

ОТЧИТАНЕ НА ВЗАИМОВРЪЗКАТА МЕЖДУ БЮДЖЕТА НА ПРОДАЖБИТЕ И БЮДЖЕТА ЗА ОПАЗВАНЕ И ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА

Петранка Мидова
Стопанска академия „Д. А. Ценов”, Свищов

Резюме

Успехът на бизнеса по правило се измерва с обема на реализираните продукти. В тази връзка изследването на продажбите е наложително за управление на бизнес процесите във всяко търговско предприятие. Основен измерител на количеството продажби е бюджетът по продажбите. Последният е в пряка зависимост и взаимовръзка от множество други бюджети, свързани с функционирането на предприятието – бюджет на преките материални разходи, бюджет на разходите за труд, бюджет на административните разходи, бюджет на разходите за опазване и възстановяване на околната среда и много други. Постигането на положителни резултати изисква детайлно изучаване и на останалите бюджети, включително и в структурно отношение. Основната цел на настоящата разработка е да дефинира същността на бюджета по продажбите, да разгледа водещите фактори, влияещи върху него и връзките му с останалите бюджети в предприятието и най-вече с бюджета за опазване и възстановяване на околната среда. В заключение са изведени някои проблеми при формирането и зависимостта между тези два бюджета.

Ключови думи: бюджет по продажбите, структура на бюджета по продажбите, бюджет за опазване и възстановяване на околната среда, бюджет на разходите за опазване и възстановяване на околната среда.

Keywords: sales budget, structure of the sales budget, budget for environmental protection and restoration, budget of the environmental protection and restoration costs.

JEL: Q57, Q58.

Увод

Бюджетната политика и насоките на бюджетниране на търговските предприятия изискват вземането на множество мениджърски решения в дългосрочен аспект. При изготвянето на всички бюджети и най-вече на бюджета на продажбите възникват проблеми от различно естество, чиито разрешение е свързано с тяхното предварително познаване.

1. Характеристика и структура на бюджета по продажбите

1.1. Същност на бюджета по продажбите

Формирането на бюджета или бюджетнирането може да се разглежда в три аспекта: като човешка дейност, като информационна система и като контролна система [1]. Основните обекти на бюджетниране в търговските предприятия са приходите и разходите. За да се формират съответните бюджети следва да се събере необходимата информация в различни разрези.

Бюджетът на продажбите показва количеството на продукцията, която търговското предприятие възнамерява да продаде през визириания бюджетен период и прогнозната продажна цена. Бюджетът на продажбите показва прогнозния общ приход, който следва да се използва за изчисление и на очакваните приходи от продажби на клиентите. В бюджета на продажбите се съдържа основната информация, необходима за съставяне на бюджетите за производствените разходи, за разходите за продажбени дейности

и дистрибуцията, и за административните разходи. Бюджетът на продажбите, следователно, е *основополагащият и най-важен бюджет, с оглед останалите бюджети*, тъй-като всички разходи се намират във връзка с обема на продажбите. Ако бюджетът на продажбите е неточен, останалите прогнозни бюджети също ще бъдат неточни.

Бюджета на продажбите се състои от общ бюджет за продажбите и частични бюджети, в които се анализират продажбите по звена, продажбени територии, продукти и др.

Според М. Гълъбов „при бюджетнирането на приходите от продажбите се вземат предвид количествата изделия, които се очаква да бъдат продадени през плановия период и единичната им цена, по която се очаква да бъдат продадени” [2]. Той разграничава бюджетниране по видове продукти и за продукцията като цяло. Като при бюджетнирането по продукти, административните разходи и разходите за продажби се разпределят на различни бази между отделните продукти според спецификата на дейността.

Бюджет на продажбите включва продажбите в обем и стойност, прогнозира ръста в индекса на цените, като при това се отчита инфлацията. Приходите от продажби в стойностно изражение се изчислява по следващата формула:

$$ПП_c = П_n \cdot Ц \cdot И_c$$

където:

ПП_c са приходите от продажби в стойностно изражение;

Пн – обемът на продажбите в натурални единици;

Ц – продажната цена на единица продукция;

Иц – индексът на промяна на цените (индекс на инфлация) на продуктите.

Приходите от продажби са част от приходите от дейността на предприятието [3]. Разграничават се приходи от продажба на продукция, на стоки и на услуги. При това обичайната дейност се отъждествява със съвкупността от стопанските операции, които се извършват регулярно от търговското предприятие.

