

Окончание таблицы 1

1	2	3
учредителям — сторонним участникам	84/1	75
Списание нераспределенной прибыли отчетного года (после начисления доходов учредителям) на субсчет 84/2 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) прошлых лет»	84/1	84/2
Использование нераспределенной прибыли прошлых лет:		
на начисление доходов (дивидендов) учредителям	84/2	70,75
на пополнение уставного капитала (фонда) предприятия	84/2	80
на пополнение добавочного капитала (фонда)	84/2	83
на пополнение резервного фонда	84/2	82
Списание непокрытого убытка отчетного года (по окончании года)	84/1	99
Погашение убытков отчетного года:		
за счет целевых взносов учредителей	75	84/1
за счет средств резервного фонда	82	84/1
за счет средств добавочного капитала (фонда)	83	84/1
Списание непокрытого убытка прошлых лет:		
за счет прибыли отчетного года	99	84/2
за счет целевых взносов учредителей	75	84/2
за счет средств резервного фонда	82	84/2
за счет средств специальных фондов	83	84/2

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» от 17 мая 2004 г. № 278-З, с учетом изменений и дополнений от 26.12.2007 г. № 302-З.
2. Закон Республики Беларусь «О налогах на доходы и прибыль» 29.12.2000 № 3-З, в редакции от 29.12.2006 года № 190-З.
3. Постановление Совета Министров республики Беларусь от 29.12.2007 года № 1887 «О вопросах распределения и использования организациями чистой прибыли и расходов на потребление».
4. Инструкция о порядке отражения в бухгалтерском учете и отчетности распределения и использования чистой прибыли и связанных с ее расчетом доходов и расходов организаций в 2007 году, утверждена Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 14 мая 2007 года № 76.
5. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании. Учебно-практическое пособие под ред. д.э.н., профессора Л.И. Кравченко. – Мн.: ФУАинформ, 2008.
6. Бухгалтерский учет. Учебник. Под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Проспект, 2004.
7. Бухгалтерский учет: Теория. Проводки. Регистры. Сквозной пример. Отчетность: Учеб.-практ. пособие. Под общей редакцией Н.И. Ладутько. – Мн.: ФУАинформ, 2007.
8. Дробышевский Н.П. Бухгалтерский учет в строительстве: Учебно-практическое пособие. – Мн.: ООО «ФУАинформ», 2006.
9. Муравицкая Н.К., Лукьяненко Г.И. Бухгалтерский учет. Финансовый учет. Управленческий учет. Финансовая отчетность. – М.: Кнорус, 2005.
10. Федотов А.В. Бухгалтерский учет в торговле: теория и практика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.

**СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ  
В ТОРГОВОМ БИЗНЕСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

С.И. Скриба,  
Н.Н. Скриба

Результативность любой хозяйственной операции, тем более сложных экономических процессов, к числу которых относятся инновации, невозможна без наличия системности в управлении. От момента возникновения идеи до стадии общественного признания инновационный продукт проходит определенный путь, обоснование и рационализация которого способны оказать существенное влияние на темпы и качество инновационного развития. Каждый этап этого пути в контексте системного подхода к управлению представляется в виде последовательной составляющей, входом в которую становятся результаты предыдущих этапов, а выходом — собственно продукция данного этапа, полученная в соответствии с решаемыми в его рамках задачами по достижению поставленной цели. Успешность внедрения инновации в значительной степени определяется степенью беспрепятственности прохождения каждого этапа, особенно на их стыках, что зависит от согласованности усилий всех ответственных служб и заинтересованных сторон. Ключевым инструментом, позволяющим решить данную

задачу во взаимосвязи со стратегией и тактикой хозяйственной деятельности, складывающимися возможностями и условиями среды, является инновационная политика.

Свое реальное воплощение политика субъекта получает через принятый им характер поведения, образ действий, соответствующий определенным принципам, приоритетам и направлениям, которые регулируют процесс достижения поставленных целей. В этой связи отечественная наука заметно активизировала в последние годы исследовательский интерес к проблеме обоснования ключевых ориентиров, концептуально определяющих суть инновационной политики, реализуемой на государственном уровне управления экономикой. Существенный вклад в развитие теоретических основ национальной инновационной системы внесли белорусские ученые-экономисты М.В. Мясникович, П.Г. Никитенко, Л.М. Крюков, В.Ф. Иванов и др., труды которых были использованы при разработке ряда утвержденных на государственном уровне программных документов, предусматривающих перевод национальной экономики в режим интенсивного инновационного развития [1, с. 15]. Тем не менее, важно понимать, что в качестве базового структурного элемента инновационной системы государства всегда выступают отдельные предприятия (субъекты хозяйствования), которые одновременно являются и создателями, и потребителями инновационного продукта. Это обстоятельство значительно актуализирует применение системного подхода к обоснованию и реализации инновационной политики на всех уровнях управления экономикой — макро-, мезо-, уровне отдельных предприятий.

