

VYKAZOVANIE PODĽA SEGMENTOV V ZMYSLE IAS/IFRS

Ing. Radoslav Tušan, PhD.
Ekonomická fakulta Technickej univerzity v Košiciach
Němcovej 32, 042 00 Košice
Radoslav.Tusan@tuke.sk

ABSTRAKT

Cieľom vykazovania účtovných informácií podľa segmentov (segmentálna analýza) v zmysle IAS/IFRS je poskytnúť používateľom účtovnej závierky informácie o rôznych typoch výrobkov a služieb, ktoré firma vyrába. Ďalším cieľom je poskytnúť informácie o rôznych geografických oblastiach, v ktorých firma pôsobí a to s ohľadom na ich rôznu mieru ziskovosti, príležitosť na rast, budúcu prosperitu a riziko. Táto informácia o segmentoch je dôležitá pre zhodnotenie rizík a ziskovosti diverzifikovaných alebo nadnárodných firiem, čo nemožno vykonať z agregovaných údajov účtovnej závierky.

ABSTRACT

This contribution contains comparison of segment reporting and disclosure according IAS/IFRS to Slovak national accounting practices. Segment reporting is the disclosure of information about entity's operations in different industries, its foreign operations and export sales, and its major customers. The requirement for such disclosure is a relatively recent development in the history of financial reporting. It is necessitated by the continued growth of complex entities operating in various disparate industries or geographical markets, making entity-level financial statements less useful for purposes of predicting future earnings and cash flows unless further detailed information is provided. International Accounting Standard IAS 14 offers detailed guidance on identifying business and geographical segments.

KLÚČOVÉ SLOVÁ

Segment podnikania, geografický segment, výnosy segmentu, náklady segmentu, aktíva segmentu, záväzky segmentu.

1. Úvod

Informácie o segmentoch majú napomôcť užívateľom informácií účtovnej závierky lepšie porozumieť výsledkom firmy v minulých obdobiach; lepšie stanoviť podnikové riziká a zisk, presnejšie zhodnotiť firmu ako celok.

Príspevok obsahuje porovnanie vykazovania podľa segmentov v zmysle IAS/IFRS [1] a podľa národnej úpravy účtovníctva [2].

2. Súčasná platná úprava medzinárodného účtovného štandardu IAS 14 – Vykazovanie o segmentoch

V tomto štandarde je uvedené, že **segment podnikania** je významná zložka účtovnej jednotky, ktorá sa zaoberá poskytovaním jednotlivého výrobku alebo služby, alebo skupiny príbuzných výrobkov alebo služieb. Zložka je náchylná k rizikám a výnosnosti v rámci svojho odboru činnosti. Pri vymedzení faktorov určujúcich, či sa jedná o príbuznosť faktorov alebo služieb, sa uvažuje o:

- a) druhu výrobku alebo služby;
- b) druhu výrobného procesu;
- c) druhu (skupine) odberateľov;
- d) metódy pri distribúcii výrobkov alebo služieb;
- e) druhu regulovania podniku (banky, poisťovne).

Geografický segment je významná zložka účtovnej jednotky, ktorá sa zaoberá poskytovaním výrobkov alebo služieb vo vymedzenom ekonomickom prostredí. Pri vymedzení geografického segmentu určujúce faktory zahŕňajú:

- a) podobnosť ekonomických a politických podmienok;
- b) vzťahy medzi činnosťami v rôznych geografických oblastiach;
- c) územná blízkosť pôsobenia;
- d) špeciálne riziká spojené s pôsobením vo vymedzenej oblasti;
- e) legislatíva v danej oblasti – devízové opatrenia;
- f) hlavné menové riziká.

Geografický segment je definovaný buď na umiestnení výroby firmy alebo zariadení pre služby, alebo na umiestnení trhov a odberateľov.

Segment vykazovania je **segment podnikania** alebo **geografický segment**, za ktorý sa vyžaduje zverejnenie segmentovaných informácií. Organizačná a riadiaca štruktúra firmy a jej interný informačný systém sú

základom pre vymedzenie jeho segmentov. Riziká a výnosnosť sú závislé tak na územnom umiestnení činnosti (kde sú vyrábané výrobky alebo poskytované služby), ako aj na umiestnení trhov (kde sú predávané výrobky a poskytované služby).