Бюджетът на продажбите трябва да се определя във връзка с прогнозата парични потоци от продажби, на базата на планираните дейности за подобряване на продажбите на продукта. Тази прогноза представлява стойността на вземанията в края на периода, размерът на задълженията през текущия период, и приходите от продажби през отделните подпериоди.

1.2. Структура на бюджета по продажбите

В структурно отношение бюджетът на продажбите може да се раздели на три основни елемента – бюджет на разходите по продажби, производствен бюджет, административен бюджет [4].

Бюджетът на продажбите се определя от прогнозния обем продажби. Според И. Славова: „Философията на една прогноза означава, че всички бизнес решения, независимо за коя функционална дейност се отнасят – продажби, маркетинг, производство, операции или финанси, се вземат на базата на една прогноза за продажбите. Периодичните срещи на екипа, разработващ плана за продажбите и операциите с функционалните специалисти, допринасят за постигането на консенсус по отношение на прогнозата за продажбите и тя е базата, на която всеки функционален отдел разработва своя план.” [5].

На основата на бюджета на продажбите се определят:

- общите разходи за осъществяване на всички дейности по продажбите или маркетинговите разходи за дейността;
- производственият бюджет, който включва преките производствени разходи – разходи за суровини, материали, горива, енергия, заплати и осигуровки на производствените работници и др.;
- административен бюджет, състоящ се от разходите за управление в т.ч. разходи за заплати и осигуровки на администрацията, разходи за командировки, разходи за наемане на търговски помещения и др.

- разходи, които не са свързани пряко с производството – разходи за реклама, за пазарни проучвания и др.

Н. Vouquin изследва няколко основни бюджета, а именно: бюджет на продажбите или покупките, финансов бюджет, бюджет на промоциите, бюджет на административните разходи или административен бюджет, бюджет на инвестициите и други бюджети [6].

В настоящата разработка се счита, че бюджетът на продажбите има най-значима връзка със следните бюджети в предприятието:

- бюджет на преките материални разходи;
- бюджет на преките разходи за труд в т.ч. и осигуровки;
- бюджет на административните разходи;
- бюджет на разходите по продажбите;
- *бюджет на разходите за опазване и възстановяване на околната среда;*
- специализирани бюджети на важни за предприятието елементи като бюджет на рекламата, бюджет на иновациите, бюджет на реинженеринг на дейността, бюджет за внедряване на нови продукти, бюджет за мащабни пазарни проучвания и др.

Изготвянето на бюджета на продажбите започва „отдолу–нагоре” като се започне от бюджетите на по-ниско ниво. Последните се изготвят от специалисти и се координират с мениджърите от съответното и от по-високо ниво. Няма стандартен подход при дефиниране на бюджетите по нива. В случая може да се използва историческия подход, но няма гаранция, че ситуацията от предходни периоди ще се повтори и ще има същия ефект върху обема на разходите и продажбите.

1.3. Фактори и подходи за определяне на бюджета на продажбите

Бюджетът на продажбите е обобщаващ и се определя последен. Неговата точност зависи от прецизността и реалистичността на останалите бюджети. Освен това той зависи и от множество външни фактори, които се изследват от различни автори в икономическата литература [7]. В настоящата разработка факторите, влияещи върху обема на продажбите се свеждат до две големи групи.

Първа група фактори. Състояние на пазара, към което може да отнесем:

- размер и темп на прираст на търсенето;
- основни конкуренти на пазара;
- основни доставчици на пазара;
- поведение на търговските посредници.
- модни тенденции на дадения пазар и др.

Втора група фактори. Общикономически фактори, които се свързват с:

- еластичност на цените на предлаганите продукти;
- равнище на доходите на потребителите;
- дългосрочни тенденции на пазара;
- бариери за навлизане в бранша;
- потенциални възможности на предприятието за заемане на по-голям пазарен дял и др.

Определянето на всеки бюджет се основава на два фундаментални подхода – класически подход и подход на бюджетизиране от нулата.

Класическият подход или още *бюджетизиране, базирано на дейностите* е подходящ на ниво отдел, при което размерът на разходите е пропорционален на обема на продукцията. Недостатък на подхода е, че част от предвижданите разходи остават постоянна величина и съществуващите несъвършенства се натрупват. Целта на класическия метод е разходите за отделните дейности да се съгласуват с поставените цели, т.е. с прогнозния обем продажби. Бюджетизиранят обем продукция определя размера на прогнозните ресурси за съответния период от време.

