

чения, пыль уноса ряда промышленных предприятий [5, 6]. Один из компонентов бинарного наполнителя является малоактивным, его роль состоит в основном в кольматации порового пространства материала; второй компонент – наноразмерный и химически активный – способствует образованию новых кристаллических соединений, упрочняющих стенки пор и формирующих каркас материала. Это не исключает введения комплексной органо-минеральной добавки. Экспериментальные данные показали, что создание таких наполненных цементосодержащих материалов позволяет существенно повысить долговечность за счет снижения открытой пористости, увеличения центров сцепления между компонентами смесей, а также за счет возникновения новых кристаллических соединений – упрочнителей стенок пор [1–6]. Будущее наполненных смесей – за применением специальных видов материалов, среди которых, в частности, особо легкие пенобетоны, тампонажные растворы, гидротехнические бетоны, неавтоклавные изделия и т.д. [1–7]. Кроме того, вовлечение отходов в практику строительного производства является приемом существенной экономии природных ресурсов и в то же время улучшения экологической обстановки в промышленно развитых регионах. Публикация подготовлена в рамках выполнения

государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации высшим учебным заведениям и научным организациям в сфере научной деятельности (проект № 1555: Теоретические и практические аспекты управления качеством материалов общестроительно-го и специального назначения).

Список литературы

1. Korenkova S.F., Sidorenko Y.V. Improving durability of cement composite materials. // Procedia Engineering. – 2015. – Т. 111. – P. 420–424. Av. at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.proeng.2015.07.110>.
2. Korenkova S.F., Sidorenko Y.V. Application of non-ferrous metallurgy's wastes in the binder compositions and concretes for special uses. // European Journal Of Natural History. – 2015. – № 3. – Pp. 38 – 39. Av. at: http://world-science.ru/euro/pdf/2015/2015_03.pdf.
3. Korenkova S.F., Sidorenko Y.V. The quality management of cementitious building and special materials on the basis of nanotechnogenic raw products. // Наука и технологии. – 2015. – № 2. – С. 6–15.
4. Коренькова С.Ф., Сидоренко Ю.В. К вопросу о долговечности цементосодержащих материалов на основе техногенного сырья. // Научное обозрение. – 2015. – № 12. – С. 124–127.
5. Коренькова С.Ф., Сидоренко Ю.В. Рассмотрение условий образования шламовых отходов как продукта зольгель технологии. // Научное обозрение. – 2015. – № 10 (1). – С. 136–138.
6. Коренькова С.Ф., Сидоренко Ю.В. Реорганизация порового пространства цементного камня введением двухкомпонентного наполнителя. // Научное обозрение. – 2015. – № 9. – С. 128–130.
7. Сидоренко Ю.В., Коренькова С.Ф. Неавтоклавные силикатные материалы в строительстве. // Научное обозрение. – 2015. – № 13. – С. 111–114.

**«Управление производством. Учет, анализ, финансы»,
Лондон (Великобритания), 17–24 октября 2015 г.**

Экономические науки

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Алибекова Б.А., Таштанова Н.Н.

*Евразийский национальный университет
им. Л.Н. Гумилева, Астана, e-mail: alibekova57@mail.ru*

Удивительная природа, славная история и самобытная культура Казахстана все больше привлекает туристов, как из ближнего, так и дальнего зарубежья. В настоящее время, с учетом туристского потенциала нашей страны, туризм определен приоритетной отраслью экономики республики.

В современной экономике Казахстана туризм представляет собой целую отрасль экономики, охватывающий как предоставление туристских услуг, так и создание туристского продукта, его продвижение и реализацию на внутреннем и международном рынках. Так, по данным за январь-сентябрь 2013 года из 1705 туристских фирм 1163 (68,2%) занимались турагентской, 471 (27,6%) – туроператорской и 71 (4,2%) – прочей туристской деятельностью [1]. Следует отметить стабильную тенденцию роста

указанных субъектов деятельности. Так, если в 2009 году в Казахстане функционировало 1227 фирм, то в 2013 году их численность почти удвоилась и достигла 2189 единиц [2].

Динамика развития туристской отрасли характеризуется устойчивым ростом показателей индустрии туризма. Рассмотрим это на примере развития мест размещения. Так, общее количество мест размещения в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилось на 22,5% и составило 2056 единиц с единовременной вместимостью 109,1 тысяч койко-мест. За этот же период число обслуженных посетителей в целом увеличилось на 15,2% и достигло 3808,9 тысяч человек. При этом, въездной туризм вырос на 15,9% и составил 679,0 тысяч человек, а объем внутреннего туризма вырос на 15,0% и составил 3129,9 тысяч человек [3;4].

