



АНАЛИЗ НА НЕТНИТЕ ПРИХОДИ ОТ ПРОДАЖБИ НА ПРОДУКЦИЯТА

проф. д-р Кръстьо Чуков

Катедра „Счетоводство и анализ“, УНСС

Ключови думи:	Резюме
<p>Анализ Продажби Приходи Обем Асортиментна структура Цени Индекси Дефлатор</p>	<p>В статията е представена методика за анализ на приходите от продажби на продукцията. Нетните приходи от продажби на продукцията заемат основно и съществено място в системата от показатели за анализ и оценка на резултатите от дейността на промишлените предприятия. Изяснява се накратко информационната база на анализа. Предложената методика включва анализ и оценка на влиянието на преките фактори върху увеличението/намалението на нетните приходи от продажби. За случаите при повече от един вид изделие са представени два двуфакторни модела. При единия от тях преките фактори са промените в натуралния обем на продукцията и в средната цена на единица изделие от цялата номенклатура на продукцията, а при другия – промените в количествата и в цените на отделните видове изделия. Трифакторният модел включва промените в натуралния обем, в натуралната асортиментна структура и в цените на отделните видове изделия. За целите на анализа са използвани и относителни показатели (индекси) – индексът на стойността, индексът на цените и индексът на физическия обем на продажбите, и връзката между тях. Изясняват се смисълът и съдържанието на дефлатора, чрез използването на който се установява и дава оценка за реалната динамика на продажбите.</p> <p>Методиката за анализ е изяснена с подходящ формулен апарат и е илюстрирана с конкретен числов пример.</p>

Въведение

Предприятията с основна промишлена дейност формират/получават своите приходи преди всичко от продажби на произведената от тях продукция. Продадената продукция, остойностена по нетни продажни цени (т.е. без косвени данъци), по същество изразява размера на нетните приходи от продажби.

Нетните приходи от продажби на продукцията са основен фактор (другият основен е себестойността на продукцията), влияещ върху финансовия резултат (печалба или загуба) от продажби на продукцията. Също така те се използват като величина на резултата (ефекта) за изчисляване, анализ и оценка на обобщаващите стойностни показатели за ефективността от използването на производствените ресурси (дълготрайните материални активи, материалите, трудовите ресурси). Това са показателите: коефициент на натовареност на дълготрайните материални активи, материалоемкост на продукцията, производителност на труда. Освен това се използват и за анализ и оценка на редица показатели от типа „приходно-разходна ефективност“ – себестойност на сто лева продажби; амортизация, падаща се на един лев продажби; разходи за жив труд, падащи се на един лев продажби и др. Разбира се, използват се и като база при изчисляване, анализ и оценка на рентабилността на продажбите (ефективността на маркетинга).

Информационно осигуряване на анализа

Анализът на нетните приходи от продажби на продукцията може да се извърши въз основа на информация от счетоводството на предприятието. В най-обобщен вид такава се съдържа в отчета за приходите и разходите/отчета за доходите. Информация по счетоводен път се създава чрез използване на операционно-резултатната, синтетична сметка „Приходи от продажби на продукцията“, както и от системата за аналитично отчитане към нея. Може да се използва информация, съдържаща се в статистическия формуляр „Справка за производството и продажбите на вътрешния пазар“. Това е месечна отчетна форма. В нея се съдържа информация за приходите от продажбите за отчетния месец и с натрупване от началото на годината – както за текущата, така и за предходната година. Това позволява да се извършва текущ анализ на приходите от продажби на продукцията. Може да се използва и информацията от статистическия формуляр „Справка за производството и продажбите на промишлени продукти“, съдържащ данни за продажбите по видове изделия – общо и в т.ч. на вътрешния пазар.

Методика за анализ

Стойността на произведената и продадена продукция през даден отчетен период може да се отклонява от планираните продажби или от продажбите от предходния период в посока на увеличение или намаление. Това отклонение, независимо от това дали се отнася за отделен вид изделие, или за цялата продукция, може да се дължи на два фактора: 1) на промените в количеството на изделията и 2) на промените в цената на единица изделие. За илюстрация най-напред ще разгледаме пример само за един вид изделие (таблица 1).