Účtovné informácie podľa segmentov majú byť relevantné, spoľahlivé a v čase porovnateľné. Informácie majú byť uvedené oddelene za skupiny výrobkov a služieb firmy, za jej pôsobenie na rôznom území a majú byť užitočné pre stanovenie rizík a výnosnosti firmy ako celku.

Usporiadajme a definujme tieto pojmy používané v segmentálnej analýze:

Výnosy	Náklady	Výsledok	Aktíva	Závázky
Účtovné metódy segmentu				

Zdroj: [1]

Výnosy segmentu sú výnosy, ktoré sú vykazované vo výkaze ziskov a strát, sú priamo priraditeľné k segmentu, časť výnosov ktoré možno na segment rozvrhnúť podľa zvolenej základne, a to z predaja externým odberateľom i z transakcií medzi segmentmi tej istej firmy.

Položky ktoré sa nezahrňujú medzi výnosy segmentu:

- mimoriadne položky;
- prijaté úroky a dividendy, okrem prípadu finančného charakteru činnosti segmentu (banky);
- zisky z predaja cenných papierov alebo zisky zo zániku záväzkov, okrem prípadu finančného charakteru činnosti segmentu.

Výnos segmentu zahŕňa podiel subjektu na ziskoch (stratách) pridružených podnikov, spoločných podnikov alebo iných investícií konsolidovaných metódou ekvivalencie (vlastného imania), len vtedy, ak sú tieto položky zahrnuté v konsolidovaných alebo celopodnikových výnosoch. Zahŕňajú aj podiel na výnosoch spoločne kontrolovanej jednotky, ktorá je konsolidovaná podielovou metódou.

Náklady segmentu sú náklady vynaložené na prevádzkovú činnosť segmentu, ktoré možno segmentu priamo priradiť a relevantná časť nákladov, ktorú možno na segment rozvrhnúť podľa zvolenej základne, vrátane nákladov súvisiacich s predajom externým odberateľom a nákladov súvisiacich s transakciami medzi inými segmentmi tej istej firmy.

Položky ktoré sa nezahrňujú medzi náklady segmentu:

- mimoriadne položky;
- úroky, okrem prípadu finančného charakteru činnosti segmentu (banky);
- straty z predaja cenných papierov alebo straty zo zániku záväzkov, okrem prípadu finančného charakteru činnosti segmentu;
- podiel subjektu na stratách z pridružených podnikov, spoločných podnikov a iných investícií konsolidovaných metódou vlastného imania;

- daň z príjmov;
- všeobecné administratívne náklady, správna réžia.

Výsledok segmentu je rozdiel výnosov a nákladov segmentu.

Aktíva segmentu sú také prevádzkové aktíva, ktoré segment využíva v prevádzkovej činnosti a ktoré sú segmentu priamo priraditeľné alebo rozvrhnuté podľa rozvrhovej základne.

Ak výsledok segmentu zahŕňa výnosové úroky, či prijaté dividendy, aktíva segmentu zahŕňajú súvisiace pohľadávky, pôžičky, investície alebo iné aktíva produkujúce tento príjem. Aktíva segmentu nezahŕňajú aktívne položky dane zo zisku.

Aktíva segmentu zahŕňajú podiely konsolidované metódou vlastného imania iba vtedy, ak zisk alebo strata z týchto investícií je zahrnutá do výnosov segmentu. Aktíva segmentu zahŕňajú podiely na prevádzkových aktívach kontrolovanej jednotky konsolidované podielovou metódou.

Aktíva sa určia po odpočítaní súvisiacich oprávok a opravných položiek. Určité aktívum by malo byť zahrnuté do aktív segmentu len vtedy, keď s nimi súvisiace výnosy a náklady sú tiež rozdeľované na tieto segmenty. Ak sú aktíva spoločne využívané dvoma alebo viacerými segmentmi, môžu byť na segmenty rozdelené len vtedy, keď výnosy a náklady, ktoré s nimi súvisia, sú tiež rozdelené na tieto segmenty. Napríklad ak sú odpisy zahrnuté do nákladov segmentu, príslušné aktíva sú zahrnuté do aktív segmentu.

Závázky segmentu sú také prevádzkové záväzky, ktoré sú výsledkom prevádzkovej činnosti segmentu a možno ich priamo priradiť alebo rozvrhnúť na segment pomocou zvolenej základne. Ak výsledok segmentu zahŕňa platené úroky, záväzky segmentu zahŕňajú príslušné záväzky spojené s týmito úrokmi.