Бюджетизирането от нулата като подход се използва от 60-те години на ХХ век. Подходът се фокусира върху бъдещите проекти и програми, а не върху функционалните отдели. Проектите на разходите започват от нулата, т.е. всички прогнози и съответно разходи започват от сега.

Бюджетизирането от нулата е подходящо за второстепенните и обслужващи дейности в предприятието, върху които може да се влияе и за които не съществува голяма връзка между разходи и резултати от дейността. Прилага се за бюджетизиране на административните разходи, за маркетинговите разходи, за разходите по обучение на персонала, разходите за иновации, при изготвяне на определени капиталови бюджети и др. Подходът не е подходящ при бюджетизиране на разходи за материали, разходи за работна заплата и осигуровки и др.

Сравнението на двата подхода за бюджетизиране по основни критерии е представено в табл. 1.

Табл. 1. Сравнителен анализ на бюджетизиране, базирано на дейностите и бюджетизиране от нулата

Бюджетизиране, базирано на дейностите	Бюджетизиране от нулата
Започва от съществуващите разходи	Започва от нулата
Изследва взаимовръзката „разходи/приходи“ само за новите дейности	Изследва взаимовръзката „разходи/приходи“ само за всички дейности
Започва с парични стойности	Започва с цели и дейности

(продължение)

Не изследва нови начини за оперативна дейност	Изследването на нови начини за оперативна дейност
Резултатът е един единствен вариант на бюджет	Резултатът е избор от няколко варианта за дейности и разходи

Класическото бюджетизиране отчита миналите разходи като ги пренася в бъдещи периоди в зависимост от състоянието на пазара. Бюджетизирането от нулата не отчита миналите разходи, а търси необходимостта на средства според ползите за предприятието. То се фокусира върху връзката с крайните резултати.

Бюджетизирането от нулата не е разпространен подход, тъй като изисква много време за обсъждане на различните варианти на бюджети и избор на най-подходящ. Поради това подходът се използва периодично от някои предприятия или отдели само за определени функции или дейности.

В икономическата литература се използват и други подходи при формиране на бюджета по продажби според динамиката на изходните данни. В тази връзка става въпрос за статичен и гъвкав бюджет [5]. Характерно за статичния бюджет е, че не се променя при промяна в обема на продажбите. Докато гъвкавият бюджет се променя спрямо изменението на обема на производството и продажбите. При това по-големи възможности за контрол има при гъвкавия бюджет в сравнение със статичния.

2. Характеристика и структура на бюджета за опазване и възстановяване на околната среда

2.1. Бюджет за опазване и възстановяване на околната среда

Бюджетът за опазване и възстановяване на околната, както бе споменато, е част от бюджетите, които са свързани с основния бюджет по продажбите. Неговото формиране следва целите и стратегии на предприятието. Той е на по-ниско равнище от бюджета на продажбите и дефиниране на бюджетите „отдолу–нагоре“ е първостепенен.

В бюджета за опазване и възстановяване на околната среда се включват множество разходи, от които по значими са разходите за опазване на водите, на въздуха, на почвата, за обработка на отпадъците, за запазване на биологичното разнообразие, за проучвания и научна дейност и мн. други. Общият размер на бюджета както е видно зависи от множество фактори на околната среда. Негово определяне е сложен и трудоемък процес и поради това се извършва от съответните специалисти по екология в търговско-

то предприятие. В тази връзка той зависи от технологията на производството, от качеството на природните ресурси, от особеностите на природната среда и др.

При бюджетирането на разходите за опазване на околната среда се използва вторият представен подход, а именно бюджетирането от нулата. Това се дължи на факта, че няма пряка връзка между този бюджет и резултати от дейността. Освен това се изследва връзката „разходи/приходи“ за всички дейности, приоритетни са целите, а не паричните стойности и има възможност да се избират по-значимите дейности и разходи по преценка на ръководството на предприятието.

2.2. Структура на бюджета за опазване и възстановяване на околната среда – основни видове разходи

Определянето на структурата на бюджета за опазване и възпроизводство на околната среда се базира на статистическата методология на НСИ, в съответствие с изискванията за счетоводното им отчитане съгласно Закона за счетоводството и Националния сметкоплан в България. Методологията е съобразена с последните изисквания на Европейските институции – Ев-

ростат (Статистическата служба на ЕС) и ОИСР (Организация за икономическо сътрудничество и развитие).