Наибольшее развитие внутреннего туризма отмечается в городах Астане, Алматы, Восточно-Казахстанской, Карагандинской, Алматинской и Акмолинской областях. Наиболее посещаемые туристами Казахстана страны: Россия, Кыргызстан, Узбекистан, Китай, Турция, ОАЭ. Нашу

республику чаще всего посещают граждане Узбекистана, России, Кыргызстана, Китая, Турции, Германии.

Особенно активно развивается туризм в столице республики – Астане. Расширению услуг в сфере туризма и максимальному приближению их к имеющемуся спросу положительно влияют изменения, произошедшие за последние годы в социально-экономической жизни Астаны. Ожидается, что ускоренный импульс развитию туризма в столице придадут подготовка и проведение в 2017 году специализированной международной выставки ЭКСПО-2017 «Энергия будущего».

Создание современной индустрии туризма невозможно без четкой организации бухгалтерского учета, являющегося важнейшим источником информации для принятия управленческих решений. В настоящее время бухгалтерам, работающим в сфере туризма, приходится очень сложно, так как в республике отсутствуют инструктивные и методические документы по ведению учета в данной отрасли. Поэтому им приходится в первую очередь полагаться на свой опыт и профессиональные суждения, которые предполагают Международные стандарты бухгалтерского учета.

Следует отметить, что подходы к организации бухгалтерского учета, как в целом организация деятельности в сфере туризма, во многом предопределяются его особенностями. Основная специфика сферы туризма состоит в том, что ее влияние на экономику страны происходит через спрос и потребление со стороны туристов. Согласно закона «О туристской деятельности в Республике Казахстан» турист – это физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания на период от двадцати четырех часов до одного года и осуществляющее не менее одной ночевки в ней (в нем) в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью [5]. При этом, не товар и не услуга доставляется туристу, а сам турист прибывает к месту, где производится и потребляется услуга. Оплачивая услуги, турист рассчитывает получить впечатление от посещения объектов туристского показа, исторических достопримечательностей, социально-культурных, оздоровительных и других объектов.

Одним из важных отличительных особенностью туристской деятельности является их деление на туристскую операторскую деятельность (туроператорская деятельность) и туристскую агентскую деятельность (турагентскую деятельность). Каждая из этих видов деятельности имеет свою специфику. Так, туроператорская деятельность это предпринимательская деятельность физических и юридических лиц, имеющих лицензию на данный вид деятельности, по формированию, продвижению и реали-

зации своих туристских продуктов туристским агентам и туристам. Кроме того, туроператоры могут заниматься продвижением реализацией туристского продукта, сформированного нерезидентом Республики Казахстан. Как видим, туроператорская фирма (туроператор) – это туристская оптовая фирма, выступающая посредником между предприятиями туристской индустрии и турагентами. Туроператор предлагает пакет услуг, который обычно оформляется путевкой и реализуется конечному потребителю – туристу.

В свою очередь, турагентская деятельность это предпринимательская деятельность физических или юридических лиц, имеющих лицензию на данный вид деятельности, по продвижению и реализации туристского продукта, сформированного туроператором.

Отсюда, турагент – это розничная фирма, выступающая посредником между туроператорскими фирмами или обслуживающими предприятиями, с одной стороны, и клиентами-туристами с другой стороны. Турагентство либо реализует туры, предлагаемые туроператорскими фирмами, либо занимается предоставлением отдельных видов услуг индивидуальным туристам или группам лиц, устанавливая непосредственные связи с транспортными организациями, гостиничными предприятиями, экскурсионными бюро.

Бухгалтерский учет в туроператорских фирмах осуществляет учет себестоимости, формирующих себестоимость турпродуктов и одновременно формирует цену тура. Учет затрат по формированию туристского продукта по существу представляет собой обычную схему организации учета предприятия, реализующего продукцию собственного производства. При этом продукцией собственного производства является туристская услуга в виде сформированного тура, реализуемого туристу в виде туристской путевки или ваучера. Тогда как, в турагентской деятельности бухгалтерия организует учет продвижения и реализации турпродуктов в двух направлениях, как торговля и как посредническую деятельность, в зависимости от того какая из них применяется на данной фирме.

Другая отличительная черта – сложная структура туристского продукта, формируемого туроператорами и территориальная разобщенность комплекса входящих в него услуг. Формируемый турпродукт представляет собой совокупность связанных между собой различных туристских услуг. Она включает услуги по удовлетворению потребности туриста, предоставляемые как в период его путешествия, так и в связи с этим путешествием: размещение, перевозка, питание, экскурсии, а также услуги инструкторов, гидов и другие услуги, которые предоставляются туристам, в зависимости от целей поездки.