Необходимость и возможные направления решения указанной проблемы с учетом специфики современного состояния отдельных регионов и промышленности республики уже рассматриваются в научных публикациях М. Ковалева, Л. Нехорошевой, И. Михайловой-Станюты, М. Ярмоловича, др. видных ученых. Однако в отношении торгового бизнеса вопросы инновационного развития до сего времени остаются практически не исследованными, что существенно ограничивает потенциал отрасли как на внутреннем, так и на международных рынках.

Учитывая изложенное, цель данной статьи состоит в выявлении тех особенностей, которые формируют содержание и качество инновационной политики в сфере отечественной торговли, а также проблем ее реализации низовыми субъектами торгового бизнеса.

Как инструмент управления деятельностью инновационная политика помогает предприятию реализовать активную позицию по разработке, созданию, внедрению в хозяйственный процесс нововведений для обеспечения конкурентных преимуществ и достижения целей развития. Объективная необходимость в проявлении субъектами рынка инновационной активности и, соответственно, обосновании отвечающей ей политики обусловлена рядом причин как внешнего, так и внутреннего характера. В числе внешних стимулов, побуждающих к инновациям, могут быть названы динамичный характер рыночных условий, изменение форм и методов регулирования экономики, совершенствование потребительских предпочтений и развитие товарных рынков, активизация конкурентов, конъюнктурные колебания на рынках, структурные отраслевые изменения и др. Одновременно инновационная активность мотивирована внутренним стремлением предприятия к повышению своей конкурентоспособности, расширению доли рынка, освоению новых рынков, обеспечению экономической безопасности и финансовой устойчивости, максимизации прибыли в долгосрочной перспективе и, в конечном итоге, повышению своей стоимости. Следовательно, инновация не есть прерогатива и целевая характеристика отдельных избранных отраслей и производств. Это способ существования, необходимый приоритет деятельности всех субъектов хозяйствования, ориентированных на долгосрочную перспективу в условиях рынка, независимо от сферы приложения капитала.

Вместе с тем, целевая направленность деятельности и способы ее реализации в различных сферах общественного воспроизводства необходимо предопределяют характерные для каждой сферы особенности проявления инновационной активности. Так, торговле, которая занимает промежуточное положение между производством и потреблением, не свойственны продуктовые инновации. Однако предприятия отрасли, ориентированные на максимальное удовлетворение потребностей, активно вовлечены в процесс продвижения товаров-новинок в качестве обеспечивающих структур. Кроме того, торговый бизнес является активным инициатором разработки и одновременно потребителем широкого спектра технических решений, направленных на совершенствование процессов купли-продажи. И, наконец, непосредственная связь торговой функции с обменными операциями в качестве важнейшей сферы инновационного развития предприятий позволяет рассматривать технологические новации, направленные на ускорение продвижения продуктовых новинок до потенциального потребителя, а также на предложение последнему новых способов оказания услуг, связанных с реализацией товаров.

По оценкам западных экспертов, ключевые изменения торговой индустрии, которые будут определять ее развитие в ближайшие десятилетия, связаны с распространением двух видов технологий. Во-первых, внедрение и оптимизация клиенто-ориентированных технологических решений, направленных на максимальную автоматизацию процесса покупки. Во-вторых, внедрение решений класса in-store, обеспечивающих автоматизацию многих аспектов операционно-управленческой деятельности [2, с. 69]. Предлагаемый на рынке набор инновационных решений, совершенствующих организацию продаж (технологии идентификации товаров, системы расчетов за товары с помощью электронных платежных инструментов, карманные электронные компьютеры для

персонала и пр.), способствует повышению не только экономического, но и социального эффекта, связанного с более полным удовлетворением спроса, повышением качества обслуживания и обеспечением дополнительной защиты интересов потребителей. Наряду с этим создание корпоративных информационных систем, оснащенных современным программным обеспечением, а также автоматизированных систем информационного обмена с партнерами расширяет и упорядочивает информационные потоки предприятий, способствует формированию единого информационного пространства бизнеса, значительно ускоряет прямые и обратные связи участников обменных операций.