Разходите за опазване и възстановяване на околната среда се отчитат посредством изчерпателно наблюдение, в чийто обхват са включени стопанските субекти (фирми, организации, министерства, общински администрации и други), които са изразходвали средства за опазване и възстановяване на околната среда през съответната година. След обработка на данните от изчерпателното наблюдение се прави дооценка за цялата икономика.

Основен източник на данни е статистически отчет за разходите за опазване и възстановяване на околната среда. Отчетът се събира по кореспондентски път на електронен и хартиен носител.

В настоящата разработка се отчита размера на разходите общо и по видове като са включени най-значимите по преценка на автора и са обобщени в табл. 2. На фиг. 2 са изведени топ 3 на разходите от бюджета за опазване и възстановяване на околната среда с най-голям дел в общия размер на разходите. Данните за разходите общо и по видове са от сайта на Националния статистически институт [8].

Табл. 2. Разходи за опазване и възстановяване на околната среда за периода 2010–2016 г. (в хил. лв.)

Разходи	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Общо разходи в т.ч.	1 273 777	1 438 165	1 693 583	2 098 906	3 326 842	3 102 332	2 215 847
За отпадъчни води	246 233	308 749	238 160	459 021	1 058 196	1 249 492	336 018
За въздуха	144 271	237 458	220 458	273 309	470 723	261 896	580 918
За опазване на почвата	38 763	34 911	29 222	38 059	26 985	46 223	64 765
За горите	9 076	4 359	6 537	10 040	13 881	7 047	8 095
За опазване на биоразнообразието	2 039	1 632	2 488	7 998	11 252	45 123	30 166
За отпадъците	677 371	749 118	1 087 292	1 174 316	1 532 055	1 374 497	1 068 447
За научно-изследователска дейност	7 488	3 280	6 246	5 610	7 062	1 899	4 664
За административна дейност	19 469	16 677	31 893	24 758	40 404	23 428	25 289

Както е видно от данни в табл. 2 тенденцията на увеличаване на общите разходи за опазване на околната среда се запазва с изключение на последната година от изследването – 2016 г., през която се наблюдава значителен спад. Причината за този спад е в намаляването на разходите за отпадъчни води през тази година.

Разходите за отпадъчни води също бележат общата тенденция като изключение прави последната 2016 г. Ако изследвания период е пет годишен т.е. до 2015 г., то този вид разходи се усъществува, че са се увеличили 5 пъти, което е положителна тенденция и показва стремежа на бизнеса за опазване на водите у нас. При това най-значим е ръстът през 2014 г. спрямо предходната 2013 г. с над 90%. Стойностите за 2016 г. са с 270% по-ниски спрямо предходната 2015

г. и се доближават до тези през втората година от изследването.

Разходите за опазване на въздуха са с не малки размери по отношение на структурата на бюджета за опазване и възстановяване на околната среда. При тях изменението е циклично – през втората година се отчита увеличение с повече от 60%, след това спад с около 10%. През следващите две години 2012 и 2013 г. отново увеличение с повече от 100%, последвано от спад през 2015 г. с 15% и двукратно увеличение за последната година спрямо предходната. очертаната тенденция показва непостоянното изразходване на средства за пречистване на въздуха и инвестиране в това направление в определени периоди.

Отделянето на средства за опазване на почвата също няма постоянен характер като се очертава спад за първите три години с общ размер от 75%. Последващата 2013 г. се наблюдава увеличение, достигащо размерът на първата година – 75% ръст. През 2014 г. се отчита спад и през последните две години тенденцията на ръст съответно с около 76% и 39%. За целия период увеличението е с по-малко от два пъти.

Разходите са горите бележат спад пред две години от изследвания период – 2011 г. с 48% спрямо предходната 2010 г. и 2015 г. с 50% спрямо предходната 2014 г. Ако се насочи вниманието към първата и последната година, се установява незначителен спад с около 9%.

Разходите за опазване на биологичното разнообразие се увеличават за целия период 15 пъти. Единствено спад се отчита през 2011 г. като той е с малки стойности – 20%. Най-драстично е увеличението през 2015 г. спрямо 2014 г., представляващо 300%.

За преработката на отпадъци се извършват най-големи разходи в този бюджет. Тенденцията при тях е на трайно увеличение до 2014 г. с около 120% спрямо първата година, след което последва спад с около 70% за последните две години.