Функционалната зависимост е:

$$(1) \quad N = q \times p, \text{ където:}$$

N – продажната стойност (нетните приходи от продажби);

q – количеството на изделието;

p – цената на единица изделие.

Таблица 1

Показатели ¹	Предходен период	Текущ период	Отклонение
1. Количество на изделията, бр.	1080	1260	+ 180
2. Цена на единица изделие, лв.	400	420	+ 20
3. Продажна стойност ² , лв.	432000	529200	+ 97200

Отклонението в продажната стойност на изделието може да се изведе и представи по следния начин³:

$$\begin{aligned} \Delta N &= N_1 - N_0 = q_1 \times p_1 - q_0 \times p_0 = \\ &= (q_0 + \Delta q) \times (p_0 + \Delta p) - q_0 \times p_0 = \\ &= q_0 \times p_0 + q_0 \times \Delta p + \Delta q \times p_0 + \Delta q \times \Delta p - q_0 \times p_0 = \\ &= \Delta q \times p_0 + \Delta p \times (q_0 + \Delta q), \text{ т. е.} \end{aligned}$$

$$(2) \quad \Delta N = \Delta q \times p_0 + \Delta p \times q_1$$

Като резултат се извеждат изчисленията за определяне влиянието на двата фактора („количество“ и „цена“) чрез прилагания във финансово-стопанския анализ метод на разликите, който метод е модификация на метода на верижното заместване.

По данните от таблица 1 получаваме:

1. Влияние на промените в количеството на продукцията:

$$\Delta N_{(\Delta q)} = \Delta q \times p_0 = +180 \times 400 = +72000 \text{ лв.}$$

увеличение на продажната стойност в резултат на увеличението на количеството на изделията.

2. Влияние на промените в цената на единица изделие:

$$\Delta N_{(\Delta p)} = \Delta p \times q_1 = +20 \times 1260 = +25200 \text{ лв.}$$

увеличение на продажната стойност в резултат на увеличението на цената на единица изделие.

Или общото увеличение на нетните приходи от продажби на разглежданото изделие възлиза на 97200 лв. (+72000 +25200).

¹ С индекс „0“ ще бележим критерийните (базисните) данни, с „1“ – фактическите данни, а с „Δ“ – отклонението (увеличението или намалението) на величината на съответния показател.

² Наименованията „Нетни приходи от продажби на продукцията“, „Продажна стойност“, „Стойностен обем на продажбите“ в тази статия се използват като равнозначни по смисъл и съдържание.

³ J – Y, Eglen, Philips, A C. et C. Rauler, Analyse comptable et financière, Paris, Dunod, 1991, p. 39.

При повече от един вид изделия анализът може да се проведе по същата методика, като за целта се работи със средната цена за единица изделие от цялата номенклатура на продадената продукция. Но трябва да се има предвид, че тук вече върху отклонението в нетните приходи от продажби на продукцията оказват влияние и промените в асортиментната структура на продукцията. Това влияние ще се прояви чрез влиянието на промените в средната цена. Функционалната зависимост може да се представи чрез формулата:

$$(3) N = Q \times \bar{p}, \text{ където:}$$

Q е натуралният обем на продукцията⁴, а

\bar{p} – средната цена на единица изделие от цялата номенклатура на продукцията.

Средната цена единица изделие се определя по формулата:

$$(4) \bar{p} = \frac{\sum d_i \times p_i}{100}, \text{ където:}$$

d_i е асортиментната структура на продукцията, т.е. относителният дял на всеки вид изделие в обема на продукцията⁵, а

p_i – цената на единица на всеки вид изделие от номенклатурата на продукцията.

