyužilo. Při slově auditor se nejčastěji dotázaným vybavila červená barva, kterou ty samé osoby spojují s varovnými signály.

Balaciu a kol. (2012) zjišťovala dotazníkovým šetřením, zda a do jaké míry se rumunští **auditoři** setkávají při své práci s metodami kreativního účetnictví. Co se týče respondentů, nadpoloviční většina dotázaných byla ve věku 41 – 50 let, 44 % mělo více než 5 let zkušeností v oboru a všichni byli členem alespoň jedné profesní organizace, nejčastěji RACCPA (Romanian Association of Chartered and Certified Public Accountants). Dotazník obsahoval 18 otázek, v 10 z nich měli auditoři na škále od 1 do 5 označit, do jaké míry souhlasí s daným tvrzením. 44 % dotázaných se domnívá, že předložené účetní závěrky nejsou dostatečně transparentní a neposkytují „věrný obraz" o hospodaření, 68 % dotázaných označilo, že je podle nich používání metod kreativního účetnictví časté nebo velmi časté a 72 % se domnívá, že vhodně nastavené interní kontroly mohou zamezit používání kreativních technik.

Další otázka zněla, jak často se respondenti setkávají s uvedenými praktikami kreativního účetnictví. Nejčastěji označili oblast rezerv, dále odpisy majetku a jeho přeceňování, méně často potom náklady na vývoj a oblast finančních aktiv. Kromě toho uvedli i další metody či oblasti, např. kapitalizaci nákladů, předčasné uznání nákladů či výnosů, nadhodnocování tržeb a s tím související optimistický pohled na budoucí cashflow, účtování o nedokončené výrobě, stanovování trasferových cen nebo zkreslená interpretace smluvních ujednání. Podle všech dotázaných má z úpravy finančních výkazů výhodu manažer, nikoliv vlastník či účetní. Autorka výzkumu také zjistila, že délka praxe auditora nemá vliv na počet odhalených technik kreativního účetnictví v účetních výkazech.

Mulford a Comiskey (2005a) publikují svůj rozsáhlý výzkum „**Financial Number Game Survey**", který sice proběhl již dříve, než je námi ohraničené období, ale je vysoce relevantní a navíc z prostředí US GAAP. Dotazník byl k dispozici pro vyplnění různým skupinám respondentů, kteří přichází do styku s účetnictvím a finančním řízením – finančním ředitelům (CFO), auditorům (v USA certifikovaný účetní, CPA), analytikům, vyučujícím na univerzitách i studentům MBA programů se zkušeností z praxe.

První část se týkala rozřazení 20 technik kreativního účetnictví do 4 kategorií podle míry zkreslení. Zanesení tržeb zpětně do minulého roku pro zvýšení zisku, předčasná fakturace před odesláním zboží a odepsání majetku, který má těsně před koncem odepisování, pro snížení daňového základu identifikovali autoři jako metody, které jsou dle respondentů za hranicí kreativního účetnictví. V rámci flexibility US GAAP respondenti uváděli např. oznámení o plánovaném snížení cen ve 4. čtvrtletí za účelem zvýšení prodejů aktuálního roku nebo zvýšení produkce ve stejném období bez zvýšené poptávky za účelem kapitalizace výrobní režie do aktiv, která se projeví jako vyšší výplata bonusů managementu.

Druhá část dotazníku obsahovala celkem 10 tvrzení, kdy na škále od 1 do 4 měli respondenti vyjádřit míru souhlasu. Nejvíce respondenti nesouhlasí s tvrzením, že earnings management může být užitečný pro investory a že by nová regulace ze strany SEC mohla jeho používání omezit. S většinou tvrzení ale spíše souhlasili, např. s tím, že earnings management je běžný, že slouží pro vyhlazování volatility zisku, pro zvýšení hodnoty akcií nebo pro splnění cíle podle předem stanovených plánů.

Třetí část dotazníku obsahovala volné komentáře na 4 otázky. Respondenti měli nejprve uvést další metody earnings managementu ze své zkušenosti. Více než 50 % respondentů poukázalo na vhodné načasování prezentace výsledků, big bath metodu a tvorbu a rozpouštění tichých rezerv. Méně často se objevovala i metoda LIFO. Změnu účetních metod uvedla jako metodu kreativního účetnictví pouze necelá 4 % respondentů a někteří CFO konstatovali, že techniky kreativního účetnictví ve své společnosti nepozorují.

Další otázkou bylo, jaké techniky se respondentům osvědčili při odhalování těchto technik, přičemž zde se nejvíce shodují na tom, že jejich odhalování je málo efektivní a obtížné, protože je velmi dobře skryté. Přibližně čtvrtina respondentů uvedla analýzu trendů, v menším zastoupení se potom používají statistiky na denní bázi, vyhodnocování vztahu mezi plánem a skutečností, odchylky cashflow a vykazování zisku nebo analýza přílohy vč. zjišťování pravděpodobnosti uvedených událostí, které měly ovlivnit položky výkazů. Jeden z respondentů uvedl, že každá odchylka ve výkazech může být nějak zdůvodnitelná a pokud na určité pochybnosti neupozorní auditor, nikdo se o používání kreativního účetnictví pravděpodobně nedozví.

Poslední dvě otázky se ptaly, jak může earnings management poškodit, resp. být užitečný pro investory a další uživatele. Podle počtu došlých odpovědí se respondenti kloní k variantě, že metody spíše stakeholdery poškozují, protože podávají chybné informace o výkonnosti podniku a hodnotě akcií. Naopak nejčastější racionalizací pro používání earnings managementu je vyhlazování zisku a splnění očekávání nebo řízení těchto očekávání do budoucna (tzn. aby nebyly nároky příliš přemrštěné a pro management obtížně dosažitelné).

Kromě citovaných studií lze nalést i výzkumy z Polska, Německa, Indie, Hong Kongu, Brazílie nebo Afrických zemí, které jsou ale staršího data.

3.2 Výzkumy profesních organizací a auditorských společností

Poslední výzkum, který je k dispozici z roku 2017, provedla organizace **ACL Services** mezi 500 respondenty z USA a Kanady (auditoři, risk management). Šetření se zaměřilo na způsoby odhalování technik kreativního účetnictví a podvodů. Více než 80 % respondentů si myslí, že v jejich organizaci není žádná nebo jen malá šance na odhalení podvodů. Přes 75 % zjištěných podvodů nebylo vůbec vykazováno v účetnictví a existuje tlak nejen od přímých a seniorních manažerů, ale i z orgánů řízení společnosti vč. Výboru pro audit, aby informace o podvodném vykazování byly utajeny. Jako další důvody uvádí respondenti i nedostatek času a zdrojů.

Další výzkum proběhl v rámci organizace **Association of Certified Fraud Examiners** (ACFE, 2016) v USA, který analyzoval přes 1000 případů podvodů nejčastěji z odvětví bankovnictví, veřejné správy, zdravotnictví, vzdělávání, obchodu a služeb. Respondenti především z řad CFO odhadují, že náklady spojené s vyšetřováním podvodů stojí jejich společnost v průměru 5 % výnosů (revenues). Průměrné náklady z došlých odpovědí činily 2,7 milionu USD na případ. Nejčastější metodou byla označena zpronevěra majetku (83 % dotázaných), která ale vyvolává relativně nízké náklady (medián 125 000 USD). Na druhé straně méně často uvedené podvody v účetních výkazech (10 %) způsobují podle respondentů náklady vysoké (medián 975 000 USD). Kromě toho roste geometricky způsobená škoda s rostoucí úrovní řízení, kdy např. medián škody způsobené CEO nebo přímo vlastníkem společnosti byl 4x vyšší, resp. 11 x vyšší než medián škody způsobené managementem, resp. zaměstnanci.

V 95 % případů existovala snaha podvod zakrýt fiktivními nebo upravenými účetními doklady. Nejčastěji byly podvody odhaleny na základě tipů zevnitř společnosti, přičemž společnosti, které mají zavedenou nějakou formu hlášení podezření na podvod (telefonní linka, email, webový formulář), byly téměř dvakrát úspěšnější při jejich odhalování. Další metodou je aktivní vyhledávání a monitoring transakcí. Větší společnosti mají obvykle lepší systémy interních kontrol než malé, což se odráží i ve skutečnosti, že u malých společností se objevují častěji mzdové podvody, zneužívání aktiv společnosti nebo přímo krádeže peněžních prostředků, zatímco u velkých společností dominuje korupce. Ve 40 % případů zkoumaných v této studii se poškozená společnost rozhodla soudní řízení nepodstupovat nejčastěji z důvodu možného špatného vnímání jejího jména. Společnosti, které soudním řízením prošly, byly úspěšné v 80 % případů.

Obdobná organizace **Serious Fraud Office** (SFO, 2016) fungující ve Velké Británii ve svém reportu za rok 2015-2016 uvádí, že aktuálně šetří 60 případů podezření na podvodná jednání, např. ve společnosti Tesco, GSK, Barclays Bank nebo Rolls Royce. Ve zmíněném období bylo otevřeno 16 zcela nových šetření z celkového počtu 569 stížností a podnětů.

Společnosti „velké čtyřky" připravují zhruba každé dva roky studie zabývající se podvody v rámci svých forenzních oddělení. Z výzkumu **PwC** (2016a), který vyplnilo celosvětově přes 6300 respondentů (CFO, CEO, auditoři, risk management), je zajímavá struktura odhalené hospodářské kriminality. První místo zaujímá zpronevěra majetku (64 %), účetní podvody najdeme na 5. místě (18%) za kybernetickou kriminalitou, korupcí a podvody v rámci zadávání zakázek. Daňové podvody potom identifikovalo 6 % respondentů. Co se týče rozložení regionů, největší míru podvodů vykazuje Jižní Afrika, dále západní Evropa v čele s Francií a Velkou Británií, následované Severní Amerikou. Z hlediska odvětví se podvody vyskytují nejčastěji v oboru finančních služeb, především v bankovnictví, a dále ve veřejné správě, retailu a logistických společnostech. 22 % dotázaných odhaduje, že škody spojené s hospodářskou kriminalitou nepřevyšují 1 milion USD, 36 % se domnívá, že je to méně než 50 000 USD.

Z údajů za Českou republiku (Pwc, 2016b) můžeme doplnit, že 68 % respondentů uvedlo, že podvody byly odhaleny interními kontrolami (oproti 47 % celosvětově). Ve větší míře se oproti minulému šetření v roce 2014 používá monitoring podezřelých transakcí a datová analýza. Na druhé straně 14 % respondentů uvedlo pouhou náhodu jako hlavní způsob odhalení podvodů a vůbec se nevyužívá anonymních telefonních linek pro nahlášení podezření na podvod (whistleblowing).

Společnost **KPMG** (2016) přinesla zajímavé šetření ohledně typického pachatele podvodů ve společnostech. Je to muž ve věku 36 – 55 let se zkušenostmi více než 6 let na své pracovní pozici, kterou je

nejčastěji manažer (32 %), výkonný ředitel (26%) nebo řadový zaměstnanec (20 %). 72 % respondentů z Evropy a 59 % ze Severní Ameriky uvedlo, že příležitost pro podvodná jednání vytváří hlavně nedostatečné interní kontroly. Motivace pro takové jednání je podle 66 % respondentů spojená s osobní finanční odměnou, 12 % respondentů uvedlo jako důvod „kulturu" organizace, snahu splnit cíl nebo rozpočet, aby chránili společnost nebo své vlastní pracovní místo. Stejně jako v předchozím šetření je nejčastěji identifikovaným podvodem zpronevěra aktiv (47 %), podvodné účetní výkazy hned následují s 22 %.

Poslední dostupný výzkum společnosti **EY** (2016) provedený na vzorku 2825 respondentů po celém světě přinesl tyto výsledky. Téměř polovina dotázaných je ochotna přijmout a zdůvodnit neetické chování, pokud nedosahuje požadovaných finančních výsledků, asi pětina respondentů by neměla problém se změnou účetních metod v oblasti oceňování a tvorby rezerv. Přibližně 10 % až 15 % respondentů vykazuje výnosy dříve do nesprávného období nebo antidatuje smlouvy. Většina respondentů věří, že vedení společnosti se dostatečně věnuje problematice podvodů nebo korupce, ale naproti tomu se téměř polovina domnívá, že by se mělo podrobněji seznámit s vlastním podnikáním a lépe pochopit rizika z něj vyplývající.

4 Metodologie vlastního výzkumu

Předchozí kapitoly se zabývaly dosavadním poznáním v oblasti kreativního účetnictví. Tyto informace nyní aplikujeme v praktické části práce. V rámci kvantitativního výzkumu při použití deduktivní metody[9] můžeme identifikovat následující postup (Olecká a Ivanová, 2010):

- formulace cílů výzkumu;
- formulace problému – otázek, hypotéz;
- rozhodnutí o populaci a vzorku;
- rozhodnutí o technice sběru dat – konstrukce nástrojů;
- sběr dat, jejich analýza, interpretace a vyvození závěrů.

Cílem je zjistit a vyhodnotit, zda a v jaké míře se využívají metody kreativního účetnictví v praxi v České republice. Na základě prostudované literatury a zdrojů byly stanoveny tyto **hypotézy**:

I. Finanční manageři a controlleři využívají metody kreativního účetnictví více než účetní a auditoři.
II. Metody kreativního účetnictví se používají nejvíce ve velkých společnostech v sektoru služeb.
III. Při finančním řízení se relevantní osoby zaměřují více na oblast výsledovky a cashflow než na rozvahové položky.
IV. Více než 50 % respondentů vnímá kreativní účetnictví negativně.
V. Největší fluktuace na základě analýzy zisku a cashflow vykazují společnosti ze sektoru služeb.
VI. Fluktuace ve vývoji zisku a cashflow se vyrovnávají v delším časovém období než 3 roky.
VII. Nejvyšší pravděpodobnost manipulace s účetní závěrkou vykazují společnosti s obratem nad 5 miliard Kč.
VIII. Závěrky společností, které vykazovaly významnější odchylky ve vývoji zisku a cashflow, jsou zmanipulované.
IX. Existuje shoda mezi výsledky dotazníkového šetření a analýzou účetních závěrek.

4.1 Dotazníkový průzkum

Pro sběr dat byl nejprve použit online **dotazníkový průzkum**, jehož cílem bylo identifikovat povědomí respondentů o metodách kreativního účetnictví a postoj k jejich využívání.

Dotazník obsahoval celkem 15 povinných, většinou uzavřených, otázek. Byl vytvořen v aplikaci Google Formuláře a to v českém i anglickém jazyce, aby nebyly ze vzorku vyloučeni zahraniční respondenti působící v ČR. Na úvod byl zařazen stručný odstavec vysvětlující pojem kreativní účetnictví, neboť lze předpokládat, že ne všichni oslovení účastníci šetření tento pojem znají.

Při konstrukci dotazníku byly nejprve zařazeny otázky týkající se metod kreativního účetnictví v členění podle jednotlivých účetních výkazů, jak bylo uvedeno v kapitole 2. Zde měly respondenti u každé popsané metody vybrat, jak často se s ní setkávají v praxi, přičemž vybírali z pětistupňové škály s možnostmi „velmi často“ až „nikdy“. Druhá část obsahovala otázky týkající se pracovní pozice respondentů, preferované strategie při finančním řízení a jejich vztahu ke kreativnímu účetnictví, který byl zkoumán na základě vyjádření míry

[9] Deduktivní postup lze charakterizovat jako: teorie – hypotéza – sběr dat – ověření hypotéz.

souhlasu s uvedenými tvrzeními (škála s možnostmi „určitě souhlasím“ až „určitě nesouhlasím“). V poslední části byly uvedeny obecné dotazy pro rozdělení odpovědí do skupin a příp. vyloučení nerelevantních odpovědí. Na úplný závěr měli respondenti možnost poskytnout zpětnou vazbu k dotazníku a zadat email pro zaslání výsledků průzkumu.

Před rozesláním dotazníku respondentům byla provedena věcná kontrola ze strany vedoucí práce. Dále proběhlo zkušební vyplnění asi 5 osobami se znalostmi z oboru účetnictví. Ty se zaměřily na srozumitelnost úvodních pokynů i otázek, jejich uspořádání a grafickou úpravu. V neposlední řadě byla prověřena funkčnost dotazníku včetně způsobu sběru dat a možnosti generování reportů. Těmito kroky byla prověřena validita i reliabilita dotazníku (Olecká a Ivanová, 2010).

Dotazník byl zaslán nejprve organizacím sdružujícím finanční profese v České republice, konkrétně CAFIN, CFO club, Komora auditorů, Komora daňových poradců, Komora certifikovaných účetních, Svaz účetních, Asociaci profesních účetních ČR. Dále byl zaslán na Hospodářskou komoru ČR a Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR. Ve druhé fázi byl rozeslán ve spolupráci s portálem Absolventi VŠE na cca 800 kontaktů. Současně byl zveřejněn na sociálních sítích s cílováním na skupinu osob se zkušenostmi z oblasti financí, tzn. na CFO, controllery, auditory, účetní i vlastníky společností. Finální verze dotazníku je k dispozici v příloze A-1 a A-2. Pomocí dotazníkového šetření byly ověřeny hypotézy I až IV.

4.2 Analýza účetních výkazů

Zároveň byla provedena **analýza účetních závěrek** vybraných společností, která si kladla za cíl ověřit manipulaci s účetními položkami na reálných datech.

Soubor účetních závěrek byl vybrán na základě otázek použitých v dotazníkovém průzkumu, tzn. byla identifikována skupina společností působích v ČR podle sektoru a velikosti obratu k 31. prosinci 2015. Kritérium obratu rozdělilo společnosti na 3 skupiny – malá (do 200 milionů Kč), střední (do 5 miliard Kč) a velká (více než 5 miliard Kč). Podle kritéria sektoru jsme uvažovali skupiny – obchod, výroba, služby. Analyzovali jsme tedy náhodně vybrané individuální závěrky celkem 9 společností působících v ČR, a to za posledních 5 let, tzn. za účetní období 2011 – 2015[10]. Účetní závěrky společností byly staženy ze Sbírky listin (or.justice.cz). Pro zachování anonymity je budeme označovat písmeny řecké abecedy (viz tabulka 1).

	Malá	Střední	Velká
Obchod	Alfa	Beta	Gama
Výroba	Delta	Epsilon	Zéta
Služby	Kappa	Lambda	Sigma

Tabulka 1 - Rozdělení společností do skupin

Nejprve byla provedena **analýza vývoje zisku před zdaněním (EBT) a přírůstku cashflow (CF)**, jak ji navrhuje Drábková (2011a) ve své disertační práci. Pokud s určitou prodlevou, kterou je doba splatnosti faktur, neroste přibližně stejně úměrně příjem za vykázanými tržbami, lze usuzovat, že tržby mohly být zmanipulovány (Mulford a Comiskey, 2005b). Hodnoty EBT a CF za jednotlivá období byly zaneseny do Excelu (Příloha C). Dalším krokem bylo zjištění sumy EBT a CF a posouzení jejich rozdílu v čase. Zde jsme pracovali s celým obdobím 5 nebo

[10] Pokud již společnosti zveřejnily závěrky za období 2016, uvažovali jsme i tento rok.

6 let a porovnávali jej s obdobím 3 let. Pokud jsou výkyvy v součtu nakonec vyrovnány, jedná se o různou aplikaci účetních metod, která způsobuje „přelívání nákladů a výnosů mezi účetními obdobími" (Drábková, 2011). Pokud se ale rozdíly nevyrovnají ani v horizontu 5 let, existuje zde riziko podvodu (3. stupeň manipulace účetních výkazů). Vzorec pro zjištění odchylky mezi hrubým ziskem a cashflow je následující (Drábková, 2011).

$$\text{Test manipulace účetních výkazů (TMÚV)} = \frac{\sum_n \text{EBT} - \sum_n \text{CF}}{\sum_n \text{EBT}}$$

Následně byla provedena analýza pomocí **modelu Beneish**, který využívá 5 nebo 8 proměnných pro stanovení tzv. **M-skóre** (analogie Altmanova Z-skóre). Tyto proměnné porovnávají veličiny za období t (námi sledované období) a t-1 (minulé období). Pokud je hodnota M-skóre větší než -2,22, účetní závěrka je „s vysokou pravděpodobností" zmanipulovaná. Pro naše účely jsme využili jednodušší verzi s 5 proměnnými[11]. Pro výpočet M-skóre byly potřeba ukazatele podle tabulky č. 2 (Beneish, 1999; Chuan, 2016).

Days´ Sales in Receivables Index	$\text{DSRI} = \frac{\text{Receivables}_t}{\text{Sales}_t} \div \frac{\text{Receivables}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$
Gross Margin Index	$\text{GMI} = \frac{\text{Gross Profit}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}} \div \frac{\text{Gross Profit}_t}{\text{Sales}_t}; \text{Gross Profit} = \frac{\text{Sales} - \text{Costs of Goods Sold}}{\text{Sales}}$
Asset Quality Index	$\text{AQI} = \left(1 - \frac{\text{Current Assets}_t + \text{Net PPE}_t}{\text{Total Assets}_t}\right) \div \left(1 - \frac{\text{Current Assets}_{t-1} + \text{Net PPE}_{t-1}}{\text{Total Assets}_{t-1}}\right)$
Sales Growth Index	$\text{SGI} = \frac{\text{Sales}_t}{\text{Sales}_{t-1}}$
Depreciation Index	$\text{DEPI} = \frac{\text{Depreciation}_{t-1}}{\text{Depreciation}_{t-1} + \text{Net PPE}_{t-1}} \div \frac{\text{Depreciation}_t}{\text{Depreciation}_t + \text{Net PPE}_t}$
M-skóre	$\text{M} = -6.065 + 0.823\ \text{DSRI} + 0.906\ \text{GMI} + 0.593\ \text{AQI} + 0.717\ \text{SGI} + 0.107\ \text{DEPI}$

Tabulka 2 - Výpočet M-skóre (Zdroj: Chuan, 2016)

Vazba na českou terminologii je následující.