Научно-изследователската дейност не е сред приоритетите на бизнеса при опазване на околната среда. Заделят се незначими средства като цикличността е през година. Размерът на разходите за тази дейност за целия период намалява в размер на над 40%.

За административна дейност в областта на опазването и възстановяването на околната среда също се заделят средства, които за проучвания период са значително по-големи от разходите на научно-изследователска дейност, от разходите за опазване на биологичното равновесие и разходите за горите.

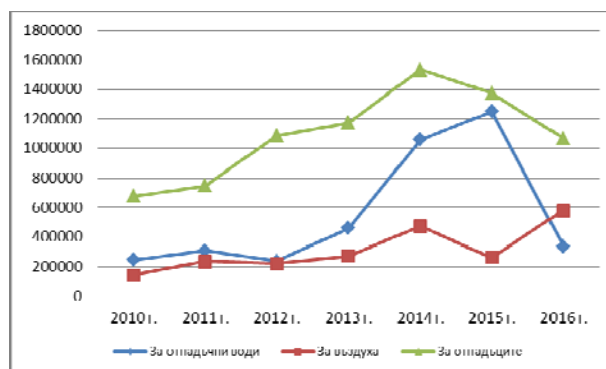
На следващата фиг. 2 са представени топ 3 на разходите с най-голям размер в структурата на бюджета за опазвани и възстановяване на околната среда. Във възходящ ред тяхната подредба е следната:

- разходи за пречистване на въздуха;
- разходи за пречистване на отпадъчните води;
- разходи за преработка на отпадъците.

При това разходите за отпадъци са значително по-големи от останалите два вида разходи – около 3–4 пъти през определените периоди.

Може да се заключи, че за целия проучван период се наблюдава динамична структура на разходите, съставляващи бюджета за опазване и възстановяване на околната среда. Това се дължи на приоритетните цели и наличните

средства на отделните търговски предприятия. При липсата на средства се нарушава нормативната уредба. Неспазването на правилата за екологично производство е свързано с търсене на отговорност от държавните органи.



Фиг. 2. Топ 3 на разходите за опазване на околната среда за периода 2010–2016 г.

2.3. Размер на екологичните глоби и санкции за опазване на околната среда

Според Закона за опазване на околната среда „Промислено замърсяване“ е всяко пряко или непряко постъпване в резултат на човешка дейност във въздуха, водите или почвите на вещества, вибрации, топлинни лъчения или шумове, което може да окаже определено вредно въздействие върху човешкото здраве или околната среда, да предизвика увреждане на материалните ценности, да ограничи или предотврати възможностите за използване на полезните качества на околната среда и останалите нейни законосъобразни ползвания [8]. При нарушаване на правилата и изискванията на цитирания закон се налагат глоби и санкции по различни направления. За периода 2010–2015 г. размерът на глобите и санкциите, които са регистрирани у нас са обобщени в табл. 3. Данните са от Националния статистически институт [9].

Както е видно от табл. 3 размерът на екологичните глоби и неустойки за проучвания период като цяло се увеличава от 1 396 хил. лв. на 2 347 хил. лв., което е с 68%. От тенденцията на увеличение изключение правят две години – 2011 г. и 2014 г. През 2011 г. спадът спрямо 2010 г. е приблизително 26%, а през 2014 г. намалението е значително по-голямо и е в размер на 60%. За последната година в сравнение с предходната се наблюдава увеличение с над 130%.

Глобите и санкциите за замърсяване на водите са едни от водещите заедно с тези за замърсяване на въздуха. Заедно тези два вида санкции представляват над 20% от общия размер на санкциите. За проучвания период техният размер е променлив – на приливи и отливи,

Табл. 3. Размер на екологичните глоби и санкции за периода 2010–2015 г. (в хил. лв.)

Направления	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Общо	1 396	1 034	2 249	2 510	1 011	2 347
За водите	413	366	988	1 182	394	1 457
За въздуха	765	494	1 212	1 306	452	696
За опазване на почвата и подпочвените води	111	3	3	22	19	28
За отпадъците	105	91	26	-	114	152
За шума	2	1	-	-	2	4
Други	-	79	20	-	30	10

Легенда: „-“ липсват данни.

което показва непостоянството в отговорността на бизнеса за опазването на околната среда.

Прави впечатление твърде големия размер глоби и неустойки по двете направления за 2012 г. и 2013 г. и съответно най-ниските размери през 2011 г. и 2014 г.