Например да приемем, че разполагаме със следните изходни данни за два последователни отчетни периода (таблица 2):

Таблица 2

Видове изделия	Брой на изделията		Асортиментна структура, процент		Цена на единица изделие, лв.	
	предходен период	текущ период	предходен период	текущ период	предходен период	текущ период
	q_0	q_1	d_0	d_1	p_0	p_1
А	2640	2520	44	40	600	650
Б	1680	1575	28	25	500	550
В	1080	1260	18	20	400	420
Г	600	945	10	15	370	340
Всичко	6000	6300	100	100	-	-

⁴ Методиката за анализ се базира на обстоятелството, че всички видове изделия от номенклатурата на продукцията се представят с еднакви физически мерни единици. Това позволява да се разграничи и установи самостоятелното влияние на факторите „натурален обем“ и „натурална асортиментна структура“ върху динамиката на нетните приходи от продажби на продукцията.

⁵ По въпроса за асортиментната структура на продукцията вж. повече Чуков, К. „Анализ на приходите, печалбата и рентабилността (проблеми и решения)“, С., УНСС, 2009 г. и „Една методика за анализ на печалбата от продажби на продукцията“, електронно списание на ИДЕС, бр. 1, 2019 г.

Въз основа на данните от таблица 2 може да се изчислят нетните приходи от продажби на продукцията за двата периода и тяхното изменение (в абсолютна сума и в процент – таблица 3).

От данните в таблицата се вижда, че нетните приходи от продажби са се увеличили. Абсолютният прираст възлиза на 276 750 лв. (3 354 750 – 3 078 000), а процентът на прираста е $8,99 \left(\frac{+ 276750 \times 100}{3078000} \right)$.

От данните в таблици 2 и 3 определяме средната цена на единица изделие за двата отчетни периода:

Таблица 3

Видове изделия	Нетни приходи от продажби, лв.		Отклонение, лв.	Процент на динамика
	предходен период ($q_0 \times p_0$)	текущ период ($q_1 \times p_1$)		
А	1584000	1638000	+ 54000	103,409
Б	840000	866250	+ 26250	103,125
В	432000	529200	+ 97200	122,500
Г	222000	321300	+ 99300	144,730
Всичко	3078000	3354750	+ 276750	108,991

За предходната година:

$$А \quad 44 \times 600 = 26400$$

$$Б \quad 28 \times 500 = 14000$$

$$В \quad 18 \times 400 = 7200$$

$$Г \quad 10 \times 370 = 3700$$

$$\overline{100} \quad \overline{51300}$$

$$\bar{p}_0 = \frac{51300}{100} = 513 \text{ лв.}$$

$$\text{или } \frac{3078000}{6000} = 513 \text{ лв.}$$

За текущата година:

$$40 \times 650 = 26000$$

$$25 \times 550 = 13750$$

$$20 \times 420 = 8400$$

$$15 \times 340 = 5100$$

$$\overline{100} \quad \overline{53250}$$

$$\bar{p}_1 = \frac{53250}{100} = 532,50 \text{ лв.}$$

$$\text{или } \frac{3354750}{6300} = 532,50 \text{ лв.}$$

Съгласно формула (3) върху абсолютния прираст на приходите от продажби на продукцията от 276 750 лв. са оказали влияние два фактора:

- 1) промени в натуралния обем на продукцията и
- 2) промени в средната цена на единица изделие.

Влиянието на факторите е следното:

1. Влияние на първия фактор:

$\Delta N_{(\Delta Q)} = \Delta Q \times \bar{p}_0 = +300 \times 513 = +153900$ лв. увеличение на
нетните приходи от продажби на продукцията в резултат на
увеличението на натуралния обем на продукцията.

2. Влияние на втория фактор:

$\Delta N_{(\Delta \bar{p})} = \Delta \bar{p} \times Q_1 = +19,5 \times 6300 = +122850$ лв. увеличение на
нетните приходи от продажби на продукцията в резултат на
увеличението на средната цена на единица изделие.

Съвкупното влияние възлиза на 276 750 (+153900 +122850).