- Receivables - pohledávky
- Sales – tržby za prodané výkony (zboží, služby, výrobky)
- Cost of Goods Sold – náklady na prodané výkony
- Current Assets - oběžná aktiva
- Total Assets – celková aktiva
- Property, Plant and Equipment - dlouhodobý hmotný majetek (netto)
- Depreciation – odpisy dlouhodobého hmotného majetku

Protože pravděpodobnostní model vychází z US GAAP a je založen na účelovém členění nákladů, ale výkazy podle českých pravidel jsou připravovány ve druhovém členění, byl problém se zjištěním nákladů

[11] Prof. Messod D. Beneish později vyloučil 3 ukazatele, které nebyly ve výpočtech tolik významné. Při výpočtu s 8 proměnnými má vzorec M-skóre jinou podobu.

na prodané výkony. V našich výpočtech jsme uvažovali při jejich stanovení vybrané položky pouze z provozní části výsledovky a to celkem ve třech variantách. V první variantě zahrnujeme náklady na prodané zboží, změnu stavu zásob a aktivaci nákladů a výkonovou spotřebu (spotřeba materiálu, energií a služeb). Ve druhé variantě jsou připočteny navíc osobní náklady a odpisy. Neuvažujeme tedy daňové náklady, prodej dlouhodobého majetku ani ostatní provozní výnosy a náklady. Skutečné náklady na prodané zboží budou pravděpodobně někde mezi těmito dvěma variantami. Předpokládejme, že dvě třetiny nákladů na mzdy (osobní náklady) a odpisy budou přímé náklady. Náklady na prodané výkony ve třetí variantě pro jednotlivé roky (n) jsme tedy přepočítali podle následujícího vzorce.

$$\text{Náklady}_{\text{n}}^{\text{var3}} = \text{Náklady}_{\text{n}}^{\text{var1}} + {}^{2}/_{3}\,(\text{Náklady}_{\text{n}}^{\text{var2}} - \text{Náklady}_{\text{n}}^{\text{var1}})$$

Co se týče dalších položek, tržby jsme uvažovali v součtu za zboží, výrobky i služby. Odpisy potřebujeme pouze za hmotný majetek, takže tam, kde nejsou v příloze uvedené zvášť, je zjistíme jako změnu oprávek v rozvaze (ve výsledovce jsou odpisy uvedené v součtu i za nehmotný majetek). Pohledávky jsme uvažovali krátkodobé i dlouhodobé.

Pro výpočty proměnných (DSRI, GMI, AQI, SGI a DEPI) byly potřeba všechny tyto údaje za roky 2013 – 2015, neboť porovnáváme sledovaný rok s rokem minulým (resp. u GMI a DEPI minulý rok s rokem sledovaným). Jedná se tedy o indexy a proto je hraniční hodnota rovna 1 (tzn. při tomto výsledku by nedošlo k žádné změně). Interpretovat proměnné můžeme obecně tak, že hodnoty vyšší než 1 naznačují manipulaci se závěrkou a čím více se od této hodnoty vzdalují směrem nahoru, tím pravděpodobněji budou výsledky zmanipulované (Beneish, 1999).

Jednotlivé proměnné lze obecně interpretovat takto (Beneish, 1999). Index DSRI > 1 znamená, že se zvyšuje podíl pohledávek k tržbám, neboli roste hodnota pohledávek v Kč na 1 Kč tržeb. To může být způsobeno buď neschopností pohledávky inkasovat včas, nebo prodlužováním lhůt splatnosti odběratelům, anebo může jít o předčasné vykazování výnosů. Index GMI > 1 naznačuje, že marže společnosti se zhoršuje (porovnáváme opačně), takže společnost má spíše důvod k manipulaci výsledků, aby je vylepšila. Index AQI > 1 říká, že roste podíl ostatních dlouhodobých aktiv kromě PPE ve vztahu k celkovým aktivům. Růst těchto „nekvalitních“ aktiv souvisí s kapitalizací nákladů a následnými odpisy v dalších letech. Prof. Beneish je označuje za aktiva, jejichž „budoucí benefity jsou méně jisté“. Index SGI > 1 znamená, že společnosti rostou vykazované tržby, což samo o sobě není problém. Na druhou stranu je to signál, že do budoucna mohou být manageři pod tlakem, aby dobré výsledky udrželi. Index DEPI > 1 znamená, že společnost aktiva odepisuje pomaleji, což může být dáno změnou odepisovací metody, která může být pro společnost výhodná pro vykázání vyššího zisku. Konstrukce M-skóre obsahuje koeficienty (váhy) pro jednotlivé proměnné, jak je odvodil prof. Beneish ve své práci. Největší vliv na výpočet má GMI, poté DSRI, SGI a AQI a s větším odstupem následuje DEPI.

5 Výsledky dotazníkového šetření

Respondenti měli na vyplnění tři týdny během července 2017 a sešlo se celkem 62 odpovědí. Návratnost dotazníku nelze přesně kvantifikovat, neboť byly použity současně různé cesty pro oslovení respondentů, a to jak přímé (direct mail), tak nepřímé (zveřejnění dotazníku na webu organizací, ve zpravodaji nebo na sociálních sítích).

Nejprve se podíváme na **rozložení respondentů**, které zjistíme ze třetí části dotazníku (obecné informace). Hlavním kritériem pro vyhodnocení dotazníků je pozice respondenta a oblast podnikání. Doplňkovým kritériem je velikost obratu společnosti. Protože v otázce 10[12] mohli respondenti vybrat více než jednu odpověď, zkopírovali jsme výsledky za každou pozici zvlášť. V odpovědi „jiné" se několikrát objevila pozice daňového poradce či konzultanta a pozice ekonoma. Tyto odpovědi sloučíme do samostatné skupiny „daňový poradce/ekonom". V 17. otázce měli respondenti označit region, ve kterém jejich společnost působí. Protože se zaměřujeme v průzkumu pouze na Českou republiku, odpovědi „Evropa mimo ČR" a „ostatní regiony" byly pro hlavní vyhodnocení smazány (budou okomentovány v závěru této části). Po těchto úpravách máme celkem **69 odpovědí**.

Dalším krokem bylo sloučení odpovědí za veřejné a finanční instituce do další čtvrté skupiny, neboť dorazil relativně vysoký počet odpovědí i za tyto sektory. Počty získaných odpovědí zobrazuje tabulka č. 3.

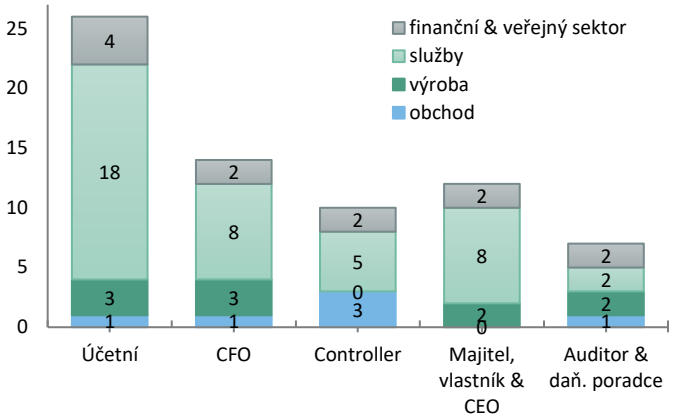
Sektor	Obchod				Výroba				Služby				Finanční & veřejný				ΣΣ
Velikost dle obratu	M	S	V	Σ	M	S	V	Σ	M	S	V	Σ	M	S	V	Σ	
Majitel, vlastník	0	0	0	0	2	0	0	2	7	0	0	7	0	0	0	0	9
CEO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	2	3
CFO	1	0	0	1	2	1	0	3	7	1	0	8	0	0	2	2	14
Účetní	1	0	0	1	1	2	0	3	17	1	0	18	2	0	2	4	26
Controller	1	2	0	3	0	0	0	0	4	1	0	5	0	1	1	2	10
Auditor	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	4
Daňový poradce/ekonom	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	3
Celkem	4	2	0	6	6	4	0	10	38	3	0	41	2	3	7	12	69

Tabulka 3 - Počty respondentů dle kritérií (M - malá; S - střední; V - velká společnost podle obratu)

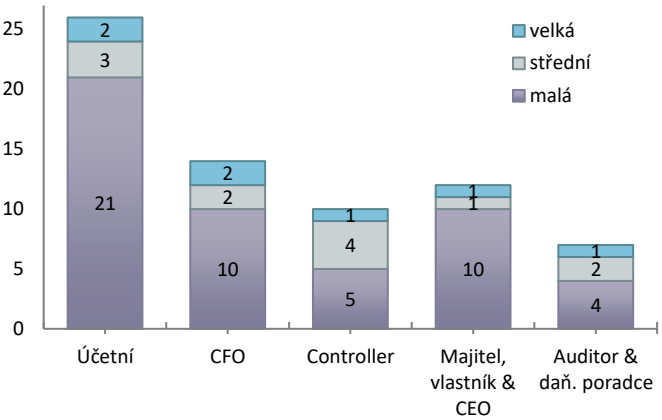
Nejvíce odpovědí dorazilo za profesi účetních, CFO a controllerů, za sektor služeb a za společnosti s malým obratem. Nejméně odpovědí jsme získali od CEO, které z toho důvodu sloučíme se skupinou „majitel, vlastník", a od auditorů, které sloučíme s nově vytvořenou skupinou daňových poradců/ekonomů. Nejméně odpovědí dorazilo za velké společnosti s obratem nad 5 mil. Kč a ze sektoru obchodu.

Celkově nám vzniklo 5 skupin profesí, 4 skupiny odvětví a 3 skupiny velikostí společností, které budeme při vyhodnocení uvažovat. Otázky z dotazníku vždy nejprve zhodnotíme celkově, a poté podle uvedených hledisek. Následující grafy zobrazují absolutně počty odpovědí podle takto stanovených kritérií, tzn. velikost statistického souboru dat.

[12] Dotazník v plném znění je v příloze A.



Graf 1 - Rozdělení statistického souboru dle sektoru



Graf 2 - Rozdělení statistického souboru dle velikosti společnosti

Typickým respondentem je účetní ve věku 36 – 45 let, který má na této pozici praxi do 5 let nebo 11 – 15 let, resp. CFO i controller ve stejném věku a stejnou nebo nižší praxí. CEO, kteří nám poskytli své odpovědi, jsou ve věku od 45 – 65 let a mají na této pozici i více než 15 let zkušeností. 89 % společností sestavuje závěrku podle českých předpisů, 18 % podle IFRS a 3 společnosti také podle US GAAP.

Bohužel dorazil malý počet odpovědí od auditorů, a proto nemůžeme relevantně vyhodnotit otázku 13, týkající se podílu společností, u kterého respondenti identifikovali možné použití metod kreativního účetnictví za posledních 12 měsíců. Ze 4 odpovědí označili 2 auditoři, že identifikovaly metody u méně než 10 % případů, jeden respondent uvedl 10 – 30 %, poslední uvedl, že to nemůže posoudit.

Odpovědi respondentů, které byly vyloučeny, protože jejich společnosti nepůsobí primárně na území ČR, byly povětšinou velké příp. střední společnosti, které připravují závěrky buď jen podle IFRS nebo podle českých předpisů i IFRS současně. Respondenti byly z řad controllerů, účetních, daňových poradců i CFO.

5.1 Povědomí o metodách kreativního účetnictví

První část dotazníku se zabývala metodami kreativního účetnictví. Respondenti měli v prvních čtyřech otázkách určit na pětistupňové škále, jak často se s uvedenými praktikami v praxi setkávají, přičemž první sada metod se týkala oblasti výnosů, druhá nákladů, třetí rozvahy a poslední cashflow. Ačkoliv otázky byly formulovány obecně, každý respondent odpovídal ze své vlastní zkušenosti. To, jak často se s danou metodou setkává, proto můžeme vyložit jako četnost, s jakou sám danou metodou používá, nebo jak často metodu používají jeho kolegové. Odpovědi jsme obodovali hodnotami 5 bodů (velmi často) až 1 bod (nikdy) a spočítali vážené aritmetické průměry.

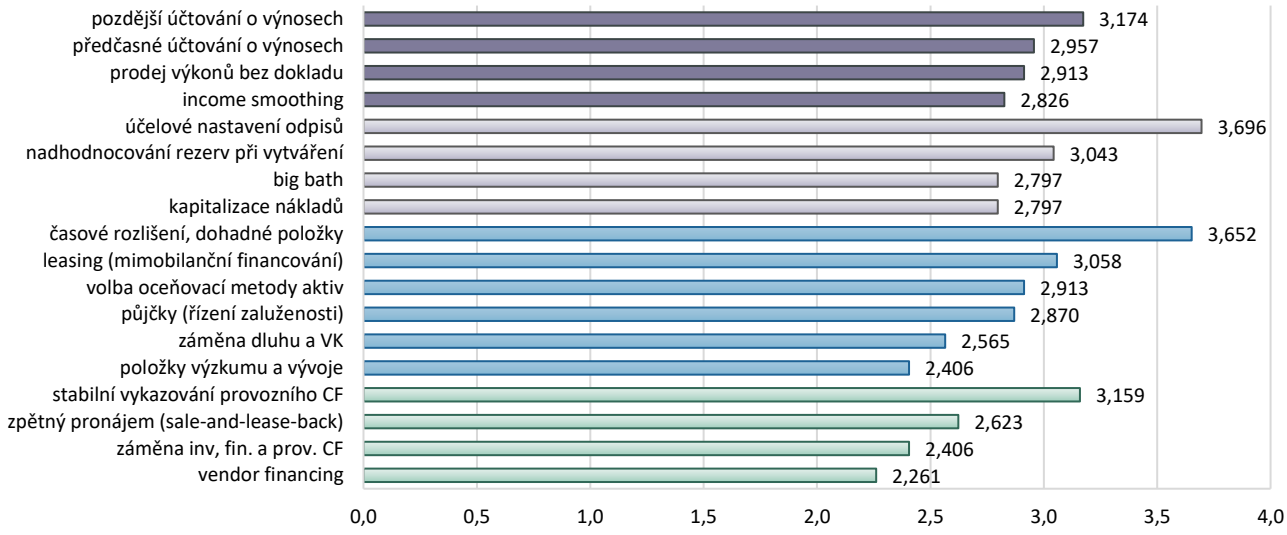
Nejprve se podíváme na **celkové výsledky** bez ohledu na zvolená kritéria, které jsou zaneseny do grafu č. 3 (barevně jsou odděleny jednotlivé oblasti). Žádná metoda nezískala více než 3,7 bodu, prostý aritmetický průměr za všechny metody dohromady je 2,895 bodu a modus činí 3 body, tzn. nejčastěji respondenti odpovídali, že s metodami se setkávají „občas“. Ve skupině metod týkajících se výnosů je obvyklejší pozdější účtování o výnosech než dřívější. To odpovídá situaci v ČR, kdy je účetní výsledek východiskem pro daňový základ. Relativně vysokou hodnotu má prodej bez dokladu (2,913 bodu) a nejméně často respondenti označili metodu income smoothing, která je ale de facto výsledkem používání ostatních metod, takže by měla mít hodnoty vyšší.

Mezi metodami z oblasti nákladů je na prvním místě s velkým odstupem použití odpisů, které získalo vůbec nejvyšší počet bodů, tj. 3,696. Relativně často se využívá nadhodnocování rezerv a o něco méně často kapitalizace nákladů a big bath, které získali shodně po 2,797 bodech. Kapitalizace nákladů na posledním místě je opět záležitostí našeho regulatorního rámce.

Ze skupiny rozvahových metod získaly nejvyšší, a ve vztahu k celkovým výsledkům druhé nejvyšší, bodové hodnocení časové rozlišení a dohadné položky, a to 3,652 bodu. Na druhém místě s 3,058 body máme využívání leasingu pro mimobilanční financování. Volba oceňovací techniky se umístila až na třetím místě a následuje ji řízení zadluženosti společnosti pomocí půjček, např. se spřízněnými společnostmi. Účelová záměna dluhu a vlastního kapitálu získala jen 2,565 bodu a na posledním místě se umístily položky výzkumu a vývoje s 2,406 body, což může být dáno malým zastoupením výrobních a velkých společností v našem vzorku.

Ve skupině metod pro řízení cashflow získalo dle očekávání nejvyšší hodnotu stabilní vykazování provozního CF, a to 3,159 bodu. S hodnotou 2,623 bodu následuje zpětný pronájem. Zbylé dvě metody dosáhly podprůměrných hodnot, přičemž relativně nejméně se podle respondentů využívá vendor financing (pouze 2,261 bodu).

Podle průměrných hodnot za jednotlivé oblasti můžeme zhodnotit názor respondentů na využívání metod ve vztahu k jednotlivým účetním výkazům. Nejvíce se podle nich v praxi využívá úpravy nákladů (3,083 bodu), poté následují na srovnatelné úrovni úprava výnosů (2,967 bodu) a rozvahy (2,911 bodu). V pozadí jsou metody cashflow (2,612 bodu) kromě snahy vykazovat konstantní výši provozního CF. Můžeme tedy shrnout, že dle názoru respondentů se v praxi můžeme nejčastěji setkat s kreativním účetnictvím v oblasti odpisů, akruálních položek, jako jsou dohadné položky a časové rozlišení, a s pozdějším uznáváním výnosů. Vysokou hodnotu modusu (4) má navíc i volba oceňovací techniky. Naopak nejméně často se využívá vendor financing, záměna jednotlivých částí CF a položky výzkumu a vývoje.



Graf 3 - Metody kreativního účetnictví využívané v praxi – celkové výsledky

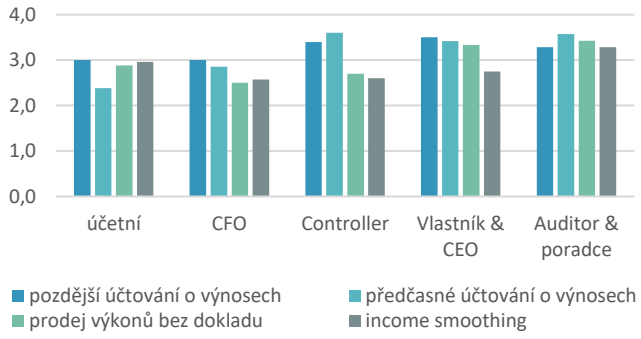
Nyní se na výsledky podíváme z hlediska jednotlivých kritérií, kde už použijeme vážené průměry, přičemž vahami bude množství odpovědí za každou skupinu. Tabulka s výchozími daty je v příloze B. Výsledky **podle pozic respondentů** jsou zaneseny v grafech č. 4 - 7. Metody jsou seřazené podle vážených průměrů od nejčastějších po nejméně časté.

U metod týkajících se výnosů vidíme, že častěji se s nimi setkávají controlleři, vlastníci & CEO a auditoři & poradci. Účetní a CFO nedosahují u žádné metody více než 3 body. Při uznávání výnosů převládá jejich předčasné zaúčtování u controllerů a auditorů & poradců, ostatní skupiny respondentů preferují jejich pozdější účtování, přičemž největší rozdíl vidíme u účetních. Metodu prodeje výkonu bez dokladu, která může hraničit s manipulací třetího stupně, označili jako relativně častější vlastníci & CEO, auditoři & poradci a účetní. Metoda income smoothing se málo používá podle CFO a controllerů, což je logické, neboť se tito respondenti zabývají manažerským účetnictvím.

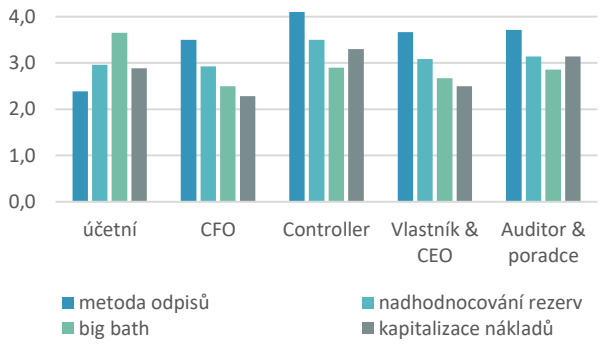
Z metod z oblasti nákladů převládají jednoznačně odpisy kromě názoru účetních, kde jsou až na posledním místě, a nejčastější metodou je podle této skupiny respondentů big bath. U controllerů a auditorů & poradců je častější nadhodnocování rezerv a kapitalizace nákladů. Názor CFO a vlastníků & CEO kopíruje vývoj průměrných hodnot.

Z metod používajících se u rozvahových položek dominují akruální položky (časové rozlišení, dohadné položky) u controllerů a auditorů & poradců; podle vlastníků & CEO se používají stejně často jako leasing, který získal relativně vysoké bodové hodnocení i od controllerů. Naopak podle účetních se nejčastěji můžeme setkat s volbou oceňovací metody a s používáním půjček pro řízení zadluženosti. Položky výzkumu a vývoje dosáhly nejvyšší bodové hodnocení od auditorů & poradců.

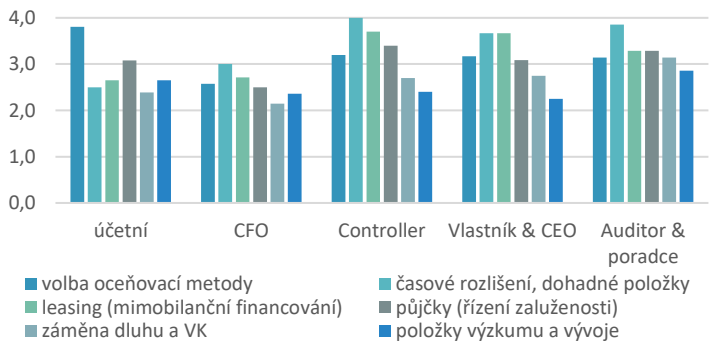
Z posledního grafu, který se týká metod pro úpravu cashflow, vidíme nejnižší zájem o tuto problematiku u účetních. CFO jsou na tom obdobně kromě snahy vykazovat stabilní provozní CF, které je na prvním místě i u controllerů a vlastníků & CEO. Podle názoru auditorů & poradců je z těchto metod nejčastější zpětný pronájem.



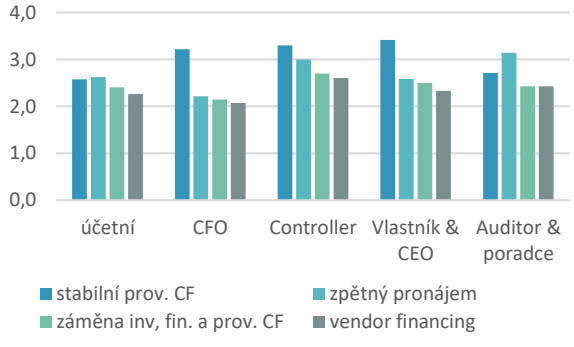
Graf 4 - Metody výnosů podle pozic



Graf 5 - Metody nákladů podle pozic

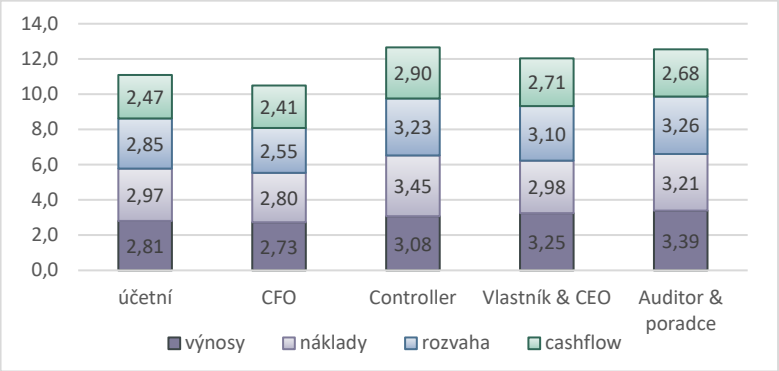


Graf 6 - Metody rozvahových položek podle pozic



Graf 7 - Metody cashflow podle pozic

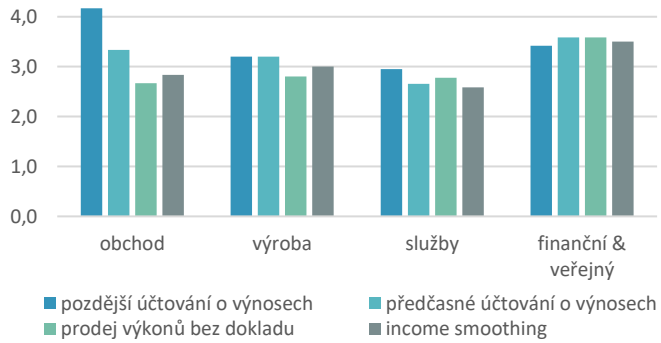
Abychom mohli porovnat preference respondentů, vypočítali jsme průměrné hodnoty za každou skupinu metod, tzn. podle jednotlivých otázek v dotazníku. Z výsledku podle grafu č. 8 je patrné, že účetní, CFO a controlleři více používají úpravu nákladů než výnosů. Účetní a controlleři se současně o něco více zabývají rozvahou než výnosy. Vlastníci & CEO společně s auditory & poradci vnímají používání kreativního účetnictví nejvíce v oblasti výnosů. Všechny skupiny respondentů nejméně používají uvedené úpravy cashflow, nejvíce ze všech respondentů jich využívají controlleři.