Поэтому, в процессе организации туров туроператор устанавливает связи с организациями размещения, питания, транспорта, а также, в зависимости от характера тура, с экскурсионными бюро и другими учреждениями, выступая, как оптовый покупатель туристских услуг.

Туры, как правило, продаются за несколько месяцев до начала отдыха, что нужно принимать во внимание при организации бухгалтерского учета, формировании маркетинговой и ценовой политики турфирмы. Например, вводится специальное предложение по дополнительному страхованию туристов, купивших турпакет, от инфляции, плохой погоды и т.д. Эта система применяется только до определенного времени. Турфирмы предоставляют скидку со стоимости тура, если турист, забронировавший тур, оставляет за фирмой право самостоятельно выбора одной из трех дат своего отправления и одного из трех пунктов отдыха.

Существенное влияние на сферу туристских услуг оказывает сезонное колебание спроса, что требует разработки и применения особой политики учета доходов и расходов в межсезонные периоды отчетного года. Как известно, пик продаж в значительной мере зависит от избранного туристом вида туризма: для пляжного туризма наибольший пик достигается летом, для религиозного – в дни соответствующих праздников и т.д.

Проведенные нами исследования показывают, что в настоящее время наибольшую долю (более 80%) в общем объеме выполненных работ и услуг турфирмами занимает реализация путевок. В связи с этим, не рассматривая весь комплекс вопросов по организации учета в туристских фирмах, ограничимся вопросами организации учета туристских продуктов. Изучение специальной и научной литературы показывает, что реализация туристских продуктов турагентами может осуществляться в двух вариантах [6].

При первом варианте турагент приобретает путевки у туроператоров и перепродает; при втором – принимает путевки на комиссию. Другими словами, при первом варианте турагент реализует путевки как товары, так как в бухгалтерском учете к категории «товаров» относятся готовую продукцию других организаций, закупленные с целью перепродажи и получения дохода. Поэтому, в данном случае туристская фирма – турагент осуществляет свою деятельность не в сфере услуг, а в сфере торговли. Туристская путевка приобретает статус «товара», которая реализуется с торговой наценкой. При этом имеет место перехода права собственности на турпродукты, и они отражаются у турагента в составе активов.

Поступление турпродукта от туроператора отражается в дебете счета 1330 «Товары», субсчет «Турпутевки приобретенные» и кредите счета 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам». Реали-

зация данной путевки с наценкой туристам найдется отражение в дебете счетов подраздела 1000 «Денежные средства» или счета 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» и кредите счета 6010 «Доход от реализации турпутевки». Одновременно покупная стоимость приобретенной путевки списывается на дебет счета 7010 «Себестоимость реализованной турпутевки» с кредите счета 1330 «Товары» субсчет «Турпутевки приобретенные». В конце отчетного периода рабочие счета 6010 «Доход от реализации турпутевки» и 7010 «Себестоимость реализованной турпутевки» закрываются. Доходы списываются на увеличение итоговой прибыли турфирмы-турагента, а расходы – на уменьшение итоговой прибыли турагента следующими записями:

Дебет 6010 «Доход от реализации турпутевки»

Кредит 5610 «Итоговая прибыль (итоговый убыток)»

Дебет 5610 «Итоговая прибыль (итоговый убыток)»

Кредит 7010 «Себестоимость реализованной турпутевки».

Как видим, учет у турагентов при данном варианте можно вести аналогично организациям оптовой торговли или организациям, занимающихся реализацией товаров с целью перепродажи.

По второму варианту, туристская фирма-турагент продает туристскую путевку другой фирме или туристу, не являясь ее владельцем, и получает прибыль в виде комиссионного вознаграждения. Иначе говоря, турагент осуществляет операции по реализации турпутевок на условиях консигнации, выступая в роли консигнатора.

В целях полной продажи туристских продуктов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпродукт по фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпродукта. При этом право собственности на путевки к турагенту не переходит. Реализуемые турагентом турпродукты не являются его собственностью и отражаются на забалансовом счете «Турпродукт, принятый на консигнацию».

При принятии турагентом-консигнатором от туроператора турпутевки на основе договора выполняется бухгалтерская запись по дебету забалансового счета «Турпродукт принятый на консигнацию», например, 10 путевок по 25000 тенге на общую сумму 250000 тенге. Допустим, согласно договора турагенту от реализованных сумм путевок выплачиваются вознаграждение в размере 10% т.е. 25000 тенге.