При повече от един вид изделие формула (1) придобива вида:

$$(5) \quad N = \sum q_i \times p_i,$$

където q_i е количеството на изделията от всеки вид от номенклатурата на продукцията.

Чрез тази формула може да се установи влиянието на два фактора върху нетните приходи от продажби:

- 1) промените в количеството на отделните видове изделия и
- 2) промените в цените на отделните видове изделия.

От данните в таблица 3 е видно, че:

$$\sum q_0 \times p_0 = 3078000 \text{ лв. и}$$

$$\sum q_1 \times p_1 = 3354750 \text{ лв.}$$

Необходимо е, съгласно изискването на метода на верижното заместване, да се определи условна стойност/величина на нетните приходи от продажби на продукцията – при фактически количества на изделията, но при базисни нетни продажни цени на продукцията

$$(6) \quad N_{us} = \sum q_1 \times p_0$$

$$A \quad 2520 \times 600 = 1512000$$

$$B \quad 1575 \times 500 = 787500$$

$$B \quad 1260 \times 400 = 504000$$

$$Г \quad 945 \times 370 = 349650$$

$$\text{Всичко} = \overline{3153150} \text{ лв.}$$

За по-голяма прегледност може да се състави таблица 4, където в последните две колони е посочено установеното влияние на всеки един от горепосочените два фактора.

Данните в таблицата показват, че в резултат на намалението на количествата на изделията А и Б нетните приходи от продажби са се намалили с 124 500 лв. (-72 000 -52 500), а в резултат на увеличението на количествата на изделията В и Г – са се увеличили със 199 650 лв.

(+72 000 +127 650), или като цяло от този фактор нетните приходи от продажби са се увеличили със 75 150 лв. (+199 650 – 124 500). Същевременно в резултат от увеличението на цените на изделия А, Б и В нетните приходи от продажби са се увеличили с 229 950 лв. (+126 000 +78 750 +25 200), а от намалението на цената на изделие Г – са се намалили с 28 350 лв. Общото увеличение на нетните приходи от продажби от този фактор е 201 600 лв. (+229 950 – 28 350). В резултат на едновременното влияние на двата фактора нетните приходи от продажби са се увеличили с 276 750 лв. (+75 150 +201 600).

Таблица 4

Видове изделия	Нетни приходи от продажби, лв.			Абсолютен прираст/ намаление (к.4 - к.2)	В т.ч. в резултат на влиянието на промените в:	
	предходен период (q ₀ × p ₀)	условен размер (q ₁ × p ₀)	текущ период (q ₁ × p ₁)		количествата на изделията (к.3 - к.2)	цената на единица изделие (к.4 - к.3)
1	2	3	4	5	6	7
А	1584000	1512000	1638000	+54000	-72000	+126000
Б	840000	787500	866250	+26250	-52500	+78750
В	432000	504000	529200	+97200	+72000	+25200
Г	222000	349650	321300	+99300	+127650	-28350
Всичко	3078000	3153150	3354750	+276750	+75150	+201600

Количеството на всеки вид изделие от номенклатурата на продукцията може да се представи по следния начин:

$$(7) q_i = \frac{Q \times d_i}{100}$$

Ако във формула (3) средната цена за единица изделие заменим с нейната равностойност – формула (4) или пък във формула (5) – количеството на отделните видове изделия с тяхната равностойност – формула (7), то формулата за нетните приходи от продажби на продукцията ще придобие следния вид:

$$(8) N = \frac{\sum Q \times d_i \times p_i}{100}$$

Тази формула позволява да се установява и дава оценка за влиянието на три преки фактора върху абсолютния прираст/намаление на нетните приходи от продажби:

1. промени в натуралния обем на продукцията;
2. промени в натуралната асортиментна структура на продукцията;
3. промени в нетните продажни цени на отделните видове изделия.