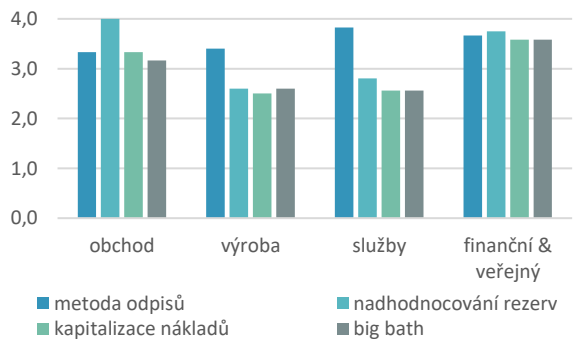
Graf 8 - Metody podle oblastí a profese

Výsledky budeme dál zkoumat **z hlediska sektoru**, za který respondenti odpovídali (graf č. 9 – 12). V obchodních společnostech je významně častější metoda pozdějšího účtování o výnosech než u ostatních skupin. Naopak předfakturace je o něco častější podle názoru respondentů z veřejného a finančního sektoru. Ve výrobním sektoru získalo předčasné i pozdější účtování výnosů stejné hodnoty a ani ostatní metody se nepoužívají významně častěji. V sektoru služeb vidíme jen malé odchylky mezi všemi metodami. Poměrně překvapivého výsledku dosáhla metoda prodeje bez dokladu a income smoothing, které získaly největší hodnotu ve veřejném a finančním sektoru; u ostatních nedosahují ani hodnoty 3 bodů.

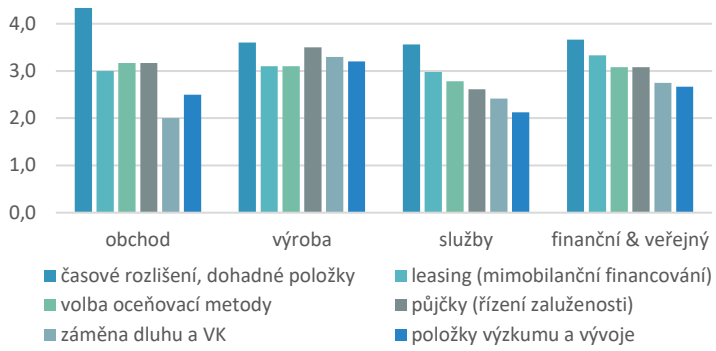
Větší nerovnosti vykazuje sektor služeb a výrobní sektor u nákladů. Metoda volby odpisů dosáhla překvapivě téměř hranice 4 bodů právě u společností ze sektoru služeb. Ostatní metody získaly kolem 2,5 bodu. Výrobní sektor vykazuje stejný trend, nicméně využití odpisů je přibližně na úrovni obchodních společností. Tam vidíme celkově odlišné výsledky. Nejčastější metodou je nadhodnocování rezerv, poté dosahuje stejné úrovně kapitalizace nákladů a volba odpisů. Metoda big bath se podle našich výsledků používá více často ve finančním



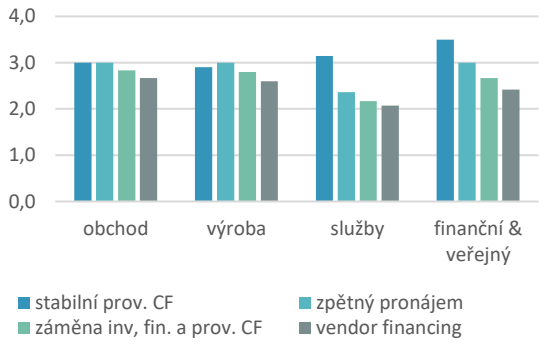
Graf 9 - Metody výnosů podle sektoru



Graf 10 - Metody nákladů podle sektoru



Graf 11 - Metody rozvahových položek podle sektoru



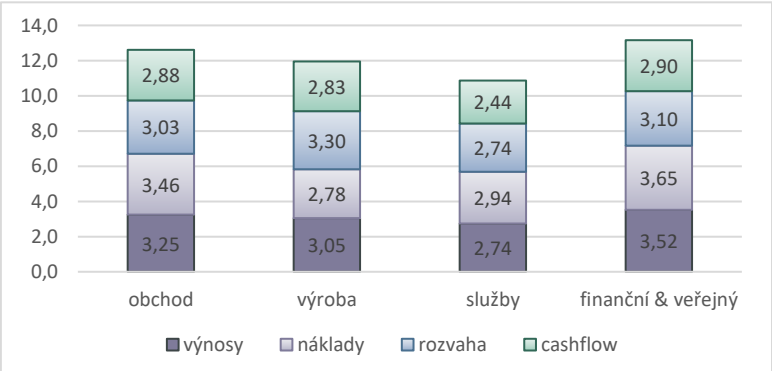
Graf 12 - Metody cashflow podle sektoru

a veřejném sektoru a v obchodních společnostech, méně často potom v sektoru výrobním a služeb. U finančních a veřejných institucí vidíme velmi vyrovnané výsledky zhruba na úrovni 3,5 bodu.

Nejčastější označovanou technikou pro rozvahu jsou akruální položky (časové rozlišení a dohadné položky), které u obchodních společností přesahují hodnotu 4 bodů, a využívají se i relativně častěji než všechny ostatní metody napříč sektory. U obchodních společností se jen zřídka setkáme se záměnou dluhu a VK. Výrobní společnosti více často než obchodní využívají půjčky pro řízení zadluženosti, zatímco leasing a volba oceňovací techniky dosahují průměrných hodnot. Položky výzkumu a vývoje používá nejčastěji výrobní sektor, dále finanční & veřejný sektor, poté obchodní společnosti a jen zřídka sektor služeb. U služeb i finančního & veřejného sektoru vidíme celkově klesající trend, který odpovídá využíváníi metod podle celkových výsledků.

Poslední soubor metod pro oblast cashflow je velmi vyrovnaný u společností ze sektoru obchodu i výroby a dosahuje hodnoty kolem 3 bodů. V sektoru služeb a u finančních & veřejných subjektů významněji převyšuje řízení provozního cashflow. Zpětný pronájem, který je druhou nejčastější metodou, je současně nejméně častý v sektoru služeb.

Pokud přepočítáme průměrné hodnoty za jednotlivé skupiny metod a sektory (graf č. 13), můžeme konstatovat, že se s kreativním účetnictvím můžeme setkat nejčastěji v sektoru finančním & veřejném, dále v obchodních společnostech, ve výrobních společnostech a nejméně často v sektoru služeb. Metody úpravy výnosů jsou nejčastější u finančních & veřejných institucí a v obchodním sektoru, nicméně v obou těchto sektorech, a také v sektoru služeb, je četnější úprava nákladových položek. U výrobních společností získaly celkově nejvyšší hodnotu metody rozvahové; je to současně nejvyšší hodnota napříč sektory. Na oblast cashflow se v porovnání s ostatními oblastmi naši respondenti zaměřují nejméně často. Na druhé straně u finančních & veřejných institucí dosahuje cashflow vyšší hodnoty v porovnání s rozvahovými položkami u sektoru služeb.



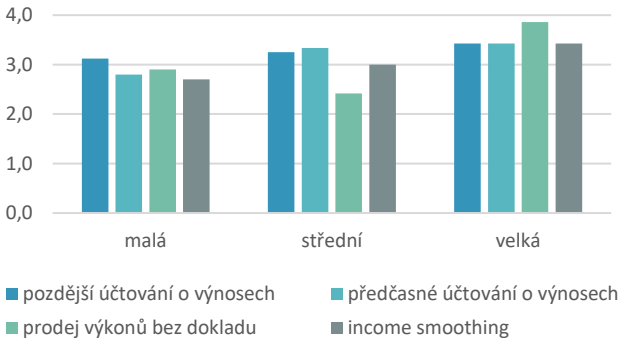
Graf 13 - Metody podle oblastí a sektoru

Pro doplnění zhodnotíme získaná data i **z pohledu velikosti společnosti**, ve které respondenti působí (graf č. 14 – 17). U malých společností mírně převyšuje pozdější účtování výnosů, u středních naopak dřívější a u velkých společností je jejich používání vyrovnané. Prodej bez dokladu je častější u velkých společností a to o více než 1 bod v porovnání se středními společnostmi, kde se využívá nejméně. Výskyt metody vyhlazování zisku roste s velikostí společnosti.

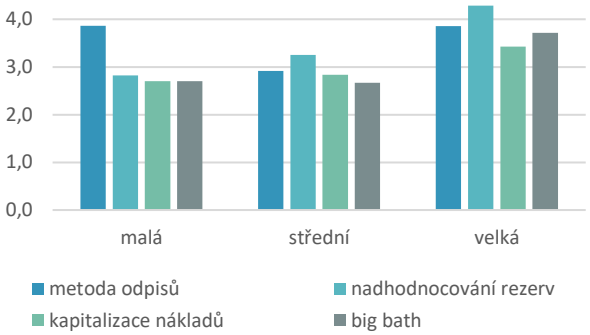
U malých společností jednoznačně převažuje volba odpisové metody, ostatní se používají zřídka. U středně velkých společností dosahují metody přibližně shodného bodového hodnocení těsně pod hodnotu 3 bodů, kterou mírně převyšuje metoda nadhodnocování rezerv. U velkých společností je tato metoda vůbec nejčetnější a přesahuje 4 body, tzn. používá se více než často. Častěji se také využívá metoda big bath a kapitalizace nákladů, ačkoliv v rámci této kategore dosáhly nižší úrovně.

Časové rozlišení a dohadné položky nejčastěji označovali respondenti ze středně velkých společností. Častěji než ostatní metody se tato metoda používá i u malých společností. Leasing, jako druhá nejobvyklejší metoda u těchto společností, je v případě těch velkých na prvním místě. Půjčky pro řízení zadluženosti jsou občas využívány u velkých a malých společností. Nejméně používaná je u středních a velkých společností záměna dluhu a VK, naopak u společností malých je to výzkum a vývoj.

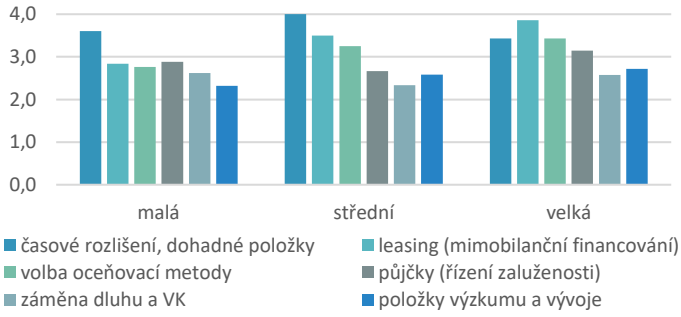
Na vykazování stabilní úrovně provozního cashflow se zaměřují malé i velké společnosti. U středních společností je nejčastější zpětný pronájem, který ale dosahuje stejné úrovně jako u velkých společností, kde je na druhém místě.



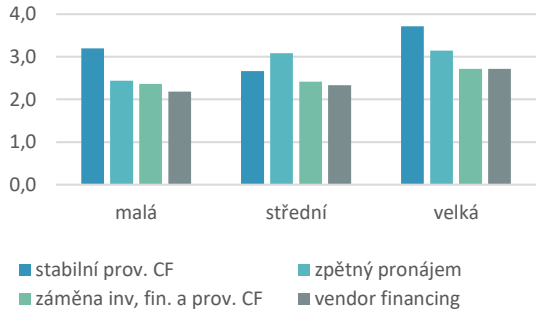
Graf 14 - Metody výnosů podle velikosti společnosti



Graf 15 - Metody nákladů podle velikosti společnosti

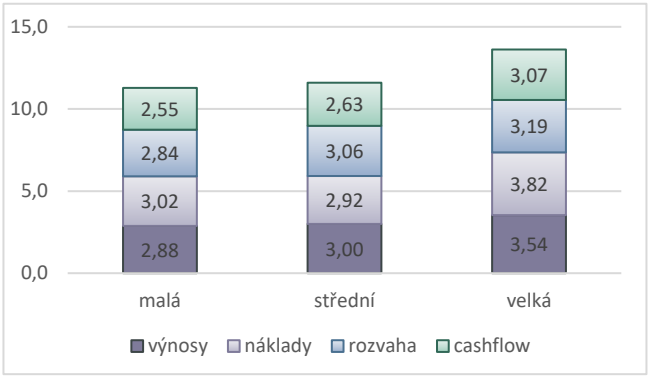


Graf 16 - Metody rozvahových položek podle velikosti společnosti



Graf 17 - Metody cashflow podle velikosti společnosti

Naposledy porovnáme jednotlivé skupiny metod tentokrát vzhledem k velikosti společností (graf č. 18). Zatímco malé a velké společnosti dávají přednost kreativním metodám z oblasti nákladů, střední se více zaměřují na výnosy a ještě o něco více používají metody pro rozvahové položky. Kreativní metody pro cashflow nejvíce využívají velké společnosti a s klesajícím obratem jejich využití klesá.

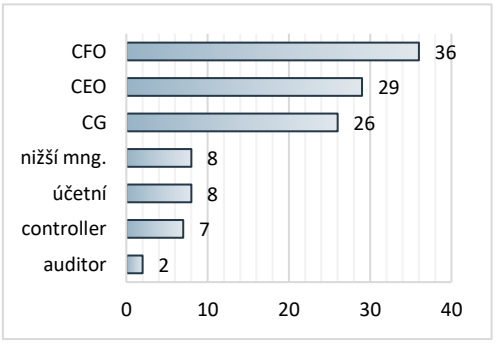


Graf 18 - Metody podle oblastí a velikosti

Na závěr této části mohly respondenti uvést další metody, které jim v předchozích otázkách chyběly. Uváděli zejména opravné položky nebo řízení výsledku přes nedokončenou výrobu.

5.2 Postoj ke kreativnímu účetnictví a strategie finančního řízení

Iniciátorem používání metod kreativního účetnictví (graf č. 19) je podle respondentů nejčastěji CFO, kterého označila více než polovina dotázaných (58,1 %). Přes 40 % respondentů označilo CEO a orgány řízení společnosti (CG). Kolem 12 % respondentů se domnívá, že iniciátorem je nižší úroveň managementu, účetní nebo controller a pouze 2 respondenti označili auditora.[13]



Graf 19 - Iniciátor metod kreativního účetnictví

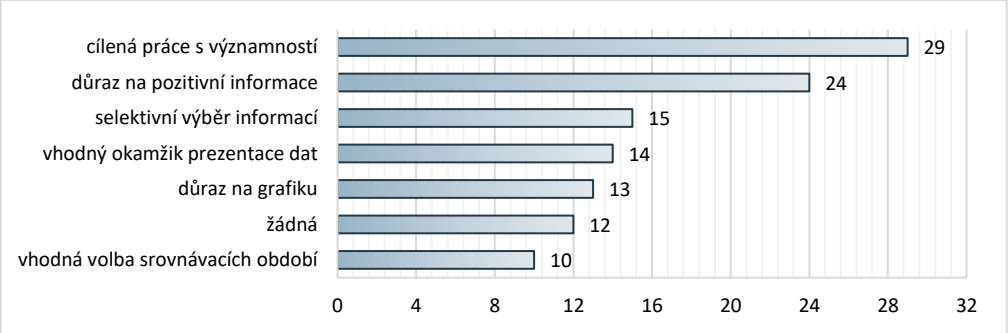
Pouze 8 ze 14 CFO označilo samo sebe, stejný podíl označil orgány corporate governance, 5 CFO označilo za iniciátora CEO a 3 CFO označili účetní. Žádný CFO neoznačil controllera. Všichni responenti CEO označili za iniciátora orgány CG, po 4 respondentech z této skupiny označilo CFO i CEO (tedy sami sebe). Z odpovědí za controlery můžeme zmínit, že pouze jeden označil sám sebe a žádný neoznačil jako iniciátora účetní. Nejčastěji tato skupina označovala CFO (7 z 10 respondentů). Nejpočetnější skupina účetních odpovídala takto. Pouze 5 z nich označilo samo sebe, 12 označilo orgány CG, 11 označilo CFO a 10 označilo CEO. Ze skupiny auditorů & poradců každý označil za iniciátora CFO, 5 ze 7 respondentů označilo CEO a pouze 2 označili navíc i orgány GC. Ostatní možnosti zastoupeny nebyly.

Metody týkající se **přípravy účetní závěrky** a výroční zprávy byly předmětem další otázky. Respondenti měli označit všechna tvrzení, se kterými souhlasí (tzn. stejně jako u předchozí otázky součet odpovědí převyšuje počet respondentů). Nejčastěji se využívá cílené práce s významností (46,8 %), např. že významné položky se uvedou mezi ostatní, a je kladen důraz na uvádění pozitivních informací a upozadění těch negativních (38,7 %).

[13] Auditora označil jeden CEO a jeden účetní.

Ostatní metody se používají méně, označila je zhruba pětina respondentů. Úplně nejméně se používá vhodná volba srovnávacích období, kterou označil cca každý šestý respondent. Možnost „žádná z metod se nepoužívá“ označilo 19 % dotázaných.

Z pohledu sektoru a velikosti společnosti tuto poslední možnost volili účetní, CEO a CFO většinou z malých společností z oblasti služeb. Stejná struktura respondentů volila také možnost selektivního výběru informací. Důraz na pozitivní informace označovali nejčastěji účetní a controlleři spíše ze středních a malých společností napříč všemi sektory. Nejčastější možnost volili nejvíce účetní, controlleři a CFO (v tomto pořadí), kteří působí v malých a středních společnostech a v oblasti služeb a obchodu.



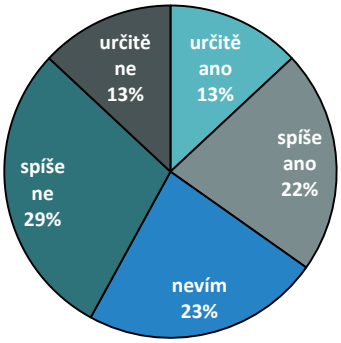
Graf 20 - Metody kreativního účetnictví pro přílohu

V další otázce měli respondenti vyjádřit, **do jaké míry souhlasí s tvrzeními**, které se týkaly obecně kreativního účetnictví. Odpovědi na vybrané výroky jsou prezentovány v koláčových grafech na další straně, kompletní přehled je v příloze B-2.

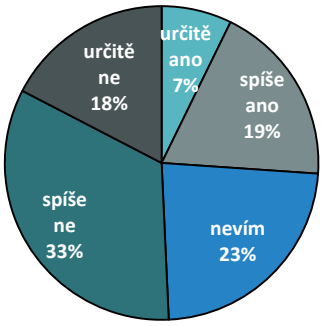
51 % respondentů určitě souhlasí a 39 % spíše souhlasí s tvrzením, že kreativní účetnictví využívá management pro dosažení očekávaných výsledků a maximálních benefitů. Větší část respondentů (42 %) považuje kreativní účetnictví za etické, 35 % respondentů je opačného názoru a přibližně pětina z nich zvolila možnost „nevím“. Interní kontroly mohou účinně bránit používání metod kreativního účetnictví podle 77 % dotázaných, s tímto výrokem spíše nebo určitě nesouhlasí 9 respondentů, tj. 13 %.

Podle 64 % respondentů je odhalování metod kreativního účetnictví spíše (45 %) nebo určitě (19 %) nesnadné. Pouze 18 % dotázaných se domnívá, že je to snadné. 34 dotázaných spíše souhlasí a dalších 16 určitě souhlasí s tvrzením, že se kreativní účetnictví používá pro získání investora nebo úvěru v bance (celkově tedy 57 %). U tvrzení, že na zatraktivnění finančních výkazů za účelem dosažení krátkodobých cílů není nic špatného, určitě souhlasí jen 5 dotázaných a spíše souhlasí 13 dotázaných. Více než polovina dotázaných spíše nebo určitě s tímto výrokem nesouhlasí.

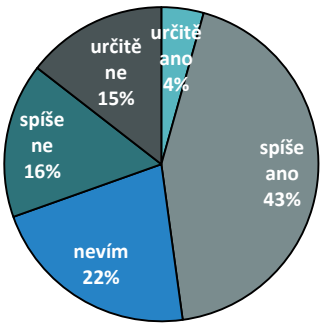
Na tvrzení, že používání kreativního účetnictví je součástí kultury některých společností, odpověděla třetina dotázaných neutrálně. 40 % respondentů s tímto tvrzením spíše souhlasí a dalších 19 % souhlasí určitě, na druhé straně jen 4 respondenti spíše nebo určitě nesouhlasí. Na poslední výrok, že kreativní techniky zkreslují výkonost firmy a proto mají neblahý vliv na rozhodování uživatelů, nikdo neodpověděl určitě nesouhlasím a jen 5 respondentů s tímto určitě souhlasí. Nejvíce respondentů označilo možnost spíše souhlasím, a to 45 %. Pětina respondentů s výrokem naopak spíše nesouhlasí a čtvrtina nemá jednoznačný názor.



Graf 21 - Používání metod kreativního účetnictví je neetické.



