

жылды Халықаралық орман жылы деп жариялады. Республикамыздың орман шаруашылығы саласы да осы негізде дамуды басшылыққа алып, нарықтық ортада жүргізіле бастады. Бірақ республикамызда нарықтық жағдайда орман шаруашылығын жүргізу тәжірибесі әлі жетімсіздеу. Қазақстанның орман шаруашылығы тұрақты даму сатысына әлі көтеріле қойған жоқ. Сондықтан біздің елге әлемдік орман шаруашылығын жүргізу тәжірибелері өте қажет. Олар ұлттық орман саясатын ұтымды құрып, орман шаруашылығы саласының басым бағыттарын дұрыс таңдауға көмектеседі.

1. ҚР Орман кодексі. - Алматы, 2011. - 100б.

2. Қазақстан республикасының 2011 жылғы жер жағдайы және оны пайдалану туралы жиынтық талдамалы есебі. - Астана, 2012. – 250 б.

Мақалада Қазақстан Республикасы орман шаруашылығының қазіргі жағдайы туралы статистикалық мәліметтер келтірілген.

В статье приведены статистические данные о современном состоянии лесного хозяйства Республики Казахстана.

The article highlights the issues concerning the existing conditions of the forestry in the Republic of Kazakh.

ӨОЖ 631.15 (075.8)

ЖЕР РЕСУРСТАРЫН НАРЫҚТА СЕГМЕНТТЕУ

SEGMENTATION OF LAND RESOURCES IN THE MARKET

Абылқасымова К. М., Балқожа М. А ., Бектұрғанова А. Е
K. M. Abilkasymova, M. A. Balkozha, A. E. Bekturganova

Қазақ ұлттық аграрлық университет

Кілт сөздер: жердің нарықтық ерекшеліктері, жер ресурстарын ұтымды пайдалану.

Жер ресурстарын нарықта сегменттеу – маркетингтің тиімді құралдарының бірі. Ол кәсіпорын ресурстарын ұтымды пайдалануға негізделеді және тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында жүргізіледі.

Нарықты сегменттеу фирма үшін маңызды стратегиялық іс-әрекет болып табылады. Себебі ол фирманың әрекет ету шеңберін және нарықта табысқа жету үшін қажетті өзгермелілерді анықтауға мүмкіндік береді.

Нарықты сегменттеу мыналарға:

- сатып алушылардың тауарларға деген қажеттіліктерін қанағаттандыруға;
- кәсіпорынның тауарларды шығару және өткізу шығындарын оңтайландыруға;
- маркетингтің тиімді стратегиялық бағдарламасын жасап шығаруға;
- сатып алушылардың мінез құлқы туралы ақпараттарға сүйене отырып шешім қабылдауға;
- кәсіпорын және оның тауарларының бәсекедегі артықшылықтарын көбейтуге мүмкіндік береді.

Нарықты сегменттеу әр қилы белгілер мен факторларды есепке алу арқылы іске асырылуы қажет. Тұтыну тауарлары нарығын сегменттеу мынадай негізгі белгілер бойынша жүргізіледі: географиялық, демографиялық, мінез-құлықтық, әлеуметтік-психологиялық [1].

Географиялық белгілері қалалардың, облыстардың және аудандардың айрықша сипаттамаларын білуге мүмкіндік береді. Географиялық белгілерге: ауданның орналасқан жері, көлікпен қамтамасыз етілуі, халық саны мен орналасу тығыздығы, аймақтардың экономикалық даму дейгейі, нарық инфрақұрылымы мен бәсеке дейгейі. Фирмалар сегменттеу жүргізгенде, Қазақстан аймақтарындағы климаттық ерекшеліктерді есепке алуы тиіс. Мысалы, Солтүстік пен Орталық Қазақстандағы қыс мерзімінде ұзаққа созылатын қатты аяз болса, Қазақстанның Оңтүстік және Оңтүстік-Батыс өңірінде ол қысқа әрі анда-сонда болады. Аймақтардың экономикалық және әлеуметтік даму жағдайы өндірістің тұрақтылығымен, құлдырауымен немесе өсуімен сипатталады.