Принципиальную значимость указанным процессам придает тот факт, что торговля долгое время относилась к категории «отстающих» по автоматизации. Ситуация начала кардинально меняться лишь в конце прошлого столетия, когда проявились тенденции активного роста отрасли и у предприятий возникла объективная потребность в поиске весомых конкурентных преимуществ. Одновременно обострение борьбы за удержание и привлечение новых покупателей стимулировало структурную перестройку сферы торговли, появление ее новых организационных форм и способов ведения бизнеса. На современном потребительском рынке широкое распространение получают новые форматы предприятий розничной и оптовой торговли (гипер- и супермаркеты, дискаунтеры, cash & carry, центральные и региональные закупочные центры и склады и т.д.), формируются и выходят на уровень международных отношений сетевые организации, появляются новые бизнес-структуры, в основе которых лежит слияние производственного, торгового, банковского капитала, значительно расширяется пространство электронной коммерции. Все более широкое распространение в торговой практике получают системы управления логистическими цепочками (системы управления снабжением), системы управления взаимодействием с клиентами (системы управления продажами), системы измерения уровня удовлетворенности клиентов (так называемые Программы лояльности). Технологии реализации торговых процессов развиваются в направлении объединения функций продаж и маркетинга. Торговые организации активно внедряют принципы мерчендайзинга, бенчмаркинга, брендинга, категорийного менеджмента, гибкие системы ценообразования, используют механизмы франчайзинга, аутсорсинга и пр.

Обобщая изложенное, в качестве объекта инновационной политики торговых предприятий в современных условиях можно определить, прежде всего, торговые и управленческие технологии, а также формы организации бизнеса, посредством обновления которых реализуется главная цель продаж — установление долговременных отношений с потребителями. В контексте оценки воздействия этих процессов на торговую деятельность инновационными изменениями могут быть охвачены все ее важнейшие функции: реализация потребительской стоимости; доведение товаров из сферы производства в сферу потребления; установление экономических связей между субъектами рыночных отношений; активное влияние на структуру производства; снижение затрат в сфере потребления и повышение качества жизни населения.

Однако несмотря на имеющиеся возможности белорусский торговый бизнес до сего времени не проявляет высокого уровня инновационной активности. Ключевым ориентиром его стратегии по-прежнему остается догоняющее развитие, которое стало объективным следствием кризиса, охватившего национальную экономику в конце прошлого века. При этом большая часть инновационных решений и мер по технической модернизации предприятий иницируется сверху — отраслевыми органами управления и утвержденными на государственном уровне программными документами. Так, в соответствии с принятыми органами государственного управления мерами, направленными на выполнение Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010 г., в действующих торговых предприятиях получает развитие система безналичных расчетов при совершении розничных платежей и увеличивается число установленных платежных терминалов; осваиваются технологии идентификации товаров, в том числе устанавливаются специальные технические средства сканирования, распознавания и обработки информации штрих-кода; автоматизируются расчетно-кассовые операции, внедряются специальные компьютерные системы накопления, хранения, обмена данными о движении товаров и денежных средств. Одновременно отраслевые и государственные структуры активизировали работу по привлечению инвестиций в развитие на отечественном потребительском рынке объектов крупноформатной торговли, системы так называемых «удобных магазинов», расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров первой необходимости, автомагазинов (для обслуживания сельских жителей), а также социально ориентированных магазинов (торгующих по сниженным ценам). В целях расширения возможностей ведения бизнеса с использованием средств электронной коммерции в республике разработан проект государственной мультиплатформенной системы информационного обеспечения товаропроводящих сетей, биржевой торговли и электронных закупок, модернизируется отраслевая информационная система, объединяющая Торговый реестр, Национальный торговый портал, Интернет-сайт Министерства торговли Республики Беларусь и пр. [3, с. 125].