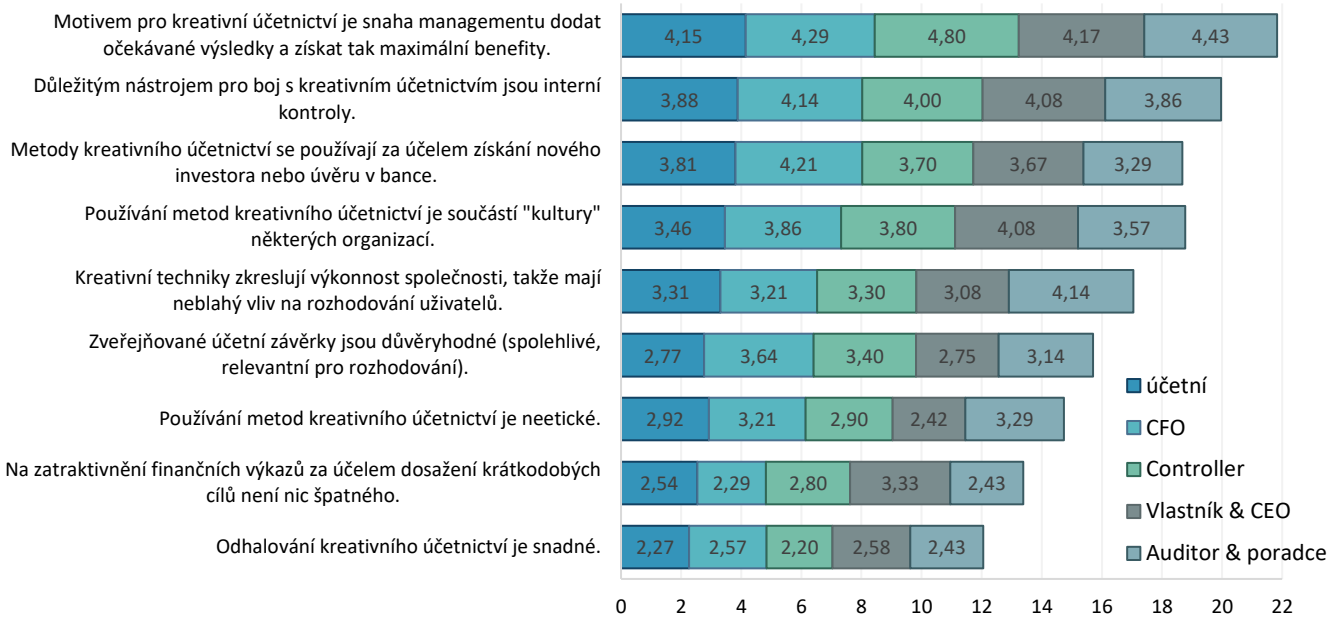
Graf 22 - Na zatraktivnění finančních výkazů za účelem dosažení krátkodobých cílů není nic špatného.



Graf 23 - Zveřejňované účetní závěrky jsou důvěryhodné (spolehlivé, relevantní pro rozhodování).

Výsledky podle jednotlivých profesí přehledně zobrazuje graf č. 24. Můžeme z nich např. vyčíst, že s výrokem, že motivem pro kreativní účetnictví je snaha maximalizovat benefity ze strany managementu, nejvíce souhlasí controlleři a auditoři & poradci. Kreativní účetnictví považují za neetické spíše auditoři & poradci a CFO, zatímco nejméně s tímto tvrzením souhlasí vlastníci & CEO, tzn. problém s použitím metod nemají. To vyplývá i z tvrzení o pozitivním vlivu zatraktivnění finančních výkazů, kde u této skupiny vychází nejvyšší průměrné hodnocení.

Zveřejňované závěrky považují za nejvíce důvěryhodné CFO a následně auditoři & poradci a nejméně naopak účetní. S obdobným tvrzením, že kreativní techniky zkreslují výkonnost společnosti a jsou tedy naopak nedůvěryhodné, nejvíce souhlasí auditoři & poradci a s velkým odstupem controlleři a účetní. U skupiny auditorů & poradců vidíme rozpor. Vlastníci & CEO a CFO jsou nejvíce ze všech skupin respondentů přesvědčeni, že používání metod je součástí kultury některých společností.

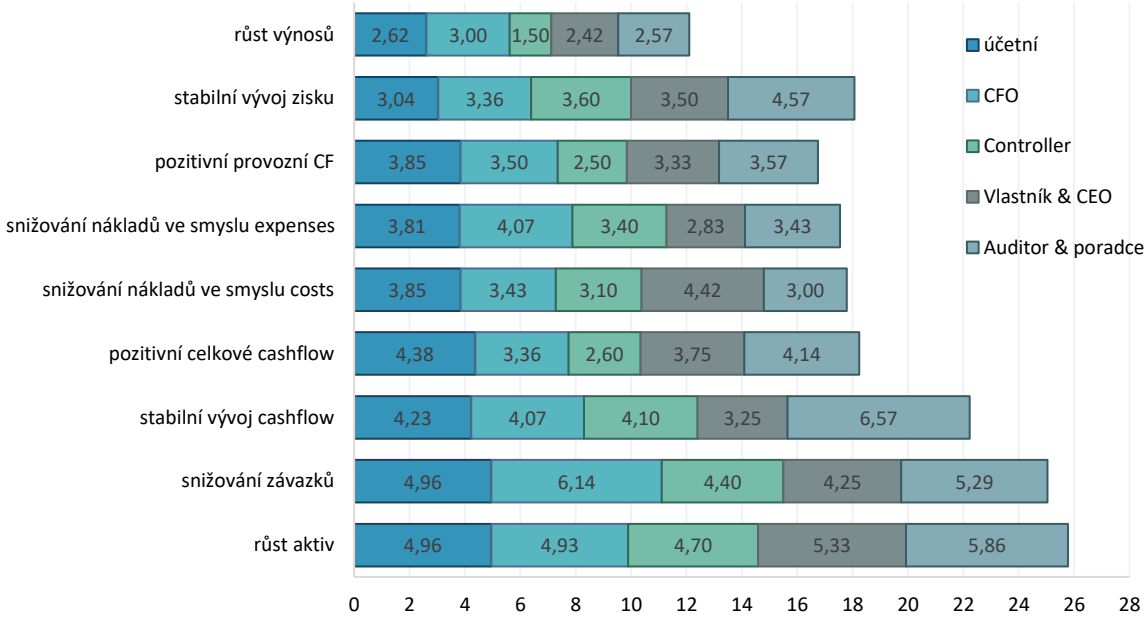


Graf 24 - Postoj respondentů ke kreativnímu účetnictví podle profese

Na závěr této části vyhodnotíme 8. otázku, kde jsme se respondentů ptali, na jakou oblast ve výkazech se nejvíce zaměřují při řízení. Zde jsme nepoužili přepočet na body, ale vycházíme z průměrného umístění na 1. až 9. pozici, tzn. menší hodnota je lepší.

Pokud budeme nejprve uvažovat celkové průměrné výsledky, hodnoty se pohybují od 2,5 do 5,1 v pořadí, které je naznačeno na grafu č. 25. Na prvním místě je v zájmu respondentů růst výnosů, který nejvíc ze všech zajímá controllery a nejméně CFO. Na druhém místě podle celkových výsledků stabilní vývoj zisku a až poté následuje vykazování pozitivního provozního CF. Zajímavé je porovnání nákladů, kde můžeme konstatovat, že účetní je považují za stejně důležité. Náklady ve smyslu expenses více zajímají vlastníky & CEO, zatímco náklady ve smyslu costs jsou předmětem zájmu především controllerů a CFO. Pro tyto respondenty je současně důležitější vykazování pozitivního celkového CF než jeho stabilní vývoj. Tento výsledek není ovlivněn ani výsledkem u auditorů & poradců (6,57 vůbec nejnižší umístění), neboť pokud je neuvažujeme, vychází pořadí stejné. Na posledních dvou místech se umístilo snižování závazků a růst aktiv, které získalo nízké umístění i u vlastníků & CEO.

Podíváme-li se na výsledky podle jednotlivých profesí, všechny skupiny označili na prvním místě růst výnosů. Účetní, kteří mají v mnoha menších společnostech současně roli daňového poradce, controllera i CFO, považují za důležitější řízení nákladů oproti cashflow. CFO naopak sledují kromě rostoucích výnosů pozitivní celkové CF a stabilní vývoj zisku, pak až náklady, a jednoznačně se nejméně zabývají zadlužeností společnosti. U controllerů, kteří mají k CFO obvykle blízko, vychází růst výnosů na celkově nejvyšším umístění. Více než CFO se zabývají pozitivním provozním i celkovým CF a více řeší i náklady. Vlastníci & CEO řeší především náklady ve smyslu expenses, potom stabilní vývoj CF a provozní CF a až pak následuje zisk. Jejich požadavek tedy odpovídá preferencím CFO. Více než ostatní je také zajímá snižování závazků. Auditory & poradce vůbec nejméně zajímá oblast stabilního vývoje CF a růstu aktiv a více se zaměřují na oblast nákladů.



Graf 25 - Strategie finančního řízení podle profese

6 Identifikace metod kreativního účetnictví v účetních výkazech

6.1 Analýza přírůstku cashflow a zisku před zdaněním

Tabulky a grafy vývoje cashflow a zisku v jednotlivých letech včetně výpočtu indexů TMÚV (dále též „index“) jsou v přílohách C. Každá námi zkoumaná společnosti vykazuje alespoň v jednom roce záporný přírůstek CF, zatímco ve vývoji EBT najdeme kromě společnosti Beta pouze kladné hodnoty. To podporuje tvrzení Mulforda a Comiskeyho (2005b), že běžnější je vykazování malých zisků nebo malého zvýšení zisku oproti vykazování malých ztrát, popř. malého snížení zisku. Dále si můžeme všimnout, že u všech společností vyšel index TMÚV kladný, kromě společnosti Lambda, která má vyšší přírůstky CF než zisku.

Společnost Alfa představuje regionálního zástupce ze sektoru obchodu, jehož obrat za rok 2015 dosáhl několika desítek milionů Kč. Při porovnání kumulativních součtů cashflow za 3 a 6 let máme přibližně stejné hodnoty cca -3,7 mil. Kč, zatímco EBT se liší cca o +5,5 mil. Kč. V delším časovém horizontu se hodnoty více přibližují a index TMÚV je o 8 procentních bodů (dále p. b.) nižší. Společnost v roce 2016 investovala významnou částku 3,3 mil. Kč do obnovy DM, což vysvětluje propad CF v tomto roce. Z přílohy se dále dozvídáme, že neeviduje žádné neprodejné zásoby, takže opravné položky tvoří jen k pohledávkám. Nedobytné pohledávky jsou ale ve vztahu k obratu firmy i celkovým aktivům zanedbatelné (cca 0,06 %).

Obdobně se index TMÚV vyvíjí i u **společnosti Beta**. Na delší časové řadě vychází nižší hodnota TMÚV, což indikuje vyrovnání obou veličin. Je zde ale podstatný rozdíl. Beta dlouhodobě vykazuje záporný EBT a kumulativně kladné hodnoty CF. Auditor ve své zprávě k účetní závěrce za rok 2012 upozorňuje na záporný vlastní kapitál společnosti, její zadlužení a ohrožení going concern předpokladu. Společnost je nicméně zafinancována prostředky od zahraničních propojených osob, kterým vydala další akcie v řádu desítek milionů Kč (zvýšení základního kapitálu) a postoupila na ně některé pohledávky. Mezi léty 2014 a 2015 se dlouhodobé pohledávky vůči ovládaným a ovládajícím osobám snížily o téměř 200 mil. Kč. Ze závěrky z roku 2015 také vyplývá, že využívá leasingového financování, takže část dlouhodobého majetku není vykázána v rozvaze; účtuje pouze o leasingových splátkách do nákladů.

Společnost Gama představuje významného a stabilního hráče na českém trhu. To odpovídá i výši EBT a CF, které jsou podstatně vyšší než u předchozích společností a v kladných číslech. Změna indexu TMÚV počítaná na tří letém a pěti letém období je minimální a zároveň nejmenší v porovnání se všemi 9 společnostmi. Z poslední zveřejněné přílohy k účetní závěrce vyplývá, že společnost kromě opravné položky ke zboží a pohledávkám eviduje také opravnou položku k dlouhodobému finančnímu majetku. Dohadné položky se tvoří na slevy, které zatím nebyly uplatněny, na dobropisy, které vydala svým zákazníkům, a nyní řeší reklamaci s dodavateli, nebo na pojištění zboží na skladě. Časově se rozlišují dárkové poukázky, nájemné a SW licencí.

Společnost Delta je opět regionální přestavitel výrobního podniku s nižším obratem. Na vývoji EBT i CF je vidět určitá pravidelnost. EBT roste kromě posledního roku 2016, kdy je zároveň nejnižší přírůstek CF. Zajímavé jsou podobné výsledky EBT v letech 2012--2013 a 2014--2015. Vývoj CF se vyznačuje značnými fluktuacemi, které nejsou ve stručné příloze účetní závěrky vysvětleny. Co se dozvídáme, je to, že společnost pravidelně čerpá dotace na nákup technologií ve výši několika milionů Kč ročně, a také že investuje značnou část prostředků do dlouhodobého hmotného majetku (výrobní prostory, sklady). Při porovnání indexu TMÚV vidíme větší odchýlení zisku a cashflow v delším období, tzn. že se ukazatele vyrovnávají už v kratším období.

Nejmenší odchylku indexu TMÚV (+3,81 p.b.) mezi výrobními společnostmi vidíme u **společnosti Epsilon**, která vykazuje v kratším období nižší kumulované zisky EBT, z důvodu jejich snížení v posledních letech, ale přibližně stejně vysoký úbytek peněžních prostředků. Z výsledovky je zřejmé, že ačkoliv se meziročně (2014--2015) tržby zvýšily zhruba o třetinu a provozní výsledek hospodaření se zvýšil více než 5krát, společnost vykázala obdobnou výši zisku. Důvodem jsou především finanční náklady a dále vytvoření opravné položky k budovám ve výši 3,3 mil. Kč. Pozitivní cashflow významně ovlivnily přijaté dividendy. Společnost sestavuje závěrku podle IFRS, takže vykazuje i najatý majetek formou leasingu a odepisuje jej ve své závěrce. Dále tvoří rezervy např. na záruční opravy nebo rizikové zakázky, které nepřinesou očekávané výnosy.

Společnost Zéta vykazuje kromě roku 2013 EBT v řádech stovek milionů Kč, zatímco CF je záporné nebo velmi nízké. V součtu u EBT i CF za 3 a 6 let vidíme shodné tendence, které ale nejsou proporcionální. Kumulativní EBT je za celé období 2,5krát vyšší, zatímco CF je 75krát nižší. Významný propad CF vidíme v roce 2011, kdy společnost zainvestovala 1,7 mld. Kč do dlouhodobého majetku a vyplatila dividendy ve výši téměř 700 mil. Kč. Z výkazu CF sestaveného nepřímou metodou, který je součástí závěrky, také zjišťujeme, že společnost lépe hospodařila s pracovním kapitálem. Z přílohy k účetní závěrce se dále dozvídáme, že ve skupině funguje tzv. cashpooling a CF za toto období je po jeho zohlednění -302 970 tis. Kč. Dále se CF včetně prostředků cashpoolu vyvíjí takto: -213 123 tis. Kč (2012), -236 589 tis. Kč (2013), -270 664 tis. Kč (2014), +746 867 tis. Kč (2015), -585 421 tis. Kč (2016). Po přepočtení indexů TMÚV s těmito hodnotami jsou výsledky následující (v tis. Kč):

	EBT	CF
∑	2 419 123	-861 900
$TMÚV^{(11-16)}$	135,63 %	
∑	958 815	-720 376
$TMÚV^{(12-14)}$	175,13 %	
ΔTMÚV	*+39,50 p. b.*	

Tabulka 4 - Přepočet TMÚV pro spol. Zéta

Změna zisku mezi roky 2015 a 2016 nebyla ovlivněna výkonností v provozní oblasti, tam je VH téměř totožný a to i co do jednotlivých položek. Významnější rozdíly najdeme pouze v položkách ostatní finanční výnosy a ostatní provozní výnosy a náklady, které podle přílohy zahrnují činnosti mezi spřízněnými stranami.

Zbývající 3 společnosti jsou ze sektoru služeb. Zde vidíme ve všech případech negativní změnu TMÚV, tzn. EBT a CF se lépe vyrovnává už v kratším období, což odporuje našemu předpokladu. U **společnosti Kappa** je zřejmý stabilní růst EBT v čase kromě mírného poklesu v roce 2013, který je doprovázen i snížením CF v následujících dvou letech. Jedná se o malou společnost, takže příloha k účetní závěrce je stručná a proč došlo ke snížení CF např. v roce 2016, zjistíme nepřímo z rozvahy. V tomto roce společnost vykázala nárůst krátkodobých pohledávek i závazků z obchodních vztahů o přibližně stejnou hodnotu v řádech několika milionů Kč. Společnost nemá žádné zásoby výrobků ani zboží, ani nevlastní žádné stavby a pozemky. V roce 2016 se také zvýšila hodnota hmotného movitého majetku netto o více než 450 tis. Kč; tento majetek je celkově podle oprávek odepsaný ze 72 %. V roce 2015 i 2014 došlo k jeho snížení o cca 300 tis. Kč. Dochází tedy k jeho postupné obnově.

Jak je uvedeno výše, **společnost Lambda** jako jediná vykazuje záporné hodnoty indexů TMÚV, neboť hodnota CF v letech 2013 – 2014 průměrně 5x převyšuje EBT. Celková změna idexů je také záporná a to o nejvyšší hodnotu mezi zkoumanými společnostmi (-132,21 p.b.). Z přílohy k účetní závěrce se dozvídáme důvod. Od roku

2013 skupina aplikuje cashpooling a na účet naší společnosti Lambda se převádí zůstatky všech ostatních společností proti vykazovanému závazku. Naši tabulku tedy musíme opět přepočítat a CF snížit o tento závazek. Vývoj cashflow a indexů TMÚV po úpravě je tedy následující: +18 681 tis. Kč (2013), +31 686 tis. Kč (2014), +49 968 tis. Kč (2015).

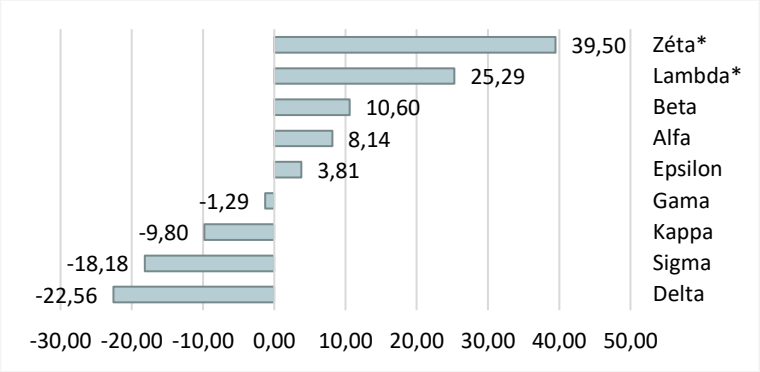
	EBT	CF
∑	185 732	92 904
$TMÚV^{(11-16)}$	49,98 %	
∑	88 590	21 907
$TMÚV^{(12-14)}$	75,27 %	
ΔTMÚV	*+25,29 p. b.*	

Tabulka 5 - Přepočet TMÚV pro spol. Lambda

V roce 2012 i 2013 došlo ke změnám účetních metod (část dohadných položek účtována nově jako rezervy, půjčka od spřízněné společnosti nově jako krátkodobé bankovní úvěry místo původních závazků k ovládající osobě). Společnost celkově využívá institutu dohadných položek ve větší míře než ostatní zkoumané společnosti a tvoří je převážně na faktury za služby od sesterských společností. V roce 2013 vytvořila aktivní dohadné položky ve výši 13,7 mil. Kč a pasivní ve výši 11,3 mil. Kč (z toho položka ostatní ve výší 2,4 mil. Kč) a v obdobné výši je vykazuje i v následujících letech. Dále se dozvídáme, že zisk před zdaněním z roku 2012 byl snížen o rozpuštěnou položku ve výši 5 mil. Kč, která vznikla jako dohadná položka na nevyfakturované tržby za výrobky vůči mateřské společnosti (chyba odhadu, o kterou byl v minulosti zisk zvýšen). Společnost také účtuje o nedokončené výrobě (NDV) u zákazek při poskytování služeb. Výše NDV v roce 2013 dosáhla téměř 3,8 mil. Kč, v roce následujícím se snížla na 450 tis. Kč.

Společnost Sigma jako poslední představitel vykazuje relativně stabilní vývoj EBT a nepravidelné CF. Změna TMÚV při porovnání 3letého a 5letého horizontu ukazuje, že se tyto hodnoty lépe vyrovnávají v kratším horizontu. Záporné CF v roce 2011 a 2013 je podle příloh k účetním závěrkám ovlivněno především investicemi do dlouhodobého finančního majetku (v letech, kdy je CF kladné, jsou investice minimální). Už v roce 2011 je patrné problematické hospodaření s pohledávkami a závazky z obchodních vztahů. Společnost vykazuje cca 830 mil. Kč neuhrazených pohledávek, z toho 200 mil. je po splatnosti (pětina je po splatnosti více než 1 rok). Neuhrazené závazky vykazuje celkem za 680 mil. Kč, z toho po splatnosti je cca 150 mil. Kč. V dalších letech se hodnoty zvyšují přibližně o 200 mil. Kč každý rok. Společnost čerpá krátkodobý úvěr ve výši 150 mil. Kč (2011), který je v dalších letech navyšován až na hodnotu 280 mil. Kč (2014). V roce 2015 vstupuje do společnosti nový investor a vývoj se začíná měnit. Pohledávky i závazky klesají, při tom pohledávky se snížily o 100 mil. Kč více než závazky. Provozní zisk je vyšší o 10 mil. Kč, ale hlavní rozdíly vidíme u položek ostatní provozní výnosy a náklady. Největší dopad na snížení EBT má finanční část výsledovky, kdy výsledek je proti roku 2014 nižší o 52 mil. Kč, takže společnost vykazuje ztrátu z prodeje cenných papírů a podílů.

Graf vpravo zobrazuje změny TMÚV při porovnání 3-letý vs. 5-letý horizont u našich 9 společností. Kladné hodnoty představují snížení rozdílů v čase, tzn. zlepšení ukazatele a lepší vyrovnání EBT a CF v delším období. Společnosti, které využívají cashpoolingu jsou označeny hvězdičkou (*) a do grafu byly zaneseny upravené hodnoty.



Graf 26 - Výsledky analýzy CF a EBT (změna ukazatele TMÚV podle pořadí)

6.2 Analýza M-skóre podle modelu Beneish

U všech společností jsme následně vypočítali M-skóre a to za roky 2014 a 2015 a ve třech variantách podle uvažovaných nákladů. Tabulky s výpočty jsou v přílohách D[14], přičemž hodnoty větší než -2,22, signalizující pravděpodobně zmanipulovanou účetní závěrku, jsou zvýrazněny červeně.