За примера, който разглеждаме, вече са известни нетните приходи от продажби за предходния (N_0) и за текущия (N_1) период. Необходимо е още предварително да се изчислят две условни величини на нетните приходи от продажби:

1. Нетни приходи от продажби при фактически обем на продукцията, но при асортиментна структура и нетни продажни цени от предходния период, т.е.:

$$(9) N_{I\text{us}} = \frac{\sum Q_1 \times d_0 \times p_0}{100}$$

2. Нетни приходи от продажби при фактически обем, фактическа асортиментна структура и базисни (от предходния период) цени на продукцията, т.е.:

$$(10) N_{II\text{us}} = \frac{\sum Q_1 \times d_1 \times p_0}{100}$$

Резултатите от изчисленията са систематизирани в таблица 5.

Таблица 5

Видове изделия	Нетни приходи от продажби, лв.			
	предходен период	при фактически обем, базисна асортиментна структура и базисни цени	при фактически обем, фактическа асортиментна структура и базисни цени	текущ период
1	2	3	4	5
А	1584000	1663200	1512000	1638000
Б	840000	882000	787500	866250
В	432000	453600	504000	529200
Г	222000	233100	349650	321300
Всичко	3078000	3231900	3153150	3354750

От данните в таблица 5 се установява, че нетните приходи от продажби през текущия период са се увеличили в сравнение с тези от предходния период с 276 750 лв. Влиянието на всеки един от горепосочените три фактора може да се установи чрез следните изчисления:

1. Влияние на първия фактор:

$$\Delta N_{(\Delta Q)} = \frac{\sum Q_1 \times d_0 \times p_0}{100} - \frac{\sum Q_0 \times d_0 \times p_0}{100}$$

2. Влияние на втория фактор:

$$\Delta N_{(\Delta d_i)} = \frac{\sum Q_1 \times d_1 \times p_0}{100} - \frac{\sum Q_1 \times d_0 \times p_0}{100}$$

3. Влияние на третия фактор:

$$\Delta N_{(\Delta p_i)} = \frac{\sum Q_1 \times d_1 \times p_1}{100} - \frac{\sum Q_1 \times d_1 \times p_0}{100}$$

Резултатите от изчисленията за влиянието на всеки един от посочените фактори са систематизирани в таблица 6.

Таблица 6

Видове изделия	Прираст/намаление на приходите от продажби	В т.ч. в резултат на влиянието на промените в:		
		обема на продукцията	асортиментната структура	цените на изделията
	к.5 – к.2	к.3 – к.2	к.4 – к.3	к.5 – к.4
А	+54000	+79200	-151200	+126000
Б	+26250	+42000	-94500	+78750
В	+97200	+21600	+50400	+25200
Г	+99300	+11100	+116550	-28350
Всичко	+276750	+153900	-78750	+201600

От данните в таблицата се вижда какво е влиянието на всеки един от трите фактора върху увеличението на нетните приходи от продажби с 276 750 лв. – както общо за цялата продукция, така и поотделно за всеки вид изделие. Резултатът за влиянието на първия фактор съвпада с този при анализа по формула (3), само че тук е налице разпределение по видове изделия. А резултатът за влиянието на третия фактор съвпада с този, получен при анализа по формула (5). Влиянието на промените в асортиментната структура при първия аспект на анализа – формула (3) се проявява чрез втория фактор ($\Delta \bar{p}$), а при втория аспект на анализа – по формула (5) – се проявява чрез първия фактор (Δq_i). Тук вече това влияние е разграничено. От таблицата се вижда, че това влияние е отрицателно – нетните приходи от продажби са намалели със 78 750 лв., като при изделия В и Г е положително – увеличение 166 950 лв. (+50 400 +116 550). Същевременно влиянието на фактора при изделия А и Б е отрицателно – намаление 245 700 лв. (-151 200 – 94 500). Конкретното проявление на влиянието на този фактор е илюстрирано в таблица 7.

