

OBSAH

I. Část první: US GAAP

1.	Úvod	7
2.	US GAAP	13
3.	Přehled rozvahy	39
4.	Vybrané části rozvahy	85
5.	Přehled výsledovky	197
6.	Vybrané části výsledovky	229
7.	Výkaz nerozděleného zisku	275
8.	Výkaz Cash Flow	283
9.	Příloha a operační jednotky	295

II. Část druhá: České účetnictví

1.	České účetnictví versus US GAAP	311
a)	Rozvaha - přehled	313
b)	Komentář k rozvaze	321
c)	Výsledovka - přehled	369
d)	Komentář k výsledovce	375
e)	Účtová osnova	405
2.	Czech accounting vs. in english	429
a)	Balance Sheet - overview	435
b)	Czech Balance Sheet - in more detail	445
c)	Income Statement - overview	485
d)	Profit and Loss Statement	491
e)	Footnotes	517

III. Část třetí: Slovníky

1.	Česko-anglický slovník	539
2.	English to Czech dictionary	607

Index pro US GAAP	669
Index of Czech accounting Statements	677

Obsah

1. Uznání tržeb - speciální případy
2. Aktivace a podobné potíže (komentář autora)
3. Výdaje na prodané zboží *Cost Of Goods Sold*
4. Zrušení operace
5. Skutečně mimořádné položky
6. Změna zásady odhadu účetní jednotky a oprava chyb
7. Zisk na akcii

1. Uznání tržeb - speciální případy

Podle zásady uznání tržeb se tržby mohou uznat pouze pokud:

- jsou realizované nebo realizovatelné
- jsou zasloužené
- existuje důkaz, že se uskutečnily

US GAAP bohužel neobsahuje jednu vyhlášku, která všeobecně upravuje toto téma (jako vyhláška 18 v IAS). Toto téma se základně ošetřuje v ARB 45, ale i FASB už uznalo, že existují vhodnější účetní postupy v určitých situacích, a i když se chystá dosud nevyšla, jedna definitivní vyhláška ohledně uznání tržeb. Místo toho toto téma upravuje celá řada speciálních vyhlášek, interpretací a pokynů. Dohromady tyto zdroje poskytují podklad pro následující účetní postupy.

Prodej, kde existuje právo na reklamaci - jsou určitá průmyslová odvětví, kde zákazníci (především velkoobchodníci) vrátí výrobcům podstatné množství odebraných výrobků: noviny, potraviny, časopisy, knihy, hudební nosiče, software, počítače, oděvy, sportovní potřeby, hračky, atd. U prodeje, kde se reklamace stane brzy po prodeji (například noviny), toto nepředstavuje podstatné riziko přehodnocení tržeb. Na druhé straně, pokud se reklamace stane za několik měsíců, a obzvláště pokud se jedná o průmysl, kde se praktikují agresivní obchodní praktiky (viz: poznámku), tato okolnost má podstatný vliv na přesnost výkazů.