Pokud porovnáme první dvě tabulky D-1 a D-2, zjistíme, že tato hraniční hodnota přesně vychází u společnosti Beta v roce 2015, pokud uvažujeme užší pojetí nákladů. Při této variantě nákladů je nejčastější hodnotou M = -2,75 (tj. medián; průměr činí M = -2,79). Nejlepší hodnoty M-skóre dosáhla společnost Sigma v roce 2015 (M = -3,34). Ve druhé variantě, kdy do nákladů započítáváme i mzdy a odpisy, už jsou hodnoty více rozptýlené. Průměrná hodnota M = -3,44 a medián M = -3,21. Ve skupině společností ze sektoru obchodu najdeme několik extrémů. Společnost Alfa v roce 2014 dosahuje vůbec nejlepšího výsledku M = -7,61. To je dáno především záporným ukazatelem GMI, který ukazuje na výrazné zlepšení marže ve vztahu k tržbám, a zpomaleným odepisováním hmotných aktiv (index DEPI). Obdobného výsledku dosahuje i společnost Beta taktéž v roce 2014 a ze stejných důvodů. U společností ze sektoru výroby můžeme najít hodnoty blížící se k 1 u jednotlivých indexů a M-skóre odpovídající středním hodnotám. U společností zabývajících se službami vychází zmanipulované závěrky u společnosti Kappa a Sigma vždy v roce 2014. Společnostem vychází téměř všechny hodnoty indexů vyšší než 1, nicméně v roce 2015 se zlepšily ty pro náš výpočet nejvýznamnější z nich, a proto už se výsledky M-skóre dostaly pod hranici -2,22.

U společnosti Sigma je patrné, jak významnou roli hraje určení nákladů na prodané výkony. Mezi oběma variantami se liší pouze tento index a v případě varianty 1 dosáhla Sigma za rok 2014 téměř mediánové hodnoty, zatímco ve variantě 2 vychází jako pravděpodobný manipulátor. Podobný rozpor je vidět i u společnosti Beta, která ve variantě 1 dosahuje hraniční hodnoty za rok 2015, ale ve variantě druhé je její M-skóre za stejný rok ještě o 4 desetiny lepší, než je průměrná hodnota.

Pokud přijmeme předpoklad, že přímé náklady zahrnují dvě třetiny osobních nákladů a odpisů, M-skóre vychází podle tabulky v příloze D-3 a s tou budeme dále pracovat.

Porovnáme-li střední hodnoty třetí varianty, medián činí M = -2,85 a průměr M = -2,25. Hodnoty se tedy více blíží variantě 1. Pravděpodododobně zkreslená závěrka vyšla pouze u společnosti Beta za rok 2015 a

[14] Tabulky obsahující reálná čísla tržeb, nákladů atd. pro jednotlivé roky a společnosti nebudou zveřejněny z důvodu zachování jejich anonymity.

u společnosti Kappa vyšla hraniční hodnota M = -2,22 za rok 2014. Nyní se podíváme na každou společnost podrobněji.

Společnosti Alfa vychází jako problematičtější rok 2014, kdy se hodnota M-skóre přibližuje hraniční hodnotě. V porovnání s rokem 2013 se snižuje marže vzhledem k tržbám (GMI) a významně se zpomaluje odepisování (DEPI). Ostatní hodnoty jsou menší než 1, nicméně u ukazatele SGI to znamená absolutní snížení tržeb. V dalším roce se M-skóre zlepšuje, neboť tržby naopak rostou a zlepšuje se i ukazatel marže. Současně se zvyšuje index AQI na hodnotu 2,264, tzn. roste podíl „nekvalitních" aktiv.

U **společnosti Beta** vidíme v roce 2014 celkem pozitivní vývoj. Tržby vzrostly o více než 30 % a pouze index DEPI dosahuje hodnoty 2,575, ale ten má na celkové M-skóre malý vliv. Rapidní změnu naznačuje index GMI v roce 2015, který říká, že se téměř 13x zhoršil podíl marže k tržbám při srovnatelném tempu tržeb. Současně se zrychlilo odepisování hmotných aktiv a celkově tak společnost dosahuje extrémní hodnoty M = 7,96, která naznačuje, že společnost předložila s vysokou pravděpodobností zmanipulovanou závěrku.

U **společnosti Gama** vidíme mírné meziroční zhoršení M-skóre o 0,18. Zlepšení je patrné u indexu DSRI, tzn. společnost lépe „hospodaří" s pohledávkami, a to při zachování stejné úrovně tržeb i marže. U indexu DEPI je vidět mírné zhoršení, tzn. společnost o něco pomaleji odepisuje svá hmotná aktiva, a také zvýšila podíl jiných než hmotných aktiv (AQI) na dvojnásobek.

Společnost Delta meziročně zlepšila ukazatel DSRI, tzn. že podíl pohledávek k tržbám se snížil. Současně vykázala horší podíl marže k tržbám (GMI), tržby samotné klesy o téměř 30 % (SGI) a do svého majetku doplnila „nekvalitní" druhy aktiv s horším potenciálem. Celkově tak dosáhla vyššího, tedy horšího, M-skóre o 0,7.

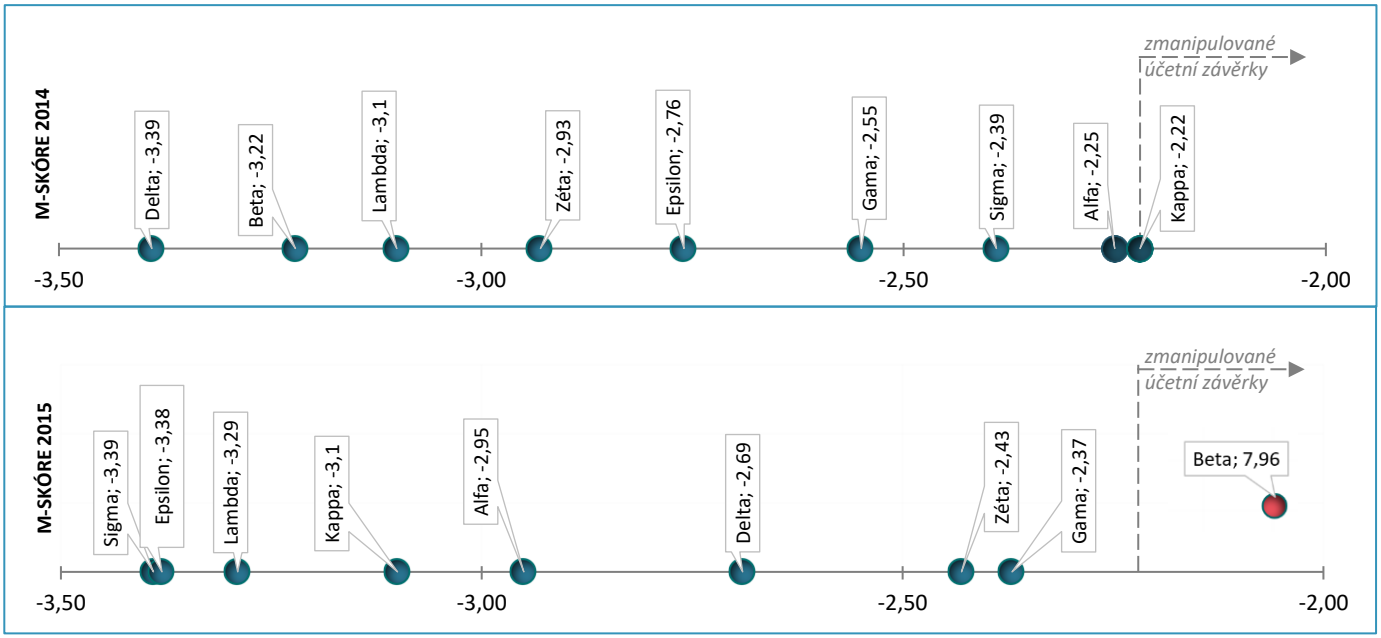
Z výsledků **společnosti Epsilon** můžeme vidět naopak zlepšení M-skóre meziročně o 0,6. Na první pohled je patrné zlepšení všech ukazatelů v roce 2015, kdy hodnotu 1 převyšuje pouze jeden ukazatel, a to index tržeb, který naznačuje, že tržby rostly o více než 40 %, což není samo o sobě negativní, spíše naopak. Výsledek z roku 2015 je zároveň jen o 0,01 horší než celkový nejlepší výsledek M-skóre.

U **společnosti Zéta** sledujeme opět mírné zhoršení M-skóre (o 0,5), které lze na první pohled vidět už z toho, že v roce 2015 jsou všechny indexy kromě DEPI větší než 1, a navíc se zhoršily nejvýznamnější indexy z hlediska vah proměnných ve výpočtu M-skóre, tj. DSRI a GMI. Společnost zvýšila i podíl nekvalitních aktiv, hmotná aktiva odepisuje rychleji a tržby se snížily o 7 %.

Společnost Kappa dosahuje v roce 2014 hraniční hodnoty M = -2,22, které se v roce dalším mění na nadprůměrnou hodnotu M = -3,10. Je to způsobeno zlepšením všech indexů. Dochází ke snížení úrovně pohledávek, zlepšení marže z prodaných výkonů při zvýšení tržeb na dvojnásobek. Zároveň zrychluje odepisování hmotných aktiv a o 30 % snižuje podíl nekvalitních aktiv.

Společnosti Lambda vychází jako jediné v obou letech M-skóre pod hodnotou -3 a s pozitivním vývojem (nižší M v roce 2015), tzn. jedná se o jeden z nejlepších výsledků. Pokud porovnáme indexy za oba roky, u DSRI vidíme zlepšení, tzn. že společnost snížila pohledávky ve vztahu k tržbám. Index GMI i DEPI jsou meziročně jen o něco nižší. Společnost vykazuje za rok 2015 vůbec nejnižší hodnotu AQI = 0,249 a zároveň jí o 30 % vzrostly tržby.

Celkově nejlepší výsledek M-skóre vidíme u **společnosti Sigma** v roce 2015. Společnost významně zlepšila nejpodstatnější ukazatel GMI a snížila i podíl pohledávek k tržbám (DSRI). Podle indexu AQI drží společnost pouze kvalitnější aktiva. Ke snížení došlo i u tržeb a společnost pomaleji odepisuje svá hmotná aktiva.

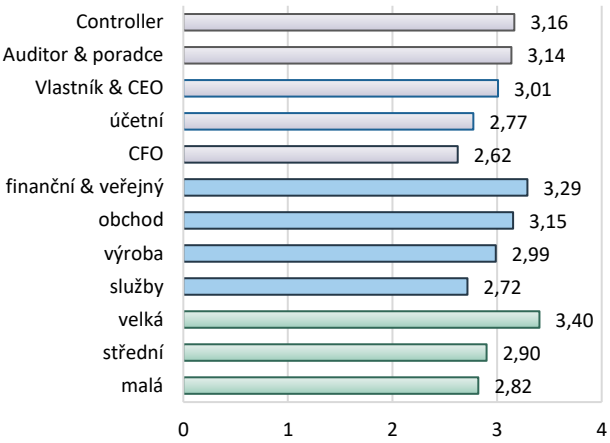


Obrázek 3 - M-skóre podle modelu Beneish u analyzovaných společností za rok 2014 a 2015

7 Zhodnocení výstupů a dílčí závěry

Z **dotazníkového průzkumu** vyplývá, že metody kreativního účetnictví při své praxi nejvíce používají controlleři a auditoři & poradci, nejméně účetní a CFO.

Controleři i auditoři & poradci ze všech metod nejvíce používají časové rozlišení a dohadné položky a volbu metody odpisů. Vlastníci & CEO navíc i leasing pro mimobilanční financování. CFO se kromě metody odpisů orientují primárně na vykazování stabilního provozního CF a účetní využívají nejvíce volbu oceňovací metody. Nejméně využívanými metodami je obecně vendor financing, záměna dluhu a VK pro řízení zadluženosti a položky výzkumu a vývoje. **Hypotéza I**, že „finanční manageři a controlleři využívají metody kreativního účetnictví více než účetní a auditoři“, se tedy nepotvrdila. Za skupinu auditorů navíc nemáme dostatek vstupních dat a je zde tedy prostor pro navazující průzkum. Z metod, které se vážou k příloze k účetní závěrce, můžeme jako nejčastější označit cílenou práci s významností a důraz na prezentaci pozitivních informací.



Graf 27 - Využití metod kreativního účetnictví podle kritérií

Z hlediska sektoru a velikosti společnosti, neuvažujeme-li skupinu veřejných a finančních institucí, se kreativní techniky nejvíce uplatňují v obchodních společnostech a nejméně v sektoru služeb. Respondenti z obchodních společností se nejvíce ztotožňují s pozdějším účtováním výnosů a s nadhodnocováním rezerv, které u výrobních společností dosahují nízkých hodnot. V sektoru služeb se nejvíce používá volba odpisové metody.

Podle velikosti společnosti se kreativní účetnictví využívá nejvíce u společností s obratem nad 5 mld. Kč, kde je dominantní nadhodnocování rezerv. Časové rozlišení a dohadné položky se využívají u středně velkých společností a u malých je nejběžnější volba odpisové metody. **Hypotéza II**, tj. „metody kreativního účetnictví se používají nejvíce ve velkých společnostech a v sektoru služeb“, se potvrdila pouze částečně.

Pro zodpovězení další hypotézy propojíme výsledky z první části dotazníku a 8. otázky, která přímo zkoumá, na jakou část účetní závěrky se respondenti zaměřují při řízení. Z dat grafu č. 8 (hodnoty v bodech) a grafu č. 23 (místo v žebříčku) sloučíme výsledky za jednotlivé výkazy a vypočítáme vážené průměry, které jsou zaneseny do tabulky č. 6. Vidíme, že výsledovka je v každém případě na prvním místě. Pokud respondenti vybírali přímo uvedené strategie, je hned na druhém místě řízení cashflow a s větším odstupem se věnují rozvahovým položkám. Z hlediska aplikace metod kreativního účetnictví se ale více zabývají rozvahovými položkami a cashflow je na posledním místě, i když rozdíl mezi 2. a 3. místem je menší. Rozpor můžeme vysvětlit dvěma způsoby. Respondenti aplikují metody kreativního účetnictví nejméně u cashflow, protože se výkaz povinně nezveřejňuje (ve vzorku máme především malé účetní jednotky), nebo protože řídí primárně čistý pracovní kapitál přes rozvahu. Ve skutečnosti ale vnímají řízení cashflow jako důležitější. **Hypotéza III**, která zní „při finančním řízení se relevantní osoby zaměřují více na oblast výsledovky a cashflow než na rozvahové položky“ se potvrdila.

Průměr	Dle metody (v bodech)		Pořadí	Dle strategie (umístění)		Pořadí
	prostý	vážený		prostý	vážený	
výsledovka	3,068	3,000	1.	3,275	3,293	1.
rozvaha	2,997	2,928	2.	5,082	5,051	3.
cashflow	2,633	2,582	3.	3,814	3,831	2.

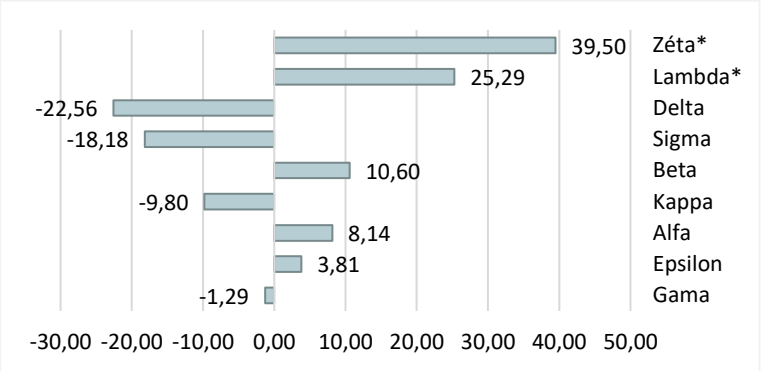
Tabulka 6 - Strategie finančního řízení - porovnání

Pro zhodnocení celkového postoje respondentů ke kreativnímu účetnictví vyjdeme ze čtyř níže uvedených tvrzení (tabulka č. 7). Hodnoty představují počet respondentů, kteří označili danou možnost. První dvě jsou formulovány pozitivně, takže kladný vztah ke kreativnímu účetnictví představují odpovědi „určitě souhlasím“ a „spíše souhlasím“. Další dvě tvrzení jsou formulovány negativně, tzn. že kladný vztah ke kreativnímu účetnictví představují odpovědi „spíše nesouhlasím“ a „určitě nesouhlasím“. Podíl kladných, záporných a neutrálních odpovědí znázorňuje poslední sloupec tabulky. **Hypotéza IV**, že „více než 50 % respondentů vnímá kreativní účetnictví negativně“, se nepotvrdila.

	Na zatraktivnění finančních výkazů za účelem dosažení krátkodobých cílů není nic špatného.	Zveřejňované účetní závěrky jsou důvěryhodné (spolehlivé, relevantní pro rozhodování).	Používání metod kreativního účetnictví je neetické.	Kreativní techniky zkreslují výkonnost společnosti, takže mají neblahý vliv na rozhodování uživatelů.	Podíl
určitě souhlasím	5	3	9	5	36%
spíše souhlasím	13	30	15	31	
nevím	16	15	16	15	22%
spíše nesouhlasím	23	11	20	18	42%
určitě nesouhlasím	12	10	9	0	
celkem	69	69	69	69	276

Tabulka 7 – Vnímání kreativního účetnictví

Na základě **analýzy EBT a CF** lze konstatovat, že u pěti společností z devíti se zisk před zdaněním a CF více přibližují v delším období. U tří společností hodnoty přesahují ±20 p. b. V absolutních hodnotách nejlepšího výsledku, tzn. nejmenší odchylky jakýmkoli směrem, dosáhla společnost Gama (velý obrat, obchod) a dále společnost Epsilon (střední obrat, výroba) a Alfa (malý obrat, obchod). V tomto kontextu nejhorších výsledků dosahují společnosti Zéta (velký obrat, výroba), Lambda (střední obrat, služby) a Delta (malý obrat, výroba). Mezi třemi nejhoršími výsledky máme zástupce každé skupiny, co se týče sektoru i obratu. Střední



Graf 28 - Výsledky analýzy CF a EBT (změna ukazatele TMÚV podle odchylek)

hodnoty vypočítané z hodnot změn indexů TMÚV jsou zanesené v následující tabulce č. 8. Větší rozkolísanost odchylek vidíme u kladných hodnot, kde je průměrná odchylka na úrovní 17,47 p. b. U záporných hodnot je průměr -12,96 p. b., a zároveň se více blíží k mediánu těchto hodnot.

Skupina		Průměr	Medián
Podle odchylky	Kladné hodnoty	17,47	10,60
	Záporné hodnoty	-12,96	-13,99
Podle obratu	Malý obrat	-8,07	-9,80
	Střední obrat	13,23	10,60
	Velký obrat	6,68	-1,29
Podle sektoru	Obchod	5,82	8,14
	Výroba	6,92	3,81
	Služby	-0,90	-9,80

Tabulka 8 - Celkové zhodnocení odchylek TMÚV

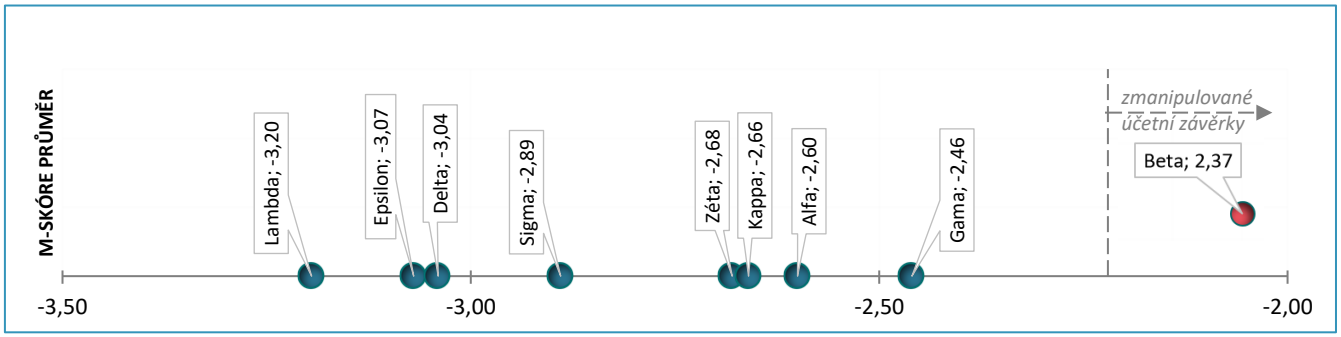
Hypotéza V, která říká, že „největší fluktuace na základě analýzy zisku a cashflow vykazují společností ze sektoru služeb“, se nepotvrdila, neboť podle průměrných hodnot je odchylka tohoto sektoru naopak nejmenší. Vyšších průměrných odchylek dosahují společnosti ze sektoru obchodu i výroby. Na druhé straně společnost zabývající se poskytováním služeb není ani mezi třemi nejlepšími výsledky, kde máme dva zástupce ze sektoru obchodu a jednu výrobní společnost. Pokud porovnáme hodnoty podle obratu, největší průměrné odchylky vychází u společností se středním obratem.

Hypotéza VI, která říká, že „fluktuace ve vývoji zisku a cashflow se vyrovnávají v delším časovém období než 3 roky“, se také nepotvrdila, neboť většina společností sice dosahuje kladných hodnot změn indexů TMÚV, ale rozdíly jsou častěji v řádech desítek, nikoliv jednotek procentních bodů. Např. u společnosti Delta se CF a EBT vyrovnávají lépe už v horizontu 3 let. Pokud se podíváme na průměrné hodnoty podle jednotlivých skupin, se záporným znaménkem vychází pouze skupina malých společností, kde by tedy k vyrovnání EBT a CF mělo docházet v kratším intervalu. To by znamenalo, že v ostatních případech je hypotéza platná, nicméně nebyl prokázán základní předpoklad, že se EBT a CF vyrovnávají, neboť průměrné odchylky se pohybují také kolem ±10 p. b.

Drábková (2011a) v případové studii uvažuje zjednodušený případ pouze rostoucího a kladného CF i EBT. Na námi zvolených datech se ukazuje, že praxe je mnohem komplikovanější. Ani v jednom případě nevyšly tak nízké hodnoty odchylek a téměř ideální vyrovnání zisku a přírůstků peněžních toků ani v horizontu 5 let. To by vedlo k závěru, že všechny námi analyzované závěrky jsou zmanipulované tak, že hrozí riziko podvodu (manipulace 3. stupně). Toto ovšem není možné konstatovat na základě vzorku 9 odlišných společností. Navíc malé odchylky mezi EBT a CF můžou být způsobeny jak použitím kreativity při aplikaci účetních metod, tak samotnou podstatou podnikání, které je typické např. opakujícími se výrobními cykly. Pokud bychom se přiklonili k první variantě, subjektivně lze náznak účelového použití odpisů identifikovat uspolečnosti Kappa; u společnosti Lambda je patrné nadužívání dohadných položek.