Záväzky segmentu zahŕňajú podiel na záväzkoch kontrolovanej jednotky konsolidovanej podielovou metódou. Záväzky segmentu nezahŕňajú pasívne položky dane z príjmov.

Príkladom na záväzky segmentu sú obchodné a iné záväzky, preddavky od odberateľov, záručné rezervy na tovar a služby. Nepatria tu pôžičky, a iné záväzky finančného charakteru. Ale ak sú platené úroky zahrňované do výsledku segmentu, sú aj záväzky vyvolávajúce príslušné úroky zahrnuté do záväzkov segmentu.

Účtovné metódy segmentu sú konkrétne zásady, východiská, konvencie, pravidlá a praktiky, ktoré jednotka uplatňuje pri zostavovaní a prezentácii účtovnej závierky. To znamená, že sú to pravidlá k vykazovaniu o segmente, vymedzenie segmentu, metódy oceňovania medzisegmentových transakcií a základne pre rozvrhnutie výnosov a nákladov na segmenty.

2.1 Vymedzenie segmentov vykazovania

Prvotná a druhotná forma vykazovania podľa segmentov

Hlavné zdroje a charakter rizík a výnosnosti vykazujúcej firmy by mali určovať, či prvotnou podobou vykazovania podľa segmentov budú **segmenty podnikania** alebo **geografické segmenty**.

Ak riziká a miera výnosnosti podniku sú prevažne ovplyvnené rozdielmi výrobkov a služieb ktoré podnik vyrába či poskytuje, **prvotným prístupom k vykazovaniu informácií o segmente by mali byť segmenty podnikania, s druhotnou informáciou podľa územia.**

Podobne, ak riziká a miera výnosnosti podniku sú prevažne ovplyvnené tým, že pôsobia na odlišných územiach či v krajinách, **prvotným prístupom k vykazovaniu by mali byť geografické segmenty, s druhotnou informáciou za skupiny výrobkov a služieb.** Organizačná a riadiaca štruktúra podniku a jeho vnútorný informačný systém poskytujú najlepší dôkaz o prevažujúcich rizikách a výnosnosti podniku pre účely vykazovania o segmentoch. Tento štandard vyžaduje, aby vrcholoví pracovníci určili či sú riziká a výnosnosť podniku určované viac výrobkami a službami alebo územne, a vybrali vhodný segment na poskytovanie informácií.

Segmenty podliehajúce vykazovaniu (povinne vykazované segmenty)

Dva alebo viac segmentov (podnikania, geografických), za ktoré sa účtovné informácie vykazujú pre internú potrebu a ktoré sú si významne podobné, môžu byť spojené do jediného segmentu vykazovania.

Segment podnikania alebo geografický segment by mal byť vymedzený ako **povinne vykazovaný segment** vtedy, ak hlavná časť jeho výnosov je dosahovaná z predaja externým odberateľom a:

- a) jeho **výnosy** z predaja tvoria 10% a viac z celkových výnosov všetky segmenty alebo
- b) jeho **výsledok** (zisk/strata) tvorí 10% a viac zo súčtu všetkých segmentov, alebo
- c) jeho **aktíva** tvoria 10% a viac z celkových aktív všetkých segmentov.

Ak segment túto hranicu z nejakých príčin nedosiahne, ale manažment podniku usúdi, že segment má pokračujúci význam, nevytlúči sa z vykazovania. Štandard zároveň odporúča identifikovať dodatočné segmenty vykazovania vtedy, ak celkové tržby z predaja externým odberateľom za všetky vykazované segmenty tvoria menej ako tri štvrtiny (75%) z celkových podnikových tržieb až dovtedy, kým sa požadovaná úroveň nedosiahne.

2.2 Zverejňovanie

Prvotná forma vykazovania je rovnaká pre oba segmenty. Podnik by mal zverejniť a to za každý segment podliehajúci vykazovaniu:

- 1) Výnosy z predaja externým odberateľom.
- 2) Výnosy z predaja iným segmentom.