Демографиялық белгі мен оның көрсеткіштері де сегменттеу негізі ретінде қолданылады. Тұтыну тауарлары нарығын зерттеп, саралауда қолданылатын маңызды өзгермелілер: адам жасы, жынысы, отбасындағы адам саны, табыс деңгейі, білім деңгейі, діні мен ұлты.

Мінез – құлықтық белгілерде пайда бойынша сегменттеу адамдардың құндылықтар жүйесіндегі айырмашылықтарына негізделеді.

Әлеуметтік – психологиялық белгіге жататындар әлеуметтік тап, өмір сүру салты, жеке тұлға түрі. Автомобиль, киім, жылжымайтын мүлік, көне құнды заттар, картиналар, кітаптар мен сауда жасау, ресторандар мен саяхат нарықтарын сегменттеуде бұл факторлар өте маңызды. Адам өзінің мәртебесі мен қоғамдағы орнын көрсететін тауарларды таңдауға жиі тоқталады.

Жер телімі, сонымен қатар жылжымайтын мүліктер, нарықта негізінен - кейбір ерекше қасиеттеріне тән, жеке алғанда: бағаның маусымдық ауытқулары, тәуелділіктің артықшылығы, инфрақұрылымның тұрған орны, дамытуы және экологиялық шарттарынан үлкен дифференция, сатып алушылардың экономикалық мүмкіндіктері бойынша нарықты саралау тағы басқалар 1–кестеде жердің нарықтық ерекшеліктері қаралады [2].

Жердің нарықтық ерекшеліктері

1- кесте

Классификацияның белгісі	Жер нарықтарының түрлері
Топырақтардың дәрежесі	-Ауылшаруашылық алқаптар -қалалық және тұрғын-үй құрылысы -гараж құрылысы
Бөлімшенің өлшемі	-ірі массивті жер телімі -майда жер телімдері
Аймақтық қамту	-жергілікті және қалалық -аймақтық және ұлттық -халықаралық
Бәсекелестікті шектеудегі дәреже	-олигополистіялық -монополистілік
Мәмілелердің түрі	- Алғашқы, екіншісі -Бөлімшелердің сауда-саттықтары -Жер
Тұрған орыны	-Алматы қ. -Алматы ауданы

	- жол шектеріндегі айналыс -10 км, 25 км және тағы басқаларға Алматы қашықтық.
Жеке меншік түрі	- азаматтар, заңды тұлғалар -Мемлекеттік және муниципалдық
Нарықтың түрі	-Жекешелендірулер ұйымдастырылған - биржалық, процесте -Ұйымдаспаған - сатып алушылар, тағы басқалар.

Жер және нарыққа қатысушылар - коммерциялық ұйымдар және кәсіпкерлер.

Сегменттеуді белгілеу - бұл бойынша нарық сегменттерінің ерекшеленуі іске асатын фактор.

Мақсаттардың сегменттеулеріне байланысты жер телімдерінің физикалық және заңды тұлғалардың сатып алушы мінез-құлық сипаттайтын параметрі, коммерциялық тұлғалардың экономикалық көрсеткіші, жер телімдерінің параметрі, коммерциялық ұйымдардың экономикалық көрсеткіш белгілері ретінде факторларды пайдалана алады. Дәл қазір риелторлық фирмалар көптік сегменттерді қолданады, яғни бірнеше белгілер бойынша сегменттеу (сегменттеудің көп факторлы үлгісі) [3].

1.Волков С.Н-Экономика землеустройства. Учебник.-М.:Колос ,1996.

2.Волков С.И., Воскоян Р. С. Товарные знаки в условиях рыночной экономики. М: Путь, 1991.

3.Джангарашева Н.В. Диагностика свременного состояния и мониторинг динамики изменений продовольственного рынка // Вестн. Кыргызст. Гос.ун-та им . И. Арабаева.-Бишкек, 2006.-277с.

Жер ресурстарын нарықта сегменттеу - кәсіпорын ресурстарын ұтымды пайдалануға негізделеді және тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында жүргізіледі.

В зависимости от целей сегментирования в качестве признаков могут быть использованы факторы, характеризующие покупательное поведение физических и юридических лиц, параметры земельных участков, экономические показатели коммерческих организаций.