Dle výpočtů **M-skóre podle modelu prof. Beneishe**, za předpokladu, že přímé náklady kromě nákladů na prodané zboží, výkonnové spotřeby a změn stavu a aktivace tvoří i 2/3 osobních nákladů a odpisů (varianta 3), nám vyšla velmi pravděpodobně zkreslená účetní závěrka pouze u společnosti Beta za rok 2015, kdy M = 7,96. U společnosti Kappa za rok 2014 vychází hraniční hodnota M = -2,22. Obě společnosti vyšly jako problematické i v případě, kdy jsme uvažovali náklady pouze v užším pojetí nebo pouze v širším pojetí. M-skóre pro společnost Beta v roce 2015 nabývá hraniční hodnoty při variantě první a M-skóre pro společnost Kappa v roce 2014 dosahuje hodnoty M = -1,94 v případě varianty druhé. Jedná se o závěrky společností se středním, resp. malým obratem a z výrobního odvětví, resp. z odvětví služeb. **Hypotéza VII,** tj. „nejvyšší pravděpodobnost manipulace s účetní závěrkou vykazují společnosti s obratem nad 5 miliard Kč" se proto nepotvrdila. Na druhé straně nejlepší hodnotu M-skóre za rok 2014 dosáhly společnosti Delta, Beta a Lambda, a za rok 2015 Sigma, Epsilon a Lambda. Pořadí se tedy značně mění i mezi jednotlivými roky. Zcela zásadní roli při výpočtech hraje úroveň nákladů na prodané výkony, které vstupují do indexu GMI, který má ve vzorci M-skóre nejvyšší podíl.

Pokud spočítáme souhrnné umístění společností za oba sledované roky jako průměr jejich M-skóre, vyjde následující pořadí (obr. 4). Nejlépe se umístila společnost Lambda (střední obrat, služby), dále Epsilon (střední obrat, výroba) a Delta (malý obrat, výroba). Nejhůře se naopak umístila společnost Beta (střední obrat, obchod), dále Gama (velký obrat, obchod) a Alfa (malý obrat, obchod).



Obrázek 4 - Celkové pořadí dle analýzy M-skóre

Porovnáme-li mezi sebou **výsledky obou analýz** (tabulka č. 9), zjistíme, že nám vychází protichůdné závěry. Mezi třemi nejlepšími výsledky se podle obou analýz umístila společnost Epsilon, a to shodně na 2. místě. Naopak mezi třemi nejhoršími výsledky nenajdeme shodu. Společnost Beta, které vyšla zmanipulovaná závěrka s nejvyšší pravděpodobností, se umístila při analýze CF a EBT na 5. místě. Společnost Lambda, které naopak vyšlo nejnižší M-skóre a tedy nejmenší pravděpodobnost zmanipulované závěrky, se v analýze CF a EBT umístila až na 8. místě. **Hypotéza VIII**, která zní „závěrky společností, které vykazovaly významnější odchylky ve vývoji zisku a cashflow, jsou zmanipulované", se tedy nepotvrdila. Pořadí společností od nejlepšího výsledku po nejhorší podle obou analýz je uvedeno v následující tabulce. Třetí sloupec, znázorňující celkové pořadí, byl vypočten tak, že jsme každé umístění společností obodovali: 1. místo = 9 body, za 2. místo = 8 body atd.

Pořadí	Analýza CF a EBT	Analýza M-skóre	Celkové pořadí
1.	Gama	Lambda	Epsilon
2.	Epsilon	Epsilon	Gama Lambda
3.	Alfa	Delta	
4.	Kappa	Sigma	Alfa Delta Kappa Sigma
5.	Beta	Zéta	
6.	Sigma	Kappa*	
7.	Delta	Alfa	
8.	Lambda	Gama	Beta Zéta
9.	Zéta	Beta*	

Tabulka 9 - Celkové pořadí podle analýzy výkazů
*(spol. označeným * vyšla individuální M-skóre vyšší nebo rovna -2,22)*

Na závěr porovnáme **celkové pořadí s výsledky dotazníkového průzkumu**, protože stanovení velikosti společností a rozdělení do oborů bylo shodné u obou metod. Mezi třemi nejlepšími společnostmi jsou zastoupené všechny obory. Společnost Epsilon, tj. středně velká výrobní společnost, by měla spadat do jakéhosi středu, co se využívání metod týče. Podle analýzy je ale na prvním místě. Naopak společnost Gama (obchod, velký obrat), která zaujímá 2. - 3. místo v tabulce, je podle dotazníku pravděpodobnějším manipulátorem, pokud neuvažujeme finanční instituce a veřejný sektor.

Naopak na druhém konci tabulky máme společnosti Beta a Zéta, které vychází relativně negativně i podle dotazníkovém šetření. Společnost Kappa, která také na individuální bázi dosáhla kritické hodnoty M-skóre, bychom zařadili mezi méně pravděpodobné manipulátory (malá společnost z výrobního sektoru).

Vazba mezi výsledky je slabá. **Hypotéza IX**, která říká že „existuje shoda mezi výsledky dotazníkového šetření a analýzou účetních závěrek“ se nepotvrdila. Více s výstupy dotazníkového šetření koresponduje pořadí podle analýzy M-skóre než analýza CF a EBT.

Závěr

Cílem teoretické části práce bylo logicky uspořádat metody kreativního účetnictví podle dostupných zdrojů a vysvětlit stručně jejich podstatu a dopad do účetních výkazů. Cílem praktické části bylo zjistit, zda a do jaké míry se tyto techniky využívají v praxi v České republice. Za tímto účelem bylo provedeno dotazníkové šetření a analýza účetních výkazů, která se skládala ze dvou částí. Hlavní zjištění jsou následující.

Pokud porovnáme výsledky analýz a výstup z dotazníkového šetření, oběma metodami jsme identifikovali používání odpisů, dohadných položek a časového rozlišení i leasingového financování. Ve výkazech jsme také několikrát narazili na půjčky mezi spřízněnými osobami, které se ale podle šetření mezi respondenty příliš nevyužívají. Z dotazníku naopak vyplývá, že své využití nachází i volba oceňovací metody.

Kreativní účetnictví nejvíce využívají controlleři a auditoři & daňoví poradci, nejméně potom účetní a CFO. Vlastníci & CEO zaujímají střední pozici. Z hlediska velikosti a sektoru společnosti se s metodami setkáme nejpravděpodobněji ve velkých společnostech s obratem nad 5 miliard Kč ze sektoru obchodu, nejméně naopak u malých společností s obratem do 200 milionů Kč ze sektoru služeb.

Všechny průměrné hodnoty se pohybují mezi 2,5 – 3,5 body z 5 možných (znamená velmi časté použití). Můžeme konstatovat, že z celkového pohledu zde nemáme žádný extrém. Žádná metoda se tedy nepoužívá významně více než jiná. Na druhou stranu hodnoty dokládají fakt, že metody nejsou respondentům neznámé a že je skutečně využívají, i když „jen" občas. V jednotlivých odpovědích byly zastoupeny v nemalé míře i obě krajní hodnoty, tzn. že některé metody se používají i velmi často a jiné vůbec. Účastníci průzkumu tedy nad otázkami přemýšleli a nevyplňovali jen střední hodnotu.

Respondenti se bez ohledu na pracovní pozici nejvíce zaměřují na oblast výsledovky, následuje řízení cashflow a až poté rozvahové položky. Z hlediska vnímání kreativního účetnictví, zaujímá 42 % respondentů spíše negativní postoj a 36 % respondentů spíše pozitivní postoj.

Na reálných účetních závěrkách jsme zjistili, že v některých případech se cashflow a zisk před zdaněním vyrovnává lépe už v kratším období než je 3 roky, nicméně celkově jsou odchylky v řádech desítek procentních bodů. Tzn. že ani v 5letém horizontu k ideálnímu vyrovnání nedochází. Nejnižší fluktuaci jsme zaznamenali u společností ze sektoru služeb. Při výpočtu M-skóre vyšla jako nejpravděpodobněji zmanipulovaná závěrka společnosti se středním obratem ze sektoru obchodu; nejlépe se umístila středně velká společnost ze sektoru služeb. Spojitost s dotazníkovým šetřením tedy vidíme, co se týče kritéria sektoru, nikoliv co do velikosti společností.

Při porovnání našeho průzkumu s dosavadními průzkumy (EY, 2016; Cernusca, 2016; Balaciu a kol., 2014) vychází shodně názory respondentů, kteří se většinově kloní k variatně, že kreativní účetnictví není neetické a může být z hlediska krátkobých cílů prospěšné. Na druhé straně, podle výzkumu Balaciu (2014) se 44 % respondentů domnívá, že účetní závěrky nejsou spolehlivé, zatímco našich 47 % dotázaných se spíše nebo určitě domnívá, že spolehlivé jsou.

Motivy pro kreativní účetnictví i iniciátoři těchto metod v našem průzkumu vychází odlišně než v průzkumu Tassadqa a Malika (2015). Benefit pro management, který byl nejčastěji označovaným důvodem u našich respondentů (i v průzkumu Balaciu a kol., 2014), označilo v tomto případě jen 11 % respondentů.

Nejčastějším manipulátorem je podle nich management mimo CEO, kteří u nás zaujímají druhé místo hned po CFO.

Jak dotazník, tak analýza závěrek mají svá omezení a tím pádem i potenciál, jak je na ně možné navázat. U dotazníku je tím hlavním menší počet respondentů z důvodu relativně malé návratnosti, která byla ale vzhledem k tématu a období realizace očekávaná. Vhodnější by bylo lépe naplánovat šíření dotazníku mezi respondenty a ideálně data sbírat po dlouhé časové období, aby byl vzorek vyrovnanější. Obzvláště chybí data za skupinu auditorů, což je zároveň možnost pro navazující průzkum, a v pozicích měla být uvedena i možnost „daňový poradce".

Otázky týkající se metod v první části byly na úvod obtížnější, což mohlo některé respondenty odradit, nicméně potřebovali jsme je seznámit s praktickými příklady jednotlivých metod, aby mohli relevatně vyjádřit svůj postoj v otázkách následujících. Metody byly v dotazníku popsány stručně, co nejvýstižněji a s uvedením příkladů. Problém mohl nastat u pojmů jako big bath a vendor financing, příp. i income smoothing, kterým respondenti nemuseli rozumět, a proto označili, že je nepoužívají.

Ačkoliv se práce zabývá primárně finančním účetnictvím, v dotazníku jsme se dotkly i metod manažerského účetnictví, neboť CFO a controlleři jsou významnou profesní skupinou a v našich podmínkách nelze jednoznačně tyto okruhy oddělit. Navíc značná část odpovědí pochází ze společností s malým obratem. Zajímavý by byl i další průzkum zaměřený na manažerské účetnictví.

Počet zkoumaných účetních závěrek byl také limitující. Zde šlo primárně o kvalitativní analýzu na malém vzorku, abychom mohli porovnat výsledky s dotazníkovým šetřením i výsledky analýz mezi sebou. Problémem v tomto případě byly nedostupné výroční zprávy, resp. výkazy, takže některé vybrané společnosti nešlo zkoumat. Opět se prokázalo, jak důležitý je výkaz cashflow a především příloha k účetní závěrce, která osvětlí řadu pochybností, jako jsou účetní metody nebo podrobnější členění položek. Špatné výsledky analýzy nemusí znamenat, že společnost aplikuje kreativní metody, ale může jít o tendence vycházející z podstaty podnikání. Na druhou stranu, každá významnější odchylka, která není vysvělena, by měla být podezřelá. V navazujícím výzkumu by bylo možné výsledky porovnat na ještě delší časové řadě, příp. se zaměřit jen na jednu vybranou skupinu společností. Otázkou při analýze M-skóre zůstává, jak tento model nejvhodněji aplikovat na české účetní závěrky.

Diplomová práce se nevěnuje konsolidovaným účetním závěrkám, ani kreativním metodám v oblasti vykazování finančních nástrojů. Zajímavý by byl také výzkum, který by analyzoval vliv metod kreativního účetnictví na výsledky finanční analýzy.

Prostudované zdroje většinou prezentují používání kreativních metod výhradně jako něco špatného. Málokdy byla studie či článek postaven pozitivně. Na postoji našich respondentů je patrné, že v praxi tento názor nepřevládá.

Domnívám se, že kreativní účetnictví může mít krátkodobě pozitivní dopad, ale z hlediska dlouhodobého společnost spíše poškodí, pokud se jeho využívání vymkne kontrole. Pokud se jedná o systematickou činnost, kdy výkazy neposkytují reálné a užitečné informace, takže uživatel je záměrně uváděn v omyl, jde společnost sama proti sobě, protože takový vývoj není dlouhodobě udržitelný. Rozdíl mezi druhým a třetím stupněm kreativního účetnictví vnímám snad jen v tom, že se praktiky začnou aplikovat ve velkém měřítku, až se jejich používání dostane na veřejnost a příp. se prokáže i úmysl podle příslušných právních předpisů.

Problematika manipulace s účetní závěrkou je nadčasovým tématem, alespoň v zahraničí. O tématu se u nás příliš nemluví, ačkoliv zájem je podle zpětné vazby z dotazníku i z individuálních diskusí s účetními i finančními neprofesionály velký. Za posledních více než 10 let neexistují dostupná data za Českou republiku, na která by se dalo navázat. Jedna respondentka přímo uvedla, že na stejné téma již diplomovou práci psala, ale není veřejná. Právě proto byly zvoleny anonymní názvy společností, aby práce mohla být dostupná široké odborné veřejnosti a tudíž využitelná pro praxi. Výstup z diplomové práce bude koncem září 2017 zveřejněn na portále absolventi VŠE a rozseslán spolupracujícím organizacím i všem respondentům, kteří o to projevili zájem v dotazníkovém průzkumu.

Tenká hranice mezi podvodem a kreativním účetnictvím, nejednoznačná definice pojmů a jejich individuální vnímání či interpretace komplikují složitost tématu i porovnávání výsledků průzkumů různých autorů. Svou roli hraje i různá forma regulace finančního výkaznictví, která činí účetní výkazy neporovnatelnými i bez použití kreativních metod. Účetnictví jako model bude z tohoto pohledu vždy zjednodušující a nedokonalé.

Seznam použité literatury a pramenů

1. ACL SERVICES. 2017 Fraud Survey Results. In: www.acl.com [online]. 2017 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.acl.com/2017/03/2017-fraud-survey-results/
2. ASSOCIATION OF CERTIFIED FRAUD EXAMINERS. REPORT TO THE NATIONS ON OCCUPATIONAL FRAUD AND ABUSE: 2016 GLOBAL FRAUD STUDY. In: www.acfe.com [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.acfe.com/rttn2016/docs/2016-report-to-the-nations.pdf
3. BALACIU, Diana, Victoria BOGDAN, Ioana MESTER a Dana GHERAI. EMPIRICAL EVIDENCES OF ROMANIAN AUDITORS' BEHAVIOR REGARDING CREATIVE ACCOUNTING PRACTICES [online]. In: . Accounting and Management Information Systems. Vol. 11, No. 2, pp. 213–238. University of Oradea, Romania, 2012 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ami/articles/11_2_7.pdf
4. BALACIU, Diana, Victoria BOGDAN, Liliana FELEAGA a Adela-Laura POPA. "Colorful" approach regarding creative accounting. An introspective study based on the association technique. In: Cig.ase.ro [online]. University of Oradea, Bucharest University of Economic Studies: Accounting and Management Information Systems, 2014,Vol.13,No.4,pp.643–664 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: http://www.cig.ase.ro/articles/13_4_3.pdf
5. BARTŮŇKOVÁ, Lucie. DOPADY VYKAZOVÁNÍ LEASINGU U NÁJEMCE DLE IFRS A ČESKÉ LEGISLATIVY NA HODNOTY FINANČNÍCH UKAZATELŮ [online]. 2012(068) [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: https://www.tvp.zcu.cz/cd/2012/PDF_sbornik/068.pdf
6. Beneish, Messod D. (1999). The detection of earnings manipulation. In: Financial Analysts Journal, 55(5), 24-36. 1999 [cit. 2017-07-12] Dostupné z https://search-proquest-com.zdroje.vse.cz/docview/219211748?accountid=17203
7. CERNUSCA, Lucian, Delia DAVID, Cristina NICOLAESCU a Bogdan Cosmin GOMOI. Empirical Study on the Creative Accounting Phenomenon. Studia Universitatis „Vasile Goldis" Arad – Economics Series [online]. 2016-01-1, 26(2) [cit. 2017-03-21]. DOI: 10.1515/sues-2016-0010. ISSN 2285-3065. Dostupné z: http://www.degruyter.com/view/j/sues.2016.26.issue-2/sues-2016-0010/sues-2016-0010.xml
8. České účetní standardy pro účetní jednotky, které účtují podle vyhlášky č. 500/2002 Sb., ve znění pozdějších předpisů. In: Ministerstvo financí české republiky [online]. Praha, 2016 [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/ucetnictvi-a-ucetnictvi-statu/ucetni-reforma-verejnych-financi-ucetnic/pravni-predpisy/platne-ceske-ucetni-standardy/2016/ceske-ucetni-standardy-pro-ucetni-jednot-24262
9. DRÁBKOVÁ, Zita. Kreativní účetnictví a účetní podvody jako porušování věrného a pravdivého obrazu účetnictví. České Budějovice, 2011a. Disertační práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Jindřiška Kouřilová. Dostupné z: https://theses.cz/id/4pa3u2/Drbkov_disertan_prce.pdf
10. DRÁBKOVÁ, Zita. METODY KREATIVNÍHO ÚČETNICTVÍ V PODMÍNKÁCH ČESKÝCH ÚČETNÍCH PŘEDPISŮ. In: Jcu.cz [online]. České Budějovice: INPROFORUM 2011, 2011b [cit. 2017-03-19]. ISBN 978-80-7394-315-8. Dostupné z: http://ocs.ef.jcu.cz/index.php/inproforum/INP2011/paper/viewFile/51/47
11. ERNST & YOUNG. Corporate misconduct — individual consequences: 14th Global Fraud Survey. In: Www.ey.com [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-fraud-survey-2016/$FILE/ey-global-fraud-survey-final.pdf
12. FIBÍROVÁ, Jana. Manažerské účetnictví: nástroje a metody. 2., aktualiz. a přeprac. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-743-0.
13. FINANCIAL ACCOUNTING STANDARD BOARD. Generally Accepted Accounting Principles: United States (US GAAP). In: FASB [online]. 2017 [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.fasb.org/jsp/FASB/Page/LandingPage&cid=1175805317350
14. FIREŠ, Bohuslav a Vladimír ZELENKA. Oceňování aktiv a dluhů v účetnictví. 2. dopl. a rozš. vyd. Praha: Management Press, 1997. ISBN 80-859-4324-7.
15. Guinea, F.A. (2016), Study regarding the creative accounting techniques in management accounting, Audit Financiar, vol. XIV, no. 10(142)/2016, pp. 1136-1148, DOI: 10.20869/AUDITF/2016/142/1136
16. CHUAN, Yeo Sui. Detection of Earnings Manipulation: Beneish M-Score. In: www.value-edge.com [online]. 2016 [cit. 2017-07-12]. Dostupné z: http://value-edge.com/2016/04/20/detection-of-earnings-manipulation-beneish-m-score/

17. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. Conceptual Framework for Financial Reporting: Exposure Draft ED/2015/3 [online]. In: . Londýn: IFRS Foundation Publications Department, 2015 [cit. 2017-02-6]. ISBN 978-1-909704-82-4. Dostupné z: http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/ED_CF_MAY%202015.pdf

18. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. IAS 7 — Statement of Cash Flows. In: IAS Plus [online]. Deloitte Global Services Limited, 2017a [cit. 2017-03-14]. Dostupné z: https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias7

19. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. IAS 8 — Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors. In: IAS Plus [online]. Deloitte Global Services Limited, 2005 [cit. 2017-03-14]. Dostupné z: https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias8

20. INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. International Financial Reporting Standards. In: IASB [online]. 2017b [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.ifrs.org/About-us/IASB/Pages/Home.aspx

21. JONES, Michael John. Creative accounting, Fraud and International Accounting Scandals. Velká Británie: Wiley, 2011. ISBN 987-0-470-05765-0. Dostupné také z: https://ebookcentral-proquest-com.zdroje.vse.cz/lib/vsep/reader.action?docID=698561

22. KOVANICOVÁ, Dana. Finanční účetnictví: světový koncept IFRS/IAS. 5., aktualiz. vyd. Praha: BOVA POLYGON, 2005. ISBN 80-7273-129-7.

23. KPMG. Global profiles of the fraudster: Technology enables and weak controls fuel the fraud. In: Assets.kpmg.com [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/profiles-of-the-fraudster.pdf

24. KRÁLÍČEK, Vladimír a Molín JAN. Vnější a vnitřní kontrola z pohledu managementu. Praha: Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-7478-557-3.

25. KRUPOVÁ, Lenka. Kreativní účetnictví: zneužívání účetnictví - možnosti a meze. Praha: Komora auditorů ČR, 2001. ISBN 80-902-8552-x.

26. MAVERICK, J.B. What is the difference between gross margin and gross profit? In: www.investopedia.com [online]. 2017 [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.investopedia.com/terms/g/grossmargin.asp?ad=dirN&qo=investopediaSiteSearch&qsrc=0&o=40186

27. MULFORD CHARLES W. The financial numbers game: detecting creative accounting practices. New York: John Wiley, 2005a, 2rd ed. ISBN 978-0-471-77073-2.

28. MULFORD, Charles W. a Eugene E. COMISKEY. Creative cash flow reporting: uncovering sustainable financial performance. Hoboken, New Jersey.: J. Wiley&Sons, Inc., 2005b. ISBN 04-714-6918-1.