Вместе с тем, современные условия, формирующие инновационные возможности торговой отрасли вообще и отдельных торговых предприятий, носят в республике достаточно противоречивый характер. На фоне тенденций расширения товарного предложения и усложнения потребительских предпочтений, повышения заинтере-

сованности и участия государства в стимулировании инновационных процессов сохраняют свое присутствие многочисленные факторы, существенно ограничивающие как инновационный потенциал, так и инновационную активность субъектов торгового бизнеса. В их числе — низкий уровень развития конкуренции в отрасли, ограниченные производственные мощности большинства торговых объектов, незначительные объемы привлекаемых в торговую сферу инвестиций, практически полное отсутствие у торговых предприятий собственных источников развития инноваций при объективно ухудшающихся условиях кредитования, слабость мотивационного механизма, неспособного остановить процесс вымывания из отрасли высококвалифицированных инициативных специалистов и обеспечить ее персоналом, владеющим передовыми технологиями реализации торговых процессов.

В значительной степени сложившаяся ситуация есть результат длительного негативного воздействия тех условий и ограничений, которые находятся вне сферы компетенции и способности к регулированию со стороны низовых звеньев торгового бизнеса. К ним, в частности, относится слабая стимулирующая функция действующей в стране денежно-кредитной, ценовой, налоговой политики, относительная неразвитость потребительского и товарных рынков, в том числе рынка оборудования и технологий, конкуренции на нем, особенности механизма государственного регулирования торговых процессов, ориентированного исключительно на поддержку отечественного производителя, и пр. Системное взаимодействие заданных параметров среды объективно формирует низкий уровень готовности и восприимчивости торговых предприятий к инновациям. Соответственно, решение проблемы инновационного развития отрасли сегодня следует искать не только на уровне отдельных торговых структур, но и в содержании и качестве того управленческого инструментария, который находится за пределами внутрифирменной инновационной политики.

В настоящее время ключевым документом, определяющим исходные принципы и направления реализации национальной инновационной модели, является Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 гг. Конкретизация ее положений в разрезе целей, задач, приоритетов развития той или иной сферы хозяйствования осуществляется посредством обоснования отраслевой инновационной политики. В ней учитываются объективно складывающиеся возможности и перспективы национальной и отраслевой экономики, национальный интерес получает системное соединение с целями и потребностями бизнеса, что находит отражение в соответствующих программных документах, прописывающих механизм реализации инновационного развития с учетом специфики формирующих отраслевую динамику экономических отношений. Тем более решение этого вопроса актуально для торговой отрасли республики, которая не определена на государственном уровне в качестве приоритетных отраслей реализации инновационной политики и, соответственно, не имеет глубоко проработанных ориентиров инновационного развития, прописанных в государственных программных документах.

Однако до сего времени приоритеты и специфика реализации инновационной политики в сфере торговли отражены лишь в упомянутой ранее Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010 г., которая была принята до разработки и утверждения Государственной программы инновационного развития и преследовала реализацию иных целей. Соответственно, указанный документ не ориентирован на четкое определение тех задач, принципов, приоритетов, направлений и главное — способов их реализации, которые должны отразить суть и обеспечить инновационное развитие отрасли. Ввиду отсутствия глубокого научно-практического обоснования проблем, стоящих сегодня перед торговлей, приоритеты ее инновационной политики не выходят за рамки модели заимствования зарубежных новаций. Но и эти приоритеты носят, главным образом, декларативный характер и достаточно общие формулировки и не опираются на строгую научную оценку внутренних отраслевых особенностей развития, имеющегося экономического и инновационного потенциала, возможностей ресурсной базы, а также влияния на инновационную активность проводимой на макроуровне экономической политики. Одновременно открытыми остаются вопросы, связанные с обоснованием инвестиционных потребностей отрасли, возможных источников и инструментария реализации инновационной политики, определением подходов к созданию соответствующего мотивационного механизма, развитием информационной и финансовой инфраструктуры, отраслевой инновационной системы в целом, способной гарантировать реализацию интересов инновационно-активных торговых предприятий.