Глобите за опазване на почвата и подпочвените води са в незначителни размери с изключение на първата година от проучването – 2011 г. През последващите две години стойностите им са незначителни. Трайна тенденция се установява през последните три години.

Глобите за отпадъците са по-големи по размери от тези за опазване на почвата, но и те не са с големи стойности. Най-големи са през 2015 г., след това през предходната 2014 г. и 2010 г. Най-ниски са стойностите през 2012 г.

Екологичните глоби и санкции за шума за най-малки в сравнение с всички останали. Най-висок е техният размер за последната година – 2015 г.

Може да се заключи, че неспазването на правилата за опазване и възстановяване на околната среда, породено от стремежа за съкращаване на разходите рефлектира върху съответния бюджет като променя неговия размер и структура. Политиката на определяне на необходимите средства за опазване на околната среда е част от общата политика на предприятието и в този смисъл рефлектира върху всички останали бюджети в т.ч. и върху бюджета по продажбите.

Заключение

В настоящата разработка се очертават следните основни проблеми на бюджетирането в търговското предприятие:

- избор на подход за бюджетиране;
- дефиниране на факторите, влияещи върху обема на продажбите и определяне на ключов фактор;
- правилно изготвяне на бюджетите от пониско ниво и обобщаване в бюджет на продажбите;
- съгласуване на бюджетите с подчинените и висшестоящите мениджъри в предприятието;

– координация на бюджета на продажбите с останалите бюджети в т.ч. с бюджета за опазване и възстановяване на околната среда;

- анализиране на структурата на бюджета за опазване и възстановяване на околната среда и дефиниране на приоритетните разходи, за които да се заделят средства;
- периодичен контрол и актуализиране на всички бюджети от горе надолу.

През определен период от време реалните резултати от дейността на предприятието трябва да бъдат сравнявани, с тези които са предвидени в отделните бюджети и преди всичко с бюджета на продажбите. Ако се появят несъответствия и се появят непредвидими фактори, следва да се коригират всички бюджети.

Бюджетирането не се извършва еднократно през годината, а е динамичен и непрекъснат процес.

Литература

1. Меразчиев, В., Баташки, Г., Ималова, Д. *Бюджетно счетоводство*. Изд. АИ „Ценов”. Свищов. 2013. стр. 9–10.
2. Гълъбов, М. Бюджетиране на приходите от продажби на продукция, пълните разходи и печалбата от продажби на продукция. *сп. „Данъчна практика”*. бр. 3. 2010. стр. 28.
3. Петрова, С., Илиичовски, С., Кънев, П. *Икономика на търговията*. Изд. АИ „Ценов”. Свищов. 2015. стр. 189–190.
4. Коноплев, С., Коноплева, В. *Менеджмент продаж.* Изд. „Инфра М”. Москва. 2014. стр. 276.
5. Славова, И. *Бизнес стратегии, планове, бюджети*. Изд. „Сиела Норма” АД. София. 2011. стр. 236, 364.
6. Bouquin, H. *La maitrise des budget dans l'entreprise*. Edicsf. 1992. p. 32.
7. Мидова, П., Перков, В. *Организация и технология на продажбите*. Изд. „Абагар”. В. Търново. 2013. стр. 21–24.
8. НСИ. *Разходи за опазване и възстановяване на околната среда по направления за околната среда*. 2019. [<http://www.nsi.bg/bg/content/2584/разходи-за-опазване-и-възстановяване-на-околната-среда-по-направления-за-околната-среда>].
9. *Закон за опазване на околната среда*. ДВ. бр. 91/2002.

REPORTING BETWEEN THE BUDGET OF SALES AND THE BUDGET FOR THE PROTECTION AND RECOVERY OF THE ENVIRONMENT

Petranka Midova

D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria

Abstract

Business success, as a rule, is measured by the volume of products realized. In this connection, sales research is imperative for managing business processes in every business venture. The main measure of sales is the sales budget. The latter is in direct dependence and interconnection from many other budgets related to the operation of the enterprise – budget of direct material costs, budget of labour costs, budget of administrative expenses, cost of protection and restoration of the environment and many others. Achieving positive results requires detailed study of the other budgets, including structurally. The main purpose of the present study is to define a core of the sales budget, to consider the leading factors influencing it and its links with other budgets in the enterprise, and in particular with the budget for environmental protection and restoration. In conclusion, some problems have arisen in the formation and dependence between these two budgets.