29. MÜLLEROVÁ, Libuše a Vladimír KRÁLÍČEK. Auditing. Praha: Oeconomica, 2014. ISBN 978-80-245-2018-6.

30. OLECKÁ, Ivana a Kateřina IVANOVÁ. METODOLOGIE VĚDECKOVÝZKUMNÉ ČINNOSTI [online]. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, o. p. s, 2010 [cit. 2017-07-04]. ISBN 978-80-87240-33-5. Dostupné z: http://web.ftvs.cuni.cz/hendl/metodologie/41metodologie_vedecko-vyzkumne_cinnosti.pdf

31. OLIVERAS, Ester a Oriol AMAT. Ethics and Creative Accounting: Some Empirical Evidence on Accounting for Intangibles in Spain. In: Econ-papers.upf.edu: UPF Economics and Business Working Paper No. 732 [online]. Universitat Pompeu - Faculty of Economic and Business Sciences, 2004 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: https://econ-papers.upf.edu/papers/732.pdf

32. POPESCU, Laura-Maria a Ileana NISULESCU. Creative accounting versus fraud. SEA-Practical Application of Science[online]. The Bucharest University of Economic Studies, Romania, 2014, Volume II, Issue 3 (5) [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: http://sea.bxb.ro/Article/SEA_5_8.pdf

33. Positive accounting theory [online]. Accounting scholar. 2017 [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.accountingscholar.com/positive-accounting-theory.html

34. PRICEWATERHOUSECOOPERS. Celosvětový průzkum hospodářské kriminality 2016b: Zpráva za Českou republiku. In: Www.pwc.com/cz [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.pwc.com/cz/cs/hospodarska-kriminalita/assets/pdf/global-economic-crime-survey-2016-cz.pdf

35. PRICEWATERHOUSECOOPERS. Global Economic Crime Survey 2016a. In: www.pwc.com [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.pwc.com/gx/en/economic-crime-survey/pdf/GlobalEconomicCrimeSurvey2016.pdf

36. SAXO BANK. Slovník finančních pojmů: konvertibilní dluhopis. In: www.cz.saxobank.com, 2016 [online]. [cit. 2017-03-14]. Dostupné z: http://cz.saxobank.com/support/slovnik-pojmu/akciovy-dluhopis
37. SERIOUS FRAUD OFFICE. Annual Report and Accounts 2015-16 (For the year ended 31 March 2016). In: Www.sfo.gov.uk [online]. 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.sfo.gov.uk/publications/corporate-information/annual-reports-accounts/
38. SVAZ ÚČETNÍCH ČESKÉ REPUBLIKY, Z. S. ETICKÝ KODEX ČLENŮ SVAZU ÚČETNÍCH [online]. Praha, 2009, 9 - 10 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: http://www.sukv.cz/doc/eticky_kodex_su.pdf
39. ŠRÁMKOVÁ, Alice a Martina JANOUŠKOVÁ. Mezinárodní standardy účetního výkaznictví: praktické aplikace. 6., aktualiz. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2015. Vzdělávání účetní profese v ČR. ISBN 978-80-86716-99-2.
40. TASSADAQ, Fizza a Qaisar Ali MALIK. Creative Accounting and Financial Reporting: Model Development and Empirical Testing. In: International Journal of Economics and Financial Issues [online]. 5 (2). 2015, pp 544-551 [cit. 2017-03-20]. ISSN 2146-4138. Dostupné z: http://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/1047/pdf
41. THE INTERNATIONAL AUDITING AND ASSURANCE STANDARDS BOARD (IAASB). International standard on auditing 240: The auditors´s responsibilities relating to fraud in an audit of financial statements. In: IAASB [online]. 2017 [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: http://www.ifac.org/system/files/downloads/a012-2010-iaasb-handbook-isa-240.pdf
42. VALACH, Josef. Investiční rozhodování a dlouhodobé financování. 3., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-71-2.
43. Vyhláška 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů. In: Sbírka zákonů. Ročník 2002, částka 174.
44. WELLS, Joseph T. Corporate Fraud Handbook: Prevention and Detection [online]. Fourth Edition. USA: Wiley, 2013 [cit. 2017-03-12]. ISBN 978-1-118-75722-2. Dostupné z: https://ebookcentral-proquest-com.zdroje.vse.cz/lib/vsep/reader.action?docID=1429438
45. Zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník. In: Sbírka zákonů. Ročník 2009, částka 11. ISSN 1211-1244.
46. Zákon č. 563/1991 Sb., Zákon o účetnictví: ve znění pozdějších předpisů. In: Sbírka zákonů. ročník 1991, částka 107.
47. Zákon č. 586/1992 Sb., O daních z příjmů. In: Sbírka zákonů. ročník 1992, částka 117.

Seznam použitých zkratek

ACFE	Association of Certified Fraud Examiners
AQI	Asset Quality Index
CAFIN	Česká asociace pro finanční řízení
CAPEX	capital expenditures, kapitálové výdaje
CEO	Chief executive officer
CF	cashflow
CFO	chief financial officer
CG	Corporate Governance, Správa a řízení společností
CPA	Certified Public Accountant
ČÚS	České účetní standardy
DEPI	Depreciation Index
DSRI	Days´ Sales in Receivables Index
EBT	earnings before taxes
EPS	earnings per share, zisk na akcii
FIFO	first in, first out
GDI	Graph Dicscrepancy Index / Graph Distortion Index
GMI	Gross Margin Index
IAS	International Accounting Standards
IASB	International Accounting Standards Board
IFRS	International Financial Reporting Standards
LIFO	last in, first out
M	M-skóre (model Beneish)
OCI	other comprehensive income
p. b.	procentní body
RACCPA	Romanian Association of Chartered and Certified Public Accountants
SEC	Security of Exchange Commission, Komise pro cenné papíry
SFO	Serious Fraud Office
SGI	Sales Growth Index
SOX	Sarbanes-Oxley Act
SPE	Special Purposes Entities
TMÚV	Test manipulace účetních výkazů
US GAAP	Generally Accepted Accounting Principles

Přílohová část práce

Využívání kreativního účetnictví v praxi v ČR

Děkuji, že jste se rozhodli vyplnit připravený dotazník. Velice si toho vážím.

V dotazníku na Vás čeká celkem 15 uzavřených otázek s výběrem odpovědí a zabere Vám maximálně 15 minut. Otázky jsou rozdělené do 3 částí:

- metody kreativního účetnictví
- strategie finančního řízení
- obecné otázky pro statistické zpracování

Otázky jsou formulovány primárně pro CFO společností. Pokud vyplňujete dotazník z jiné pozice, např. z pozice auditora, místo "v naší společnosti" uvažujte "v námi auditovaných společnostech". Odpovídejte tedy tak, jak danou otázku vnímáte z Vašeho profesního pohledu.

Na otázky můžete odpovídat do středy 26. července 2017.

Ještě jednou děkuji za spolupráci!

Lucie Jandová
xjanl60@vse.cz
Vysoká škola ekonomická v Praze
Katedra finančního účetnictví a auditingu

*Povinné pole

"Our heads are round so that our thinking can change directions.

Creativity means seeing what others see but think something else."

Francis Picabia

Několik slov úvodem… aneb co to je kreativní účetnictví

Kreativním účetnictvím je chápáno využívání možností volby při přípravě účetní závěrky, kterou dovoluje příslušný regulatorní rámec. Není tedy významně porušen její "věrný a poctivý obraz" a nejedná se proto o podvod.

Většina zde uvedených metod spadá, dle literární rešerše zahraniční literatury, do této definice; některé z nich jsou na hraně (což je dáno různým pojetím kreativního účetnictví jednotlivými autory). Diplomová práce, a tedy ani dotazník, se nezabývají podvodnými praktikami, které spočívají ve vykazování položek "zcela překrouceným" způsobem.

Takže není potřeba se odpovědí obávat... Pojďme na to!

I. Metody kreativního účetnictví

1. **U následujících metod označte, jak často je možné se s nimi v praxi setkat:** *
   Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	velmi často	často	občas	zřídka	nikdy
předčasné účtování o výnosech (předfakturace, do starého účetního období)	◯	◯	◯	◯	◯
pozdější účtování o výnosech (přesunutí faktury do dalšího účetního období)	◯	◯	◯	◯	◯
prodej výrobků, zboží či služeb bez dokladu	◯	◯	◯	◯	◯
vyhlazování zisku v jednotlivých letech (income smoothing)	◯	◯	◯	◯	◯

2. **U následujících metod označte, jak často je možné se s nimi v praxi setkat:** *
   Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	velmi často	často	občas	zřídka	nikdy
kapitalizace nákladů (též aktivace), které jsou svou povahou běžnými náklady období	◯	◯	◯	◯	◯
nadhodnocování rezerv při jejich vytváření (rozpuštěny v okamžiku, kdy je potřeba zisk zvýšit)	◯	◯	◯	◯	◯
"big bath" - jednorázové odepsání/zaúčtování nákladů, které by se měly promítnout postupně (vytvoření záminky - např. restrukturalizace, výměna managementu)	◯	◯	◯	◯	◯
účelové nastavení odpisů (volba metody)	◯	◯	◯	◯	◯

3. **U následujících metod označte, jak často je možné se s nimi v praxi setkat:** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	velmi často	často	občas	zřídka	nikdy
položky výzkumu a vývoje (recognition, measurement)					
účelová volba oceňovací metody aktiv (zahrnování nepřímých nákladů do ocenění, vyskladňování zásob...)					
využívání leasingu pro mimobilanční financování					
účelové používání akruálních položek (časové rozlišení, dohadné položky)					
poskytování půjček v rámci jednoho účetního období - fiktivní splacení na konci roku (vylepšení ukazatelů zadluženosti spol.)					
záměna dluhu a vlastního kapitálu podle potřeby dosažení požadované míry zadlužení					

4. **U následujících metod označte, jak často je možné se s nimi v praxi setkat:** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	velmi často	často	občas	zřídka	nikdy
orientace na stabilní vykazování provozního cashflow					
účelová záměna investičního, finančního a provozního CF					
vendor financing (poskytnutí půjčky klientovi, který s ní uhradí zboží či služby; vede k přesunutí finančního CF do provozního CF)					
zpětný pronájem (sale-and-lease-back, capital leverage)					

5. **Zde můžete uvést další metody, které nebyly uvedeny v předchozích otázkách:**

II. Strategie finančního řízení

6. **Iniciátorem používání metod kreativního účetnictví je z mého pohledu.** *

(můžete vybrat více než 1 odpověď)
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] CEO
- [ ] CFO
- [ ] orgány řízení společnosti (představenstvo, dozorčí rada apod.)
- [ ] nižší úroveň managementu
- [ ] účetní
- [ ] controller
- [ ] auditor

7. **Při přípravě účetní závěrky příp. výroční zprávy se v naší společnosti dbá na** *

(označte všechna tvrzení, se kterými souhlasíte)
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] selektivní výběr informací
- [ ] cílená práce s významností (např. i významné položky uvedeny kumulativně v rámci "ostatních" pro jejich zakrytí)
- [ ] důraz na pozitivní informace, upozadění těch negativních
- [ ] důraz na grafiku (např. vzhled, volba měřítka grafu)
- [ ] vhodná volba srovnávacích období
- [ ] vhodný okamžik prezentace konkrétních dat určeným osobám
- [ ] žádná z výše uvedených metod se nepoužívá

8. **Seřaďte podle důležitosti následující strategie (nejvíce důležité až nejméně důležité), na které se zaměřujete při řízení:** *

(1. místo - nejdůležitější; 9. místo - nejméně důležité; pro stejně důležité výroky můžete vybrat stejné místo)
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1. místo	2. místo	3. místo	4. místo	5. místo	6. místo	7. místo	8. místo	9. místo
růst aktiv	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
růst výnosů	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
pozitivní provozní cashflow	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
pozitivní celkové cashflow	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
snižování nákladů ve smyslu costs (náklady výkonů)	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
snižování nákladů ve smyslu expenses (správa, administrativa, maketing apod.)	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
snižování závazků	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
stabilní vývoj zisku bez větších výkyvů	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
stabilní vývoj cash flow bez větších výkyvů	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

9. **Vyberte pro uvedená tvrzení jednu z možností:** *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	určitě souhlasím	spíše souhlasím	nevím (ani ano ani ne)	spíše nesouhlasím	určitě nesouhlasím
Motivem pro kreativní účetnictví je snaha managementu dodat očekávané výsledky a získat tak maximální benefity.					
Používání metod kreativního účetnictví je neetické.					
Důležitým nástrojem pro boj s kreativním účetnictvím jsou interní kontroly.					
Odhalování kreativního účetnictví je snadné.					
Metody kreativního účetnictví se používají za účelem získání nového investora nebo úvěru v bance.					
Na zatraktivnění finančních výkazů za účelem dosažení krátkodobých cílů není nic špatného.					
Používání metod kreativního účetnictví je součástí "kultury" některých organizací.					
Zveřejňované účetní závěrky jsou důvěryhodné (spolehlivé, relevantní pro rozhodování).					
Kreativní techniky zkreslují výkonnost společnosti, takže mají neblahý vliv na rozhodování uživatelů.					

III. Obecné informace

(bude použito pro statistické zpracování dat)

10. **Vaše aktuální pozice ve společnosti je:** *

(můžete vybrat více než 1 odpověď, pokud se nevyskytuje přesný název Vaší pozice, vyberte tu variantu, která je nejbližší)

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] majitel, vlastník
- [ ] CEO
- [ ] CFO (finanční ředitel, finanční manager)
- [ ] účetní
- [ ] controller
- [ ] auditor
- [ ] Jiné: _____

11. **Délka praxe na uvedené pozici** *

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ 0 - 5 let
- ◯ 6 - 10 let
- ◯ 11 - 15 let
- ◯ více než 15 let

12. **Váš věk je v rozmezí** *

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ méně než 25 let
- ◯ 26 - 35 let
- ◯ 36 - 45 let
- ◯ 46 - 55 let
- ◯ 56 - 65 let
- ◯ více než 65 let

13. **POUZE PRO AUDITORY: U jak velkého procenta společností jste odhadem v posledním roce identifikoval/a možné použití technik kreativního účetnictví?** *

(výpočet = [počet společností s možným použitím kreativního účetnictví] / [celkový počet auditovaných společností]) (v posledním roce = za posledních 12 měsíců, tzn. červenec 16 - červen 17)

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ nejsem auditor, nemůžu posoudit
- ◯ pouze jednotky případů
- ◯ méně než 10 % případů
- ◯ 10 - 30 % případů
- ◯ 30 - 50 % případů
- ◯ 50 - 75 % případů
- ◯ více než 75 % případů

14. **Naše společnost (resp. mnou auditovaná společnost) připravuje účetní závěrku podle následujícího regulatorního rámce:** *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- ☐ ČR (Zákon o účetnictví a související předpisy)
- ☐ IFRS (International Financial Reporting Standards)
- ☐ US GAAP (US Generally Accepted Acounting Principles)
- ☐ veřejný sektor (např. IPSAS)
- ☐ finanční instituce (banky, pojišťovny apod.)
- ☐ Jiné: _____

15. **Velikost naší společnosti** *

(měřeno obratem ke konci posledního účetního období, které je známo) (u auditorů nejčastější, obvyklá, průměrná velikost auditované společnosti)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ obrat do 200 milionů CZK
- ◯ obrat od 201 milionů CZK do 5 miliard CZK
- ◯ obrat více než 5 miliard CZK

16. **Společnost působí v oboru** *

(vyberte hlavní činnost):
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ finanční instituce (banky, pojišťovny apod.)
- ◯ veřejný sektor (zdravotnictví, vzdělávání, státní správa apod.)
- ◯ výroba
- ◯ obchod
- ◯ služby

17. **Společnost působí v regionu:** *

(vyberte podle sídla nebo kde společnost z největší části realizuje svou činnost)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ Česká republika
- ◯ Evropa mimo ČR
- ◯ ostatní regiony

Děkuji za Vaši účast!

Níže můžete uvést Váš email pro zaslání výsledků průzkumu nebo celé diplomové práce včetně literární rešerše k tématu. Výsledky průzkumu budou po vyhodnocení zaslány spolupracujícím organizacím a zveřejněny na webu https://absolventi.vse.cz.

18. **Co si přejete zaslat?**

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ nic
- ◯ pouze výsledky průzkumu
- ◯ výsledky průzkumu i literární rešerši

19. **Email můžete uvést zde:**

_____

20. **Zpětná vazba na dotazník, cokoliv dalšího mi chcete sdělit...**

_____

_____

_____

_____

_____

The practice of creative accounting usage in the Czech Republic

Thank you for agreeing to participate in this survey; I highly appreciate it.

YOU CAN FILL OUT CZECH VERSION OF THE QUESTIONNAIRE (if it is more comfortable for you):
https://goo.gl/forms/clgbVCqaqq9WN6W52

The survey consists of a total of 15 closed-form multiple-choice questions and should take up no more than 15 minutes of your time. The parts are as follows:

- methods of financial reporting
- financial management strategies
- general questions for statistical processing

The formulation of the questions assumes you are a corporate CFO. If your position is different, e.g., you are an auditor, assume “in our company” to mean “in the companies we audit” in your case. That is, feel free to adjust the interpretation of the questions to fit your professional vantage.

The survey is open until Wednesday, July 26, 2017.

All information submitted by you shall remain completely anonymous and shall be used exclusively for the purposes of preparing a university qualification thesis.

Once you have answered all questions, you may enter an e-mail address to which I may send you the results of the survey, or the full thesis including a literature survey, if you are interested.

Thank you for your cooperation!

Lucie Jandová
xjanl60@vse.cz
University of Economics in Prague
Faculty of Finance and Accounting

*Povinné pole

“Our heads are round so that our thinking can change directions.

Creativity means seeing what others see but think something else."

Francis Picabia

Some introductory remarks… Please, read well.

Creative Accounting is, for the purposes of this survey, to be understood as optional choices in financial reporting within the confines allowed by the applicable regulatory framework. That is, changes that do not compromise accounting’s function as a “true and fair view” of the business, and therefore do not constitute fraud.

Most of the methods covered in this survey are, according to my survey of primarily international literature, in line with such a definition. Some of them may be considered borderline (depending on the variations in individual authors’ interpretation of the concept of creative accounting). My thesis, and therefore this survey, do not deal with explicitly fraudulent practices, i.e. ones consisting of unambiguously distorted or “bent” reporting.

So, there is no need to be circumspect. Without your answers, everything can be thrown away. Feel free to continue...

I. Creative accounting methods

1. **Indicate how often these methods can be found in practice.** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	very often	often	sometimes	rarely	never
Early recognition of revenues (antedating invoices to a now-bygone accounting period)	◯	◯	◯	◯	◯
Late recognition of revenues (postponing invoices until the next future accounting period)	◯	◯	◯	◯	◯
Sale of goods or services without a receipt	◯	◯	◯	◯	◯
Income smoothing (antifluctuation policy)	◯	◯	◯	◯	◯

2. **Indicate how often these methods can be found in practice.** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	very often	often	sometimes	rarely	never
Capitalization of expenses of an ordinary operational nature	◯	◯	◯	◯	◯
Overestimate of reserves (and their release when profit enhancement is required)	◯	◯	◯	◯	◯
"Big bath" (instantaneous write-off that should be recognized gradually, often on the pretext of restructuring, management change, etc.)	◯	◯	◯	◯	◯
Purposeful setting of the depreciation method (choice of method)	◯	◯	◯	◯	◯

3. **Indicate how often these methods can be found in practice.** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	very often	often	sometimes	rarely	never
R&D recognition and measurement (research & development)					
Fine-tuning of asset valuation method (inclusion of indirect costs, inventory sell-off, etc.)					
Use of leasing for off-balance-sheet financing					
Targeted use of accruals (recognition timing, item estimates)					
Single-period loans with fictional settlement at the end of accounting period (improvement of credit indicators)					
Exchange of liabilities for equity and vice versa to target financial leverage value					

4. **Indicate how often these methods can be found in practice.** *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	very often	often	sometimes	rarely	never
Targeting of stable operational cash flow reporting					
Intentional reclassification between operating, investment, and financing items					
Vendor financing (loan to client who uses it to pay for our goods – transfers financing CF to operating CF)					
Sale-and-leaseback (capital leverage; sale of assets which are subsequently leased back to the seller)					

5. **Here you can write another methods which were not mentioned in the previous part.**

II. Financial management strategies

6. **In my opinion, the use of creative accounting methods is typically at the behest of… (the iniciator is)** *

(you can choose more than 1 answer)
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] CEO
- [ ] CFO
- [ ] Corporate Governance (Board of Directors, "představenstvo" in czech terms, etc.)
- [ ] lower level of management
- [ ] accountant
- [ ] controller
- [ ] auditor
- [ ] Jiné: _____

7. **When preparing financial statements/annual reports, our company employs…** *

(mark statements you agree with)
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] Selective reporting
- [ ] Item significance management (e.g. “significant” items are reported as “other” to obfuscate their importance)
- [ ] Emphasizing the positive, de-emphasizing the negative
- [ ] Graphical presentation management (e.g. appearance, selection of chart scale, etc.)
- [ ] Selection of favorable comparison periods
- [ ] Picking the right moment to present particular data to particular people
- [ ] None of the above methods are employed

8. **Rank the following strategies in the order of importance you assign to them in your management work:** *

(1st place - most important; 9th place - least important; for the same important statements you can choose the same place)
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	7th	8th	9th
assets increasing	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
revenues increasing	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
positive operating cashflow	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
positive total cashflow	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
costs decreasing	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
expenses decreasing	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
liabilities decreasing	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
steady profit without fluctuations over time	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯
stable cashflow without fluctuations over time	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯	◯

9. **Select one of the following option for each statement:** *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	strongly agree	somewhat agree	neither agree nor disagree	somewhat disagree	strongly disagree
Use of creative accounting is motivated by the management's efforts to produce results in line with expectations and maximize their benefits.					
Use of creative accounting methods is unethical.					
Internal control is an important tool in combatting creative accounting.					
Use of creative accounting is easily detected.					
Creative accounting methods are used to attract new investors or to obtain bank loans.					
There is nothing wrong with sprucing up one's financial results to achieve short-term goals.					
The use of creative accounting methods is embedded in some organizations' culture.					
Published financial reports are trustworthy (reliable and relevant for decision-making).					
Creative accounting techniques distort the company's performance reports, thereby compromising the decision-making of their users.					

III. General information

(will be used for statistical data processing)

10. **Your current position in the company is** *

(you can choose more than 1 option)
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] Company owner, shareholder
- [ ] CEO
- [ ] CFO
- [ ] accountant
- [ ] controller
- [ ] auditor
- [ ] Jiné: _____

11. **Your tenure in the position you listed above is:** *

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ 0 - 5 years
- ◯ 6 - 10 years
- ◯ 11 - 15 years
- ◯ more than 15 years

12. **Your age is:** *

Označte jen jednu elipsu.

- ◯ Less than 25 years
- ◯ 26 - 35 years
- ◯ 36 - 45 years
- ◯ 46 - 55 years
- ◯ 56 - 65 years
- ◯ more than 65 years

13. **FOR AUDITORS ONLY: What would you estimate the percentage of companies to be in which you have, this past year, identified the potential use of creative accounting methods?** *

(please calculate as: [number of companies you suspect of creative accounting use] / [total number of companies audited], over the past 12 months, i.e. July 2016 through June 2017)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ I am not an auditor, I cannot assess
- ◯ only units of cases
- ◯ Less than 10 % of cases
- ◯ 10 - 30 % of cases
- ◯ 30 - 50 % of cases
- ◯ 50 - 75 % of cases
- ◯ more than 75 % of cases

14. **Our company (or: The companies I audited) prepares its financial reports according to the following regulatory standards:** *
Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- [ ] czech legislation (Accounting Law and related regulations for entrepreneurs)
- [ ] IFRS (International Financial Reporting Standards)
- [ ] US GAAP (US Generally Accepted Acounting Principles)
- [ ] public sector (e.g. IPSAS)
- [ ] financial institutions (banks, insurance companies, etc.)
- [ ] Jiné: _____

15. **The size of our company is:** *
(revenues for the last fiscal year-eng which is known) (For auditors, the most common, usual or average size of the audited companies)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ turnover under 200 million CZK
- ◯ turnover from 201 million CZK to 5 billion CZK
- ◯ turnover more than 5 billion CZK

16. **The company operates in the area:** *
(Select the main activity)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ financial institutions (banks, insurance companies, etc.)
- ◯ public sector (health, education, state administration, etc.)
- ◯ production/manufacture
- ◯ trade/commerce
- ◯ services

17. **The company operates in the region:** *
(according to the company place of business)
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ Czech Republic
- ◯ Europe excluding Czech Republic
- ◯ Other region

Thank you for your participation!