Между тем большое количество субъектов рынка, необходимо участвующих в производстве и потреблении инновационного продукта торговой сферы, неизбежно вызывает возникновение многочисленных противоречий, способных существенным образом повлиять на эффективность реализуемой новации. Так, ориентация предприятий в процессе модернизации торговых технологий на покупку бывшей в употреблении импортной техники во многом обусловлена тем, что аналоги отечественного производства существенно уступают ей в части соотношения «качество/цена». Кроме того, белорусские разработчики слабо занимаются дизайном оборудования, который является одним из важнейших звеньев процесса торговли. Не учитывают интересы отрасли (а в ее лице — и покупателей) и другие контрагенты торговых новаций, для которых приоритеты развития торговли в качестве руководства к действию нигде не определены. Практика показывает, что внедрение системы пластико-

вых карт и установка в торговых предприятиях банкоматов еще не обеспечивают ускорения торговых процессов и улучшения качества обслуживания. Соответственно, предусмотренное в Государственной программе развития технической инфраструктуры на 2006–2010 г. широкое использование программно-технических средств и комплексов отечественного производства в системе безналичных расчетов сегодня не опирается на совместную скоординированную работу торгового бизнеса, производственных предприятий и организаций банковского сектора республики.

Проблема согласования интересов возникает и в процессе объединения действующих торговых объектов в новые структуры (торгово-промышленные объединения, сетевые организации), поскольку оно сопровождается формированием новых подходов и схем внутрифирменного управления. Различные организационные формы интеграции капиталов, выработанные современной практикой хозяйствования, не всегда могут стать прогрессивными и бесконфликтными. Большинство из них неизбежно вызывает столкновение интересов сторон по поводу перераспределения прав собственности, разделения функций управления и пр., что не исключает возможности ухудшения показателей деятельности объединившихся субъектов. В этом смысле хаотичный и непоследовательный характер предпринимаемых со стороны разрозненных предприятий действий не только не решит институциональных проблем торговой сферы, но и может даже усугубить имеющиеся в торговле негативные тенденции. Между тем на отраслевом уровне управления вопросы будущего развития сетевого бизнеса, форм и способов его осуществления, а также проведения мониторинга и диагностики реализации отдельных этапов политики объединения до настоящего времени не получили должного научного обоснования.

Без глубоко проработанных программных документов, задающих вектор и механизм реализации отраслевой инновационной политики, остается не решенной и проблема оценки эффективности инноваций, влияния реализуемых инновационных проектов на развитие отрасли в ближайшей и долгосрочной перспективе, а также на повышение уровня ее конкурентоспособности с учетом нарастающих процессов глобализации. Более того, сегодня в отрасли еще нет четко заданных критериев отнесения тех или иных внедрений, осуществляемых торговыми предприятиями, к категории инновационных, а, следовательно, не разработаны и методики строгой классификации видового разнообразия этих инноваций. В этой связи возможность сбора и анализа на отраслевом уровне информации об инновационном развитии предприятий практически отсутствует. Подтверждением этому является тот факт, что официальная статистика приводит данные о технологических инновациях, направлениях и источниках их осуществления исключительно в производственной сфере республики и только частично в сфере услуг, связанных с информационно-вычислительным обслуживанием и связью. Такая ситуация не только не позволяет провести глубокий анализ реализации инновационных процессов в торговле, но и существенно ограничивает возможности внутриотраслевого обмена опытом и изучения практики внедрения пионерных технологий реализации торговых процессов.

Серьезную управленческую проблему, которая требует разрешения на отраслевом уровне, составляет и отсутствие методического обеспечения экономического анализа инновационных процессов в торговле. В контексте системного подхода к разработке и реализации инновационной политики аналитический инструментарий помогает заранее выявить негативные моменты и новые возможности в хозяйственной деятельности, «узкие» места в реализации инновационных проектов, определить резервы повышения уровня инновационной активности, эффективности инновационных процессов и устойчивости функционирования. Соответственно, аналитическая составляющая инновационной политики должна быть представлена методическим аппаратом, посредством которого будет получена исчерпывающая и достоверная информация о различных сторонах инновационной деятельности. Основу создания такого аппарата, на наш взгляд, формируют четыре ключевые методики: оценки инновационной активности, оценки инновационного потенциала, оценки инновационного риска и оценки эффективности инноваций. При этом разработка каждой методики является достаточно трудоемким процессом, требующим глубоких обоснований и учета проблемы неоднозначной содержательной интерпретации полученных аналитических параметров разными заинтересованными сторонами.

К настоящему времени названный методический инструментарий в практике торговой деятельности не только не применяется, но и не определен концептуально в качестве необходимого фундамента проведения анализа, ни в одном отраслевом программном документе. Это существенно ограничивает возможности принятия обоснованных решений по всему спектру рассматриваемых в процессе формирования и реализации инновационной политики задач — как на отраслевом уровне, так и на уровне управления каждой торговой организацией.