- 3) Výsledok segmentu.
- 4) Účtovná hodnota aktív.
- 5) Závazky segmentu.
- 6) Obstarávacie náklady pri obstaraní dlhodobých aktív.
- 7) Celková suma odpisov aktív zahrňovaných do výsledkov segmentu.
- 8) Informácie o peňažných tokoch – v tomto prípade sa nemusia zverejňovať informácie o odpisoch a súčte nepeňažných nákladov.
- 9) Nepeňažné náklady (iné ako odpisy) zahrnuté do nákladov segmentu, odpočítavané pri zisťovaní výsledku segmentu.
- 10) Súčet podielov na čistom zisku/strate pridružených, spoločných podnikov alebo iných investícií konsolidovaných metódou vlastného imania, ak sú všetky činnosti týchto podnikov v rámci daného segmentu.
- 11) Odsúhlasenie výnosov, výsledkov, aktív a záväzkov segmentu s informáciami v účtovnej závierke.

Druhotná forma vykazovania

a) za segment podnikania:

- 1) Výnosy z predaja externým odberateľom podľa územia odberateľov.
- 2) Účtovná hodnota aktív podľa umiestnenia aktív.
- 3) Obstarávacie náklady pri obstarávaní dlhodobých aktív podľa umiestnenia aktív.

b) za geografický segment členený podľa umiestnenia aktív:

- 1) Výnosy z predaja externým odberateľom podľa segmentov podnikania.
- 2) Účtovná hodnota aktív podľa segmentov podnikania.
- 3) Obstarávacie náklady pri obstarávaní dlhodobých aktív podľa segmentov podnikania.

c) za geografický segment členený podľa umiestnenia odberateľov:

- 1) Výnosy z predaja externým odberateľom podľa segmentov podnikania.
- 2) Účtovná hodnota aktív podľa segmentov podnikania.
- 3) Obstarávacie náklady pri obstarávaní dlhodobých aktív podľa segmentov podnikania.
- 4) Účtovná hodnota aktív podľa umiestnenia aktív, ak je odlišné od umiestnenia odberateľov.
- 5) Obstarávacie náklady dlhodobých aktív podľa umiestnenia aktív, ak je odlišné od umiestnenia odberateľov.

Ostatné požiadavky na zverejnenie

- 1) Výnosy takého odborového alebo územného segmentu, ktorého výnosy sú vyššie ako 10% z podnikových výnosov a nie je povinne vykazovaným segmentom, pretože jeho hlavné výnosy sú z interných transakcií.
- 2) Základňa pre oceňovanie medzisegmentových transakcií a akékoľvek zmeny v nich.
- 3) Zmeny v segmentových účtovných pravidlách.

- 4) Typy výrobkov a služieb v každom segmente podnikania.
5) Zloženie každého územného segmentu.

Príklad segmentového vykazovania

Výrobca elektronických a mechanických automobilových častí vykazuje produkciu podľa segmentu podnikania a geografického segmentu podľa umiestnenia odberateľov. Užívatelia účtovných výkazov lepšie pochopia trendy týkajúce sa segmentov tak ako sú definované. Východiskové údaje sú prezentované nasledovným spôsobom podľa štandardu IAS 14, údaje sú v miliónoch \$:

	elektronické komponenty	mechanické komponenty	spolu
čisté tržby			
2003	345,3	228,6	573,9
2004	378,5	219,8	598,3
prevádzkový zisk			
2003	29,6	13,2	42,8
2004	36,0	8,5	44,5
kapitálové výdavky			
2003	12,1	3,5	15,6
2004	21,4	2,5	23,9
priraditeľné aktíva			
2003	122,9	128,4	251,3
2004	140,2	118,5	258,7
odpisy a amortizácia			
2003	13,7	15,9	29,6
2004	17,5	13,6	31,1

Nealokované (nepripradené) podnikové aktíva sú spolu 7,6 mil. \$ v roku 2003 a 8,1 mil. \$ v roku 2004. Nealokované podnikové výdavky sa rovnajú 3,4 mil. \$ v roku 2003 a 4,5 mil. \$ v roku 2004. Medzisegmentové predaje, ktoré boli zahrnuté v nákladoch nie sú významné čo do množstva. Prevádzkový zisk segmentu je definovaný ako predaje tretej strane bez prevádzkových nákladov, pričom podnikové režijné náklady a finančné náklady sú vyňaté z nákladov segmentu.