Below you may enter the e-mail address to which you would like the survey results and/or the full thesis (in czech), including a literature review, to be sent. The results of the survey will be sent to the collaborating organizations after the evaluation and will be published on https://absolventi.vse.cz.

18. **What do you want to send?**
Označte jen jednu elipsu.

- ◯ nothing
- ◯ survey results only
- ◯ survey results and literature review

19. **Type the email address here**
(facultative)

_____

20. **Feedback to the questionnaire, any comments...**
(facultative)

Používá technologii
Google Forms

Příloha B-1 Dotazníkový průzkum - část I. Metody kreativního účetnictví

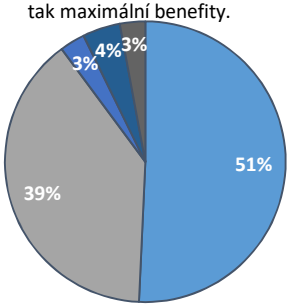
váhy	kritérium profese	předčasné účtování o výnosech	pozdější účtování o výnosech	prodej výkonů bez dokladu	income smoothing	kapitalizace nákladů	nadhod-nocování rezerv	big bath	účelové nastavení odpisů	položky výzkumu a vývoje	volba oceňovací metody aktiv	leasing (mimobil. financování)	časové rozlišení, dohadné položky	půjčky (řízení zaluženosti)	záměna dluhu a VK	stabilní provozní CF	záměna inv, fin. a prov. CF	vendor financing	zpětný pronájem
26	účetní	2,385	3,000	2,885	2,962	2,885	2,962	3,654	2,385	2,654	3,808	2,654	2,500	3,077	2,385	2,577	2,406	2,261	2,623
14	CFO	2,857	3,000	2,500	2,571	2,286	2,929	2,500	3,500	2,357	2,571	2,714	3,000	2,500	2,143	3,214	2,143	2,071	2,214
10	Controller	3,600	3,400	2,700	2,600	3,300	3,500	2,900	4,100	2,400	3,200	3,700	4,000	3,400	2,700	3,300	2,700	2,600	3,000
12	Vlastník & CEO	3,417	3,500	3,333	2,750	2,500	3,083	2,667	3,667	2,250	3,167	3,667	3,667	3,083	2,750	3,417	2,500	2,333	2,583
7	Auditor & poradce	3,571	3,286	3,429	3,286	3,143	3,143	2,857	3,714	2,857	3,143	3,286	3,857	3,286	3,143	2,714	2,429	2,429	3,143
69	vážený průměr	2,957	3,174	2,913	2,826	2,783	3,072	3,058	3,217	2,507	3,290	3,058	3,159	3,029	2,522	2,971	2,414	2,301	2,641

váhy	kritérium sektor	předčasné účtování o výnosech	pozdější účtování o výnosech	prodej výkonů bez dokladu	income smoothing	kapitalizace nákladů	nadhod-nocování rezerv	big bath	účelové nastavení odpisů	položky výzkumu a vývoje	volba oceňovací metody aktiv	leasing (mimobil. financování)	časové rozlišení, dohadné položky	půjčky (řízení zaluženosti)	záměna dluhu a VK	stabilní provozní CF	záměna inv, fin. a prov. CF	vendor financing	zpětný pronájem
6	obchod	3,333	4,167	2,667	2,833	3,333	4,000	3,167	3,333	2,500	3,167	3,000	4,333	3,167	2,000	3,000	2,833	2,667	3,000
10	výroba	3,200	3,200	2,800	3,000	2,500	2,600	2,600	3,400	3,200	3,100	3,100	3,600	3,500	3,300	2,900	2,800	2,600	3,000
41	služby	2,659	2,951	2,780	2,585	2,561	2,805	2,561	3,829	2,122	2,780	2,976	3,561	2,610	2,415	3,146	2,171	2,073	2,366
12	finanční & veřejný	3,583	3,417	3,583	3,500	3,583	3,750	3,583	3,667	2,667	3,083	3,333	3,667	3,083	2,750	3,500	2,667	2,417	3,000
69	vážený průměr	2,957	3,174	2,913	2,826	2,797	3,043	2,797	3,696	2,406	2,913	3,058	3,652	2,870	2,565	3,159	2,406	2,261	2,623

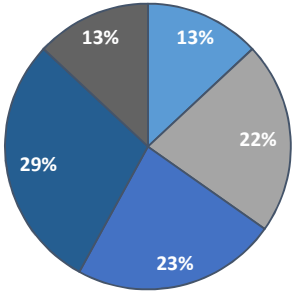
váhy	kritérium velikost	předčasné účtování o výnosech	pozdější účtování o výnosech	prodej výkonů bez dokladu	income smoothing	kapitalizace nákladů	nadhod-nocování rezerv	big bath	účelové nastavení odpisů	položky výzkumu a vývoje	volba oceňovací metody aktiv	leasing (mimobil. financování)	časové rozlišení, dohadné položky	půjčky (řízení zaluženosti)	záměna dluhu a VK	stabilní provozní CF	záměna inv, fin. a prov. CF	vendor financing	zpětný pronájem
50	malá	2,800	3,120	2,900	2,700	2,700	2,820	2,700	3,860	2,320	2,760	2,840	3,600	2,880	2,620	3,200	2,360	2,180	2,440
12	střední	3,333	3,250	2,417	3,000	2,833	3,250	2,667	2,917	2,583	3,250	3,500	4,000	2,667	2,333	2,667	2,417	2,333	3,083
7	velká	3,429	3,429	3,857	3,429	3,429	4,286	3,714	3,857	2,714	3,429	3,857	3,429	3,143	2,571	3,714	2,714	2,714	3,143
69	vážený průměr	2,957	3,174	2,913	2,826	2,797	3,043	2,797	3,696	2,406	2,913	3,058	3,652	2,870	2,565	3,159	2,406	2,261	2,623

Příloha B-2 Dotazníkový průzkum - postoj respondentů k metodám kreativního účetnictví

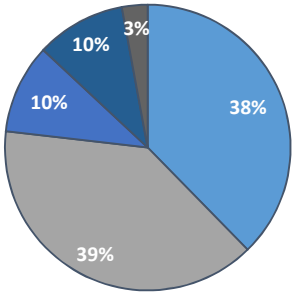
Motivem pro kreativní účetnictví je snaha managementu dodat očekávané výsledky a získat tak maximální benefity.



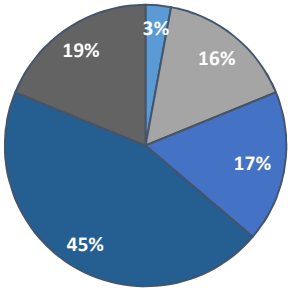
Používání metod kreativního účetnictví je neetické.



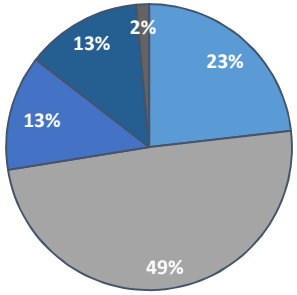
Důležitým nástrojem pro boj s kreativním účetnictvím jsou interní kontroly.



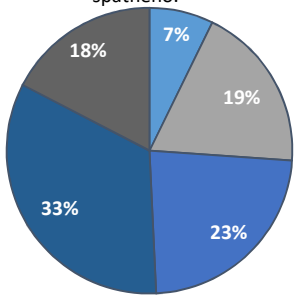
Odhalování kreativního účetnictví je snadné.



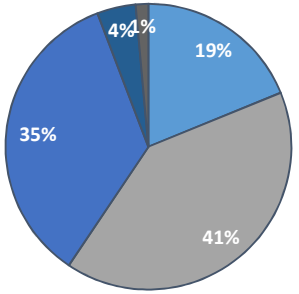
Metody kreativního účetnictví se používají za účelem získání nového investora nebo úvěru v bance.



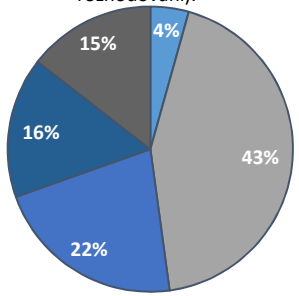
Na zatraktivnění finančních výkazů za účelem dosažení krátkodobých cílů není nic špatného.



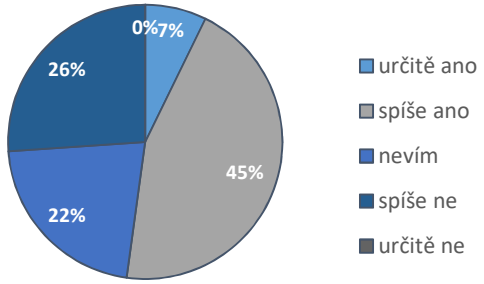
Používání metod kreativního účetnictví je součástí "kultury" některých organizací.



Zveřejňované účetní závěrky jsou důvěryhodné (spolehlivé, relevantní pro rozhodování).



Kreativní techniky zkreslují výkonnost společnosti, takže mají neblahý vliv na rozhodování uživatelů.



Příloha C-1 Analýza vývoje cashflow a zisku před zdaněním - zdrojová tabulka (v tis. Kč)

za rok	Alfa		Beta		Gama	
	EBT	CF	EBT	CF	EBT	CF
2011	3 158	571	-34 903	3 926	420 145	87 472
2012	4 917	-2 526	-128 064	7 203	412 792	228 911
2013	6 660	-947	-67 697	44 413	534 334	134 167
2014	3 694	-466	-19 674	-21 414	582 792	-121 629
2015	451	614	-131 500	-21 279	708 288	56 217
2016**	1 950	-923	0	0	0	0
∑	20 830	-3 677	-381 838	12 849	2 658 351	385 138
TMÚV(11-16)	117,65%		103,37%		85,51%	
∑	15 271	-3 939	-215 435	30 202	1 529 918	241 449
TMÚV(12-14)	125,79%		114,02%		84,22%	
Δ TMÚV	*+8,14 p.b.*		*+10,6 p.b.*		*-1,29 p. b.*	

za rok	Delta		Epsilon		Zéta*	
	EBT	CF	EBT	CF	EBT	CF
2011	1 844	138	3 488 840	133 573	152 967	-435 307
2012	4 938	-2 145	3 266 944	-420 416	468 042	-3 426
2013	4 114	826	3 297 112	194 179	33 155	224
2014	9 712	5 638	1 177 502	-542 688	457 618	-2 614
2015	9 750	517	1 029 537	-114 921	679 626	89
2016**	6 155	-4 807	0	0	627 715	143
∑	36 513	167	12 259 935	-750 273	2 419 123	-440 891
TMÚV(11-16)	99,54%		106,12%		118,23%	
∑	18 764	4 319	7 741 558	-768 925	958 815	-5 816
TMÚV(12-14)	76,98%		109,93%		100,61%	
Δ TMÚV	*-22,56 p.b.*		*+3,81 p.b.*		~~*-17,62 p.b.*~~	
					+39,50 p.b.	

za rok	Kappa		Lambda*		Sigma	
	EBT	CF	EBT	CF	EBT	CF
2011	623	685	36 410	21 029	149 085	-94 048
2012	993	1 598	32 052	-28 460	121 333	20 217
2013	761	-325	26 115	113 740	103 617	-63 163
2014	1 087	-492	30 423	181 666	131 498	30 718
2015	1 118	1 030	60 732	26 135	90 206	-22 473
2016**	2 126	-1 309	0	0	0	0
∑	6 708	1 187	185 732	314 110	595 739	-128 749
TMÚV(11-16)	82,30%		-69,12%		121,61%	
∑	2 841	781	88 590	266 946	356 448	-12 228
TMÚV(12-14)	72,51%		-201,33%		103,43%	
Δ TMÚV	*-9,80 p.b.*		~~*-132,21 p.b.*~~		*-18,18 p. b.*	
			+25,29 p.b.			

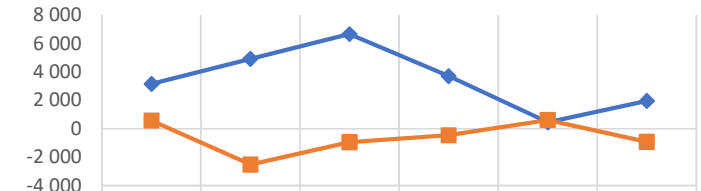
**Pokud nejsou data k dispozici, je uvedena "0".

*Společnosti využívají skupinového cashpoolingu. Upravené hodnoty CF jsou uvedeny v kapitole 6.

$$\text{Test manipulace účetních výkazů} = \frac{\sum_n \text{EBT} - \sum_n \text{CF}}{\sum_n \text{EBT}}$$

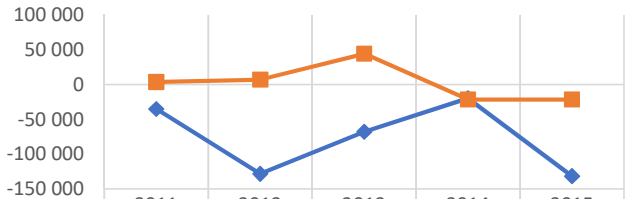
Příloha C-2 Analýza vývoje cashflow a zisku před zdaněním - graficky (v tis. Kč)

ALFA



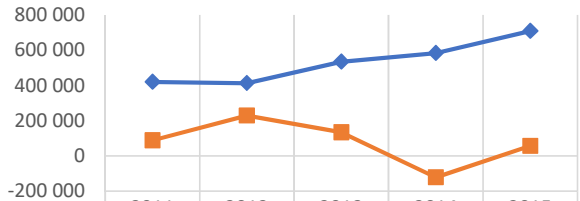
	2011	2012	2013	2014	2015	2016**
EBT	3 158	4 917	6 660	3 694	451	1 950
CF	571	-2 526	-947	-466	614	-923

BETA



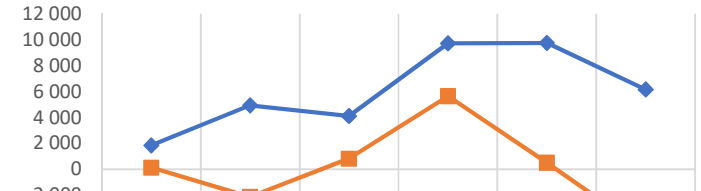
	2011	2012	2013	2014	2015
EBT	-34 903	-128 064	-67 697	-19 674	-131 500
CF	3 926	7 203	44 413	-21 414	-21 279

GAMA



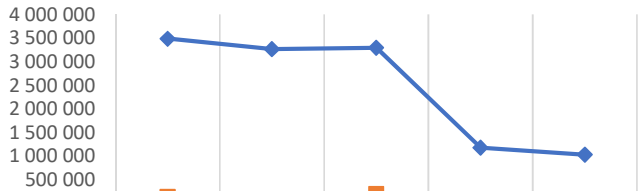
	2011	2012	2013	2014	2015
EBT	420 145	412 792	534 334	582 792	708 288
CF	87 472	228 911	134 167	-121 629	56 217

DELTA



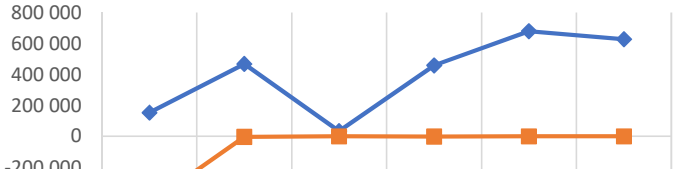
	2011	2012	2013	2014	2015	2016**
EBT	1 844	4 938	4 114	9 712	9 750	6 155
CF	138	-2 145	826	5 638	517	-4 807

EPSILON



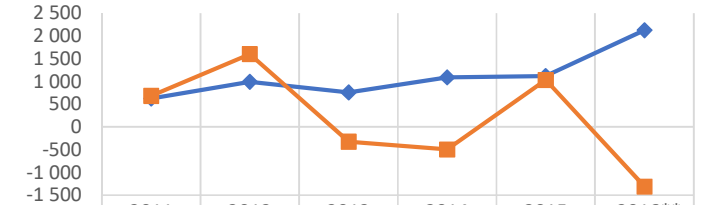
	2011	2012	2013	2014	2015
EBT	3 488 840	3 266 944	3 297 112	1 177 502	1 029 537
CF	133 573	-420 416	194 179	-542 688	-114 921

ZÉTA*



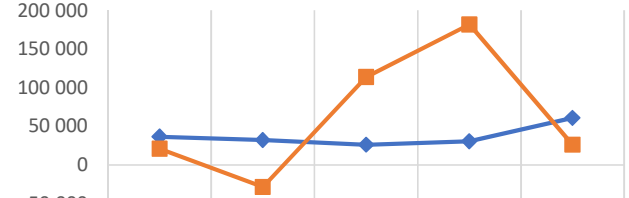
	2011	2012	2013	2014	2015	2016**
EBT	152 967	468 042	33 155	457 618	679 626	627 715
CF	-435 307	-3 426	224	-2 614	89	143

KAPPA



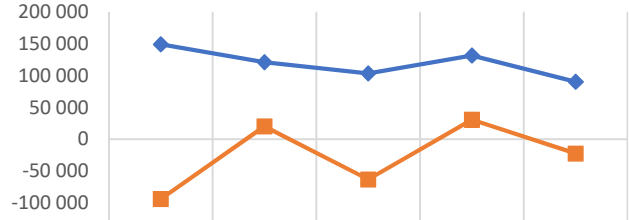
	2011	2012	2013	2014	2015	2016**
EBT	623	993	761	1 087	1 118	2 126
CF	685	1 598	-325	-492	1 030	-1 309

LAMBDA*



	2011	2012	2013	2014	2015
EBT	36 410	32 052	26 115	30 423	60 732
CF	21 029	-28 460	113 740	181 666	26 135

SIGMA



	2011	2012	2013	2014	2015
EBT	149 085	121 333	103 617	131 498	90 206
CF	-94 048	20 217	-63 163	30 718	-22 473

**U ostatních společností nejsou data za rok 2016 k dispozici.

*Společnosti využívají skupinového cashpoolingu. Upravené hodnoty CF jsou uvedeny v kapitole 6.

Příloha D-1 Výpočet M-skóre podle modelu Beneish - varianta 1 (užší pojetí nákladů)

	Alfa		Beta		Gama	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	0,676	0,653	1,280	1,288	1,553	1,030
GMI	1,060	0,936	0,753	0,663	1,024	0,990
AQI	0,940	2,264	0,717	0,771	0,500	1,637
SGI	0,867	1,008	1,376	1,291	1,269	1,239
DEPI	5,821	0,154	2,575	2,811	0,579	0,772
M-skóre	-2,75	-2,60	-2,64	**-2,22**	-2,59	-2,38

	Delta		Epsilon		Zéta	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,010	0,974	0,839	0,669	0,939	1,333
GMI	0,793	0,946	1,111	0,681	1,085	1,041
AQI	0,372	1,379	1,144	0,823	0,909	1,262
SGI	1,378	1,083	1,027	1,485	1,127	1,056
DEPI	0,297	0,695	0,973	0,913	1,219	0,952
M-skóre	-3,27	-2,74	-2,85	-3,25	-2,83	-2,42

	Kappa		Lambda		Sigma	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,014	0,699	1,141	0,970	1,129	1,094
GMI	1,173	0,972	0,900	0,930	1,340	0,891
AQI	1,310	1,030	0,526	0,249	0,780	0,331
SGI	1,389	1,136	1,030	1,309	1,199	0,982
DEPI	0,693	0,557	1,382	1,229	0,590	1,073
M-skóre	-2,32	-3,12	-3,11	-3,21	-2,54	-3,34

Příloha D-2 Výpočet M-skóre podle modelu Beneish - varianta 2 (širší pojetí nákladů)

	Alfa		Beta		Gama	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	0,676	0,653	1,280	1,288	1,553	1,030
GMI	-4,312	-0,155	-3,808	-0,286	1,095	1,008
AQI	0,940	2,264	0,717	0,771	0,500	1,637
SGI	0,867	1,008	1,376	1,291	1,269	1,239
DEPI	5,821	0,154	2,575	2,811	0,579	0,772
M-skóre	-7,61	-3,59	-6,77	-3,84	-2,53	-2,36

	Delta		Epsilon		Zéta	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,010	0,974	0,839	0,669	0,939	1,333
GMI	0,493	1,060	1,314	0,436	0,525	0,948
AQI	0,372	1,379	1,144	0,823	0,909	1,262
SGI	1,378	1,083	1,027	1,485	1,127	1,056
DEPI	0,297	0,695	0,973	0,913	1,219	0,952
M-skóre	-3,55	-2,63	-2,67	-3,47	-3,34	-2,50

	Kappa		Lambda		Sigma	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,014	0,699	1,141	0,970	1,129	1,094
GMI	1,590	1,079	0,946	0,704	1,719	0,775
AQI	1,310	1,030	0,526	0,249	0,780	0,331
SGI	1,389	1,136	1,030	1,309	1,199	0,982
DEPI	0,693	0,557	1,382	1,229	0,590	1,073
M-skóre	*-1,94*	-3,03	-3,07	-3,41	*-2,19*	-3,45

Příloha D-3 Výpočet M-skóre podle modelu Beneish - varianta 3 (2/3 nákladů v širším pojetí)

	Alfa		Beta		Gama	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	0,676	0,653	1,280	1,288	1,553	1,030
GMI	1,605	0,546	0,112	12,738	1,065	1,000
AQI	0,940	2,264	0,717	0,771	0,500	1,637
SGI	0,867	1,008	1,376	1,291	1,269	1,239
DEPI	5,821	0,154	2,575	0,356	0,579	0,772
M-skóre	-2,25	-2,95	-3,22	*7,96*	-2,55	-2,37

	Delta		Epsilon		Zéta	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,010	0,974	0,839	0,669	0,939	1,333
GMI	0,660	0,993	1,210	0,534	0,972	1,021
AQI	0,372	1,379	1,144	0,823	0,909	1,262
SGI	1,378	1,083	1,027	1,485	1,127	1,056
DEPI	0,297	0,695	0,973	0,913	1,219	0,952
M-skóre	-3,39	-2,69	-2,76	-3,38	-2,93	-2,43

	Kappa		Lambda		Sigma	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
DSRI	1,014	0,699	1,141	0,970	1,129	1,094
GMI	1,282	0,998	0,916	0,837	1,506	0,836
AQI	1,310	1,030	0,526	0,249	0,780	0,331
SGI	1,389	1,136	1,030	1,309	1,199	0,982
DEPI	0,693	0,557	1,382	1,229	0,590	1,073
M-skóre	**-2,22**	-3,10	-3,10	-3,29	-2,39	-3,39