От данните в таблица 7 ясно се вижда намалението/увеличението на относителните дялове на отделните видове изделия и съответстващото им намаление/увеличение, изразено в натурално изражение, а вследствие на това – влиянието им върху нетните приходи от продажби – както общо (отрицателно влияние), така също и за всяко от четирите вида изделия.

Таблица 7

Видове изделия	Промени в натуралната асортиментна структура		Цена на единица изделие от предходния период, лв.	Увеличение/ намаление на приходите от продажби
	относителен дял (процент)	брой на изделията		
А	-4	-252	600	-151200
Б	-3	-189	500	-94500
В	+2	+126	400	+50400
Г	+5	+315	370	+116550
Всичко	-	-	-	-78750

Анализът и оценката на динамиката на нетните приходи от продажби на продукцията може да се извърши и с относителни величини. За целта може да се използват известните в икономическата теория и практика индекси – индексът на стойността, индексът на цените и индексът на физическия обем на продажбите, и връзката между тях.

Въз основа на таблица 4 могат да се изчислят трите индекса.

1. Индекс на стойността на продажбите (I_w):

$$(11) \quad I_w = \frac{\sum q_1 \times p_1}{\sum q_0 \times p_0} = \frac{3354750}{3078000} = 1,0899 = 108,99 \%$$

Този индекс характеризира динамиката на продадената продукция в стойностно изражение. Той съдържа в себе си съвкупното влияние на промените в количествата на отделните видове изделия и на техните цени.

2. Индекс на цените (I_p):

$$(12) \quad I_p = \frac{\sum q_1 \times p_1}{\sum q_1 \times p_0} = \frac{3354750}{3153150} = 1,0639 = 106,39 \%$$

Величината на този индекс съдържа само влиянието на промените в цените на продукцията.

3. Индекс на физическия обем на продажбите (I_v):

$$(13) \quad I_v = \frac{\sum q_1 \times p_0}{\sum q_0 \times p_0} = \frac{3153150}{3078000} = 1,0244 = 102,44 \%$$

Във величината на този индекс намират отражение само промените в количествата на продадените изделия, но тези промени, както беше вече изяснено по-горе, съдържат в себе си промените и в натуралния обем, и в натуралната асортиментна структура на продукцията, а влиянието на цените е изолирано. Индексът на физическия обем на продажбите може да се определи и чрез използване на връзката между трите индекса.

$$(14) I_v = \frac{\sum q_1 \times p_1}{\sum q_0 \times p_0} : \frac{\sum q_1 \times p_1}{\sum q_1 \times p_0} = \frac{108,99 \%}{106,39 \%} = 102,44 \%$$

За характеризиране на реалната динамика на продажбите може да се изчислява и използва дефлатор. Дефлаторът може да се изчисли чрез формулата:

$$(15) \text{ Дефлатор} = \frac{\sum d_1 \times p_1}{\sum d_0 \times p_0}$$

По данните от таблица 2 може да се изчисли неговата величина:

Видове

изделия	$d_0 \times p_0$	$d_1 \times p_1$
А	$44 \times 600 = 26400$	$40 \times 650 = 26000$
Б	$28 \times 500 = 14000$	$25 \times 550 = 13750$
В	$18 \times 400 = 7200$	$20 \times 420 = 8400$
Г	$10 \times 370 = 3700$	$15 \times 340 = 5100$
	<u>51300</u>	<u>53250</u>

$$\text{Дефлатор} = \frac{53250}{51300} = 1,038$$

От тук може да се определи индексът на реалната динамика на продажбите. За целта индексът на стойността се разделя на дефлатора.

$$\text{Индекс на реалната динамика на продажбите} = \frac{108,99 \%}{1,038} = 105 \%$$

Изчисленият чрез дефлатор индекс, показващ реалната динамика на обема на продадената продукция (105%), се отклонява от изчисления по-горе индекс на физическия обем на продажбите (102,44%). Различието се дължи именно на това, че върху величината на индекса на физическия обем на продажбите (102,44%) оказват влияние и промените в асортиментната структура на продукцията. Това се потвърждава, ако се изчисли индексът на физическия обем при запазване на базисната асортиментна структура ($I_v^{str_0}$), т.е.:

$$(16) I_v^{str_0} = \frac{\sum Q_1 \times d_0 \times p_0}{\sum Q_0 \times d_0 \times p_0}$$