При реализации путевок поступление денег отражается в дебете счетов подраздела 1000 «Денежные средства» и кредите счета 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» – 250000 тенге.

Затем консигнатор определяет сумму дохода согласно договора ($25000 - 25000 \cdot 12/112 = 22321$ тенге) и это отразится записью в дебете 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» и кредите 6010 «Доход от реализации приобретенных путевок» (запись без НДС) и на сумму НДС в дебете 1210 ««Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков»» и 3130 «НДС» -2679 тенге (12% от 22321 тенге).

Сумма, подлежащая выдаче туроператору-консигнанту составит 225000 тенге (250000-22321-2679). Эту операцию следует отразить в дебете счета 1210 ««Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков»» и кредите счета 3390 «Прочая кредиторская задолженность». При перечислении или выдаче, с кассы данной суммы отражается запись в дебете счета 3390 «Прочая кредиторская задолженность» и кредита счета 1010 «Денежные средства в кассе» или счета 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах».

Турагент после реализации турпутевок производит их списание с кредита забалансового счета «Турпродукт, принятый на консигнацию».

Сумма, которую турагент получает от продажи путевки, является выручкой туроператора. Выручка турагента – это только комиссионное вознаграждение.

Документом, подтверждающим выполнение договора посредником, по нашему мнению, является акт выполненных работ (оказанных услуг). При этом следует отметить, что установленной формы акта нет и поэтому, стороны должны разработать ее самостоятельно. В акте кроме обязательных реквизитов, должна содержаться

информация о выполнении поручения посредником, о величине его вознаграждения и о затратах, которые должен возместить контрагент. Порядок и сроки представления акта посредником устанавливаются сторонами в договоре.

Изучив учет туристской деятельности в Казахстане, следует сделать вывод, что туроператоры и турагенты работают совместно как субъекты туристского рынка, если туроператор занимается созданием турпродуктов, то турагенты способствуют их продвижениям и реализации. Но в то же время следует отметить, что в Казахстане мелкие и средние туристские фирмы в основном выполняет роль турагента. Формированием турпродуктов занимаются крупные турфирмы, т.е. число турагентов опережает числа туроператоров. Это является закономерным явлением для туристского бизнеса.

Список литературы

1. Развитие туризма и гостиничного хозяйства в Республике Казахстан за январь-сентябрь 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stat.gov.kz> Дата доступа: 30.09.2015.
2. Туризм Казахстана 2009-2013. Статистический сборник. Агентство Республики Казахстан по статистике. – Астана, 2014. – С. 6.
3. Казахстан сегодня. Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. – Астана, 2014. – С. 41.
4. Казахстан сегодня. Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. – Астана, 2015. – С. 42.
5. Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-ІІ «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.12.2014 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://online.zakon.kz/document/?doc_id=1023618. Дата доступа: 30.09.2015.
6. Алибекова Б.А., Таштанова Н.Н. Бухгалтерский учет в туризме. – Астана: Сарыарка, 2012. – С. 232.

«Природопользование и охрана окружающей среды», Франция (ПАРИЖ), 18–25 октября 2015 г.

Биологические науки

ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕНТОКСИЧНОСТИ ПОЧВ ЗОН ПОТЕНЦИАЛЬНОГО РИСКА РАДИАЦИОННОГО ПОРАЖЕНИЯ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Шиманская Е.И., Шерстнев А.К.,
Шерстнева И.Я., Богачев С.И., Шиманский
А.Е., Козлова М.Ю., Попова З.Г.

Академия биологии и биотехнологии
им. Д.И. Иванова ЮФУ, Ростов-на-Дону,
e-mail: shimamed@yandex.ru

Проблема генетической безопасности приобретает все большую значимость в связи с усиливающимся загрязнением окружающей среды и возрастающей частотой онкологических заболеваний (Шиманская, 2013, Тарасов 2014). Спектр химических веществ и физиче-

ских факторов, влияющих на человека и другие организмы, с каждым годом увеличивается. В результате аварий, приводящих к повышению радиационного фона на больших территориях, существует угроза для генетической безопасности большей части населения. Ростовская АЭС является объектом экологического риска в Ростовской области (Бураева 2013). Многообразные загрязняющие вещества, попадая в окружающую среду, могут претерпевать в ней различные превращения, усиливая при этом свое токсическое действие. По этой причине оказались необходимыми методы интегральной оценки качества среды (воды, почвы, воздуха).

В данной работе была дана оценка генотоксичности почвы реперных (контрольных) участков 30 км зоны наблюдения Ростовской