Таким образом, формирование и развитие инновационной политики в сфере торговли представляется весьма сложным процессом, проблемы реализации которого выходят за пределы устремлений и компетенций отдельных торговых предприятий и требуют системного их охвата со стороны всех уровней управления торговым бизнесом, а также согласованного участия широкого спектра вовлеченных в его инновационную деятельность сторон, представляющих производственный, финансовый, потребительский и другие секторы экономики. Современная инновационная политика, реализуемая на уровне торговой отрасли, еще не может быть признана

тем научно обоснованным инструментом управления, который призван координировать и стимулировать инновационное развитие низовых субъектов хозяйствования. Инновационная активность торговли не получила к настоящему времени характера системно развивающегося, основанного на комплексе взаимосвязанных мероприятий процесса и проявляется, главным образом, через эпизодическую реализацию отдельных целевых проектов (в том числе опирающихся на привлечение административного ресурса). Это обстоятельство не позволяет сформировать видение перспектив инновационного развития и понимание своей роли в этом процессе на уровне широкого спектра «рядовых» представителей торгового бизнеса и всех других субъектов рынка, в той или иной мере определяющих инновационную активность торговой сферы. А значит, торговые предприятия республики сегодня еще лишены того фундамента, на основе которого они могут разрабатывать собственную внутрифирменную инновационную политику.

*СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*

1. Крюков Л.М. Институциональное обеспечение инновационного развития экономики Беларуси: проблемы и пути их решения // Белорусский экономический журнал. – 2007. – № 3. – С. 15–22.
2. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / Под ред. проф. С.В. Пирогова. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 684 с.
3. Иванков, А.И. Внутренняя торговля Республики Беларусь: современное состояние, проблемы и перспективы развития // Республика Беларусь: инновационная экономика — конкурентоспособность — безопасность: Сборник докладов XIV Белорусского конгресса по телекоммуникациям, информационным и банковским технологиям «ТИБО–2007» / Под ред. Е.П. Сапелкина. – Мн.: ГУ «БелИСА», 2007. – С. 122–127.

## ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*А.Л. Бавдей, канд. экон. наук, доцент БГЭУ;  
Т.Л. Кравченко, канд. экон. наук, доцент БГЭУ*

Инновационный путь социально-экономического развития страны предполагает решение многих проблем, важнейшей из которых является экологическая. Переход на международные стандарты финансовой отчетности и интегрирования бухгалтерского учета в международное экономическое пространство требует развития теории и практики бухгалтерского учета природоохранных затрат, как информационной базы совершенствования экономического механизма природопользования не только каждой организации, но и страны в целом.

В настоящее время действующая методика учета и калькулирования себестоимости продукции на промышленных предприятиях не предусматривает системного учета экологических затрат, в результате чего они учитываются с недостаточной точностью.

По виду расходов деятельность по сокращению загрязнения окружающей среды складывается из затрат, осуществляемых в порядке капитальных вложений и текущих затрат, включаемых в себестоимость выпускаемой продукции.

К затратам капитального характера относятся инвестиции по обновлению, реконструкции, замене и расширению объектов природоохранного назначения.

Объектами природоохранного назначения являются системы по очистке, нейтрализации, обезвреживанию выбросов в атмосферу от загрязняющих веществ, сооружения, предназначенные для сбора, транспортировки и очистке сточных вод, установки и сооружения, предназначенные для сбора, переработки, утилизации отходов производства и т.п.

При условии соответствия требованиям, предъявленным п. 2 «Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств», такие объекты учитываются в составе этих средств. Они поступают в организацию посредством капитальных вложений, учет которых ведется на счете 08 «Вложения во внеоборотные средства». По дебету счета отражаются затраты по приобретению объекта, по кредиту фактическая себестоимость готовых объектов, принятых в эксплуатацию.

На организацию учета капитальных вложений в природоохранную деятельность существенное влияние оказывает способ производства строительных работ. Строительно-монтажные работы объектов природоохранного назначения могут выполняться подрядным или хозяйственным способами. Строительство сложных объектов такого рода, в основном, осуществляют специализированные организации на договорных условиях (подрядный способ).

В бухгалтерском учете данные операции отражаются следующей корреспонденцией счетов:

- 1) Дт. сч. 08 «Вложения во внеоборотные активы», субсчет 3 «Строительство и создание объектов основных средств»;