По данните от таблица 5 получаваме:

$$I_v^{str_0} = \frac{3231900}{3078000} = 105 \%$$

Верността на получения резултат може да се провери чрез определяне на индекса на обема на продажбите в натурално изражение:

$$(17) \frac{Q_1}{Q_0} = \frac{\sum q_1}{\sum q_0} = \frac{6300}{6000} = 1,05 = 105 \%$$

Заклучение

Анализът може да се разшири в различни аспекти. Например за характеризиране на динамиката на обема на продажбите за редица последователни (примерно 5 и повече) отчетни периоди/години може да се използва показателят среден темп на динамика. За нуждите на управлението може да бъде създадена подходяща организация на аналитично отчитане на приходите от продажби на продукцията и анализът да се извършва в следните насоки – по клиенти, по пазари, по срокове съгласно сключените договори и др. Интерес представляват, както бе посочено, анализът на влиянието на нетните приходи от продажби върху финансовия резултат; определянето и анализът на рентабилността на продажбите; на ефективността от използването на ресурсите при производството и продажбите на продукцията. Рентабилността на продажбите може да се разглежда и като фактор – да се установява и дава оценка за влиянието ѝ върху рентабилността на база трудови ресурси, на база разходи за жив труд, на база производствени активи и др. Посочените, както и други подобни теми, полезни за одиторите, могат да бъдат обект на изследване в следващи разработки.

Библиографска справка:

1. Чуков, К. „Финансово-стопански анализ на предприятието“, С., „Тракия-М“, 2003 г.
2. Чуков, К. „Анализ на приходите, печалбата и рентабилността (проблеми и решения)“, С., УНСС, 2009 г.
3. Чуков, К. „Финансово-стопански анализ на предприятието“, С., УИ „Стопанство“, 2011 г.
4. Чуков, К. „Една методика за анализ на печалбата от продажби на продукцията“, електронно списание на ИДЕС, бр. 1, 2019 г.
5. Чумаченко, Н. Г. Учет и анализ в промышленном производстве США, Финансы, М., 1971.
6. Шеремет, А. Д., Р. С. Сайфулин, (1996). Методика финансового анализа, ИНФРА, М.
7. J – Y, Eglem, Philips, A C. et C. Rauler, Analyse comptable et financière, Paris, Dunod, 1991.

ANALYSIS OF NET SALES OF PRODUCTION

Prof. Krastyo Chukov, PhD

Accountancy and Analysis Department, UNWE

Keywords:	Summary
<p><i>Analysis</i></p> <p><i>Sales</i></p> <p><i>Revenue</i></p> <p><i>Volume</i></p> <p><i>Product range structure</i></p> <p><i>Prices</i></p> <p><i>Indexes</i></p> <p><i>Deflator</i></p>	<p><i>This publication presents a methodology for analysis of sales of production. Net sales of production play a key and major role in the system of indicators for analysis and evaluation of industrial enterprises' performance. It briefly clarifies the information basis of the analysis. Suggested methodology comprises analysis and evaluation of the impact of the direct factors on the net sales increase/ decrease. In the cases with more than one type of products, two-factor models are presented. In one of them, direct factors comprise the changes of natural volume of production and of average price per unit of product within the whole product range, and in the other one – the changes of quantities and prices of different types of products. The three-factor model comprises changes of natural volume, natural product range structure and prices of different types of products. For the purposes of the analysis, we have also used relative indicators (indexes) – value index, price index and physical sale volume index, and the relationship among them. We further clarify the meaning and substance of deflator, which we use to identify and evaluate the actual dynamics of sales.</i></p> <p><i>The methodology for analysis is explained with appropriate formulas and illustrated by specific numerical example.</i></p>