Príjmy podľa geografickej zóny (založené na umiestnení zákazníkov) sú zosumarizované takto:

	Západná Európa	Východná Európa	Stredný Východ	spolu
čisté tržby				
2003	348,8	113,4	111,7	573,9
2004	366,3	133,4	98,6	598,3
prevádzkový zisk				
2003	22,7	8,6	11,5	42,8

	2004	20,6	13,9	10,0	44,5
priraditeľné aktíva					
2003	178,4	63,2	9,7	251,3	
2004	183,3	69,5	5,9	258,7	
kapitálové výdavky					
2003	8,2	4,4	3,0	15,6	
2004	12,5	5,5	5,9	23,9	

Západná Európa zahŕňa hlavne Nemecko a Francúzsko s relatívne malou aktivitou v Belgicku a Holandsku. Východná Európa zahŕňa Maďarsko, Poľsko, Slovensko a Českú republiku. Stredný Východ je v princípe Libanon a Sýria s nízkou úrovňou aktivít v Egypte a v Saudskej Arábii. Predaje na Strednom Východe sú tvorené prevažne prostredníctvom nákupných dodávateľov, zatiaľ čo príjmy z európskych trhov sú získané najmä od výrobcov automobilov a konštrukčných zariadení. Približne 12% predajov v Západnej Európe za rok 2003 a 14% predajov za rok 2004 boli realizované v rámci nákupných dodávateľov. Pre Európu sú tieto údaje obdobné: za rok 2003 je to 19% a za rok 2004 je to 23%. Manažment firmy stanovil, že primárny formát vykazovania by mal byť zostavený podľa segmentu podnikania a sekundárny formát vykazovania podľa geografického segmentu.

Poznámka: Segmentová informácia

Manažment stanovil, že primárnym faktorom jeho rozhodnutia sú hlavné produkty ktoré ponúka podnik a zároveň, že menšia pozornosť sa venuje geografickému umiestneniu zákazníkov. Preto sú ďalej uvedené primárne údaje v tabuľke zostavené podľa segmentu podnikania, t.j. elektronické a mechanické komponenty, a následne sekundárne údaje sú založené na geografickom umiestnení zákazníkov.

	elektronické komponenty	mechanické komponenty	spolu
čisté tržby			
2003 - celkom	345,3	228,6	573,9
2003 - externým zákazníkom	336,3	228,6	564,9
2003 - medzisegmentové tržby	8,7	0	8,7
2004 - celkom	378,5	219,8	598,3
2004 - externým zákazníkom	371,0	219,5	590,5
2004 - medzisegmentové tržby	7,5	0,3	7,8
prevádzkový zisk			
2003	29,6	13,2	42,8
2004	36,0	8,5	44,5
úrokové a dividendové			

výnosy			
2003 -úrokový výnos	1,2	0,2	1,4
2003 - dividendový výnos	0,1	0	0,1
2004 -úrokový výnos	1,1	0,3	1,4
2004 - dividendový výnos	0	0	0
úrokový výdavok			
2003	1,5	1,1	2,6
2004	1,2	1,0	2,2
priraditeľné aktíva			
2003	122,9	128,4	251,3
2004	140,2	118,5	258,7
záväzky segmentu			
2003	62,3	43,4	105,7
2004	59,6	40,1	99,7
podmienené záväzky zo zmluvných sporov			
2003	2,5	1,0	3,5
2004	4,4	1,2	5,6
kapitálové výdavky			
2003	12,1	3,5	15,6
2004	21,4	2,5	23,9
odpisy a amortizácia			
2003	13,7	15,9	29,6
2004	17,5	13,6	31,1
jednorázové položky			
2003 - príjem zo štát. objednávok	6,7	0	6,7
2004 - výnos z patentového sporu	2,3	0	2,3
majetok ako príjem z investovania			
2003	2,2	0	2,2
2004	0,5	0	0,5
investície podľa metódy vl. imania			
2003	5,6	0	5,6
2004	6,9	0	6,9

Tieto segmentové informácie sú ďalej porovnané s celkovými úhrnmi podniku takto:

Čisté tržby

2003 – externým zákazníkom

Elektronické komponenty 336,3

Mechanické komponenty 228,6
Podnikové predaje celkom 564,9

2004 – externým zákazníkom

Elektronické komponenty 371,0
Mechanické komponenty 219,5
Podnikové predaje celkom 590,5

Prevádzkový zisk

2003

Elektronické komponenty 29,6
Mechanické komponenty 13,2
mínus Nepripravené podnikové výdavky (3,4)
Celkový podnikový prevádzkový zisk 39,4

2004

Elektronické komponenty 36,0
Mechanické komponenty 8,5
mínus Nepripravené podnikové výdavky (4,5)
Celkový podnikový prevádzkový zisk 40,0

Priraditeľné aktíva

2003

Elektronické komponenty 122,9
Mechanické komponenty 128,4
Nepripravený podnikový majetok 7,6
Podnikový majetok celkom 258,9

2004

Elektronické komponenty 140,2
Mechanické komponenty 118,5
Nepripravený podnikový majetok 8,1
Podnikový majetok celkom 266,8

Záväzky segmentu

2003

Elektronické komponenty 62,3
Mechanické komponenty 43,4
Podnikové pasíva celkom 105,7

2004

Elektronické komponenty 59,6
Mechanické komponenty 40,1
Podnikové pasíva celkom 99,7

Slovenské účtovné predpisy v oblasti segmentálnej analýzy

Účtovná jednotka v Poznámkach k účtovnej závierke vykazuje sumy tržieb za vlastné výkony a tovar s uvedením ich opisu a hodnoty tržieb podľa jednotlivých typov výrobkov a služieb účtovnej jednotky a hlavných oblastí odbytu [2].

Tabuľka č. 1

Údaje o tržbách za vlastné výkony a tovar

Teritórium odbytu	Hodnota podľa druhov typov výrobkov a služieb	
	Produkt 1:	

	Bežné obdobie	Predchádzajúce obdobie	
Slovenská republika			
Spolu			

Zdroj: [2]

Záver

Segmentálna analýza podľa IAS 14 je povinná pre firmy vymedzené slovenskou účtovnou legislatívou, ide napr. o firmy s verejne obchodovateľnými akciami a dlhopismi. Účtovná jednotka si na základe ziskovosti a rizika obchodných operácií stanoví primárnu a sekundárnu segmentálnu analýzu (t.j. analýzu podľa odvetvových alebo geografických segmentov). Spôsob identifikácie segmentu je detailne špecifikovaný v uvedenom štandarde. Požiadavky na vykazovanie sa sústreďujú prevažne na primárnu segmentálnu analýzu a obsahujú: výnosy, výsledok hospodárenia, aktíva, pasíva, investičné výdavky, odpisy, nepeňažné náklady a zníženie hodnoty aktív jednotlivých segmentov. V rámci sekundárnej segmentálnej analýzy sa uvádzajú príjmy, aktíva a investičné výdavky jednotlivých segmentov. Súčasťou vykazovania podľa segmentov je tiež sumarizácia za jednotlivé segmenty vzhľadom na sumy a informácie uvedené vo finančných výkazoch.

Slovenské účtovné predpisy [2] v rámci segmentálnej analýzy vyžadujú, aby účtovná jednotka vykazovala v Poznámkach k účtovnej závierke sumy tržieb za vlastné výkony a tovar s uvedením ich opisu a hodnoty tržieb podľa jednotlivých typov výrobkov a služieb, a podľa hlavných oblastí odbytu.

Tento článok bol vypracovaný v rámci projektu VEGA 1/2561/05.

Lieratúra:

[1]. Kolektív autorov: Finančné účtovníctvo a riadenie s aplikáciou IAS/IFRS, II. diel, 2. časť, kapitola 8: Vykazovanie a zverejňovanie vybraných špecifických udalostí podľa IAS/IFRS (Ing. Radoslav Tušan, PhD., Ekonomická fakulta TU Košice), s. 162-197. Fakulta financií UMB v Banskej Bystrici, 2004, ISBN 80-8083-022-3.

[2]. Opatrenie MF č. 4455/2003-92 a Opatrenie MF č. 25 167/2003-92, Finančný spravodajca 10/2003 a 20/2003. ISSN 4335-0498.

[3]. STAŠOVÁ, L.: Účtovníctvo ako najdôležitejší manažérsky informačný systém, In: Zborník z vedeckej konferencie EKONOMIKA FIRIEM 2000, Sninské Rybníky, PHF EU Bratislava, 2000, s. 548-553, ISBN 80-225-1308-3.

[4]. SUHÁNYIOVÁ, A.: Követelmény a hű és valós ábrázolás (Požiadavka verného a pravdivého zobrazenia), In: Szakma: Számvitel, Könyvvizsgálat, Adózás, (Profesia: účtovníctvo, audítorstvo, daňovníctvo) č.01/2004, Budapest, Maďarsko, s. 15-19, ISSN 1419-6956.