Depending on the purposes of segmentation as signs the factors characterizing purchasing behavior of physical and legal entities, parameters of the land lots, economic indicators of the commercial organizations can be used.

ТУРАҚАНАТТЫЛАРДЫҢ (ORTHOPTERA) ТІРШІЛІК ФОРМАЛАРЫ МЕН
ӘР ТҮРЛІ БИОТОПТАРДАҒЫ ЗИЯНДЫЛЫҒЫ

ORTHOPTERAN INSECTS' LIFE FORMS AND THEIR HARMFUL
HABITAT FEATURES

Ақмоллаева А. С., Идрисова А. Е. Маусымбаева А. М
A. S. Aknullaeva, A. E. Idrisova, A. M. Mausumbaeva

І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті, Талдықорған қаласы.

Аннотация. Талдықорған қаласы, Ескелді ауданы және Текелі қаласы бойынша маршруттық зерттеу жүргізілді. Зерттеу нәтижелері бойынша турақанаттылардың мекендеу және қоректену ерекшеліктеріне байланысты 8 тіршілік түрлері анықталды. Талдау нәтижесінде астық тұқымдасты хортобионтқа шегірткелердің (19 түрі), факультативті хортобионтқа (10 түрі), эремобионтқа (4 түрі), маманданған фитофил және герпетобионтқа (2 түрі), шөптесін хортобионтқа, петробионт, қорғаныш геофилге бір түрден жатқызылды.

Турақанаттылардың тіршілік түрлері негізінен әр түрлі биотоптарда түрлердің мекендеуіне, олардың өсімдіктермен қоректенуіне, маусымдық дамуына байланысты, сонымен қатар көптеген ғалымдар түрлердің таралу кезіндегі морфологиялық, биологиялық және физиологиялық ерекшеліктеріне қарай әр түрлі болатынын дәлелдеген [1,2]. Ф. Н. Правдин [3] зерттеуі бойынша Орталық Азияда кездесетін саяқ шегірткелердің 12 түрлі тіршілік түрлері анықталған: тамнобионтты, микротамнобионтты, шөптесін хортобионтты, астық тұқымдасты хортобионтты, қияқөленді-астық тұқымдасты хортобионтты, факультативті хортобионтты, маманданған фитофил, қорғаныш геофилі, герпетобионтты, эремобионтты, пссаммобионтты және петробионтты бөлінді.

Талдықорған қаласы бойынша Өтенай, Еркін; Ескелді аудандарынан Бақтыбай, Ақынсара, Қоңыр, Алдаберген, Қарабұлақ, Көкжазық ауыл округтерінен және Текелі қаласында маршруттық зерттеу жұмыстары жүргізілді. Бұл аймақтарда турақанаттылардың мекендеу және кездесу жиілігіне қарай тәжірибе жүзінде толығымен қамтылды. Шегірткелер көбінесе шалғынды астық тұқымдасты-аралас шөптер, егін маңындағы аралас шөптерде және жайылымдықтарда басым түрде кездесті. Дәнді дақылдар ішінен жаздық бидай, күздік бидай, арпа, жүгері алқаптарындағы зиянкестердің түр құрамдары анықталды.

Зерттеу нәтижелері бойынша аймақтарында кездескен турақанаттылардың мекендеу және кездесу ерекшеліктеріне қарай 13 типтік биотоптарға бөлдік: 1-жайылымдық (22 түрі, 10-ы зиянды); 2-шабындық (8 түрі, 3-і зиянды); 3-еркекшөп (16 түрі, 10-ы зиянды); 4-көпжылдық шөптер (14 түрі, 7-і зиянды); 5-шалғындық-жусанды-аралас шөптер (25 түрі, 10-ы зиянды); 6-далалық жерлер (20 түрі, 9-ы зиянды); 7-орман маңындағы аралас шөптер (16 түрі, 7 зиянды); 8-егін маңындағы астық тұқымдасты – аралас шөптер (17 түрі, 6-ы зиянды); 9-тыңайған жерлер (17 түрі, 9-ы зиянды); 10-арпа егістігі (5 түрі, 2-і зиянды); 11-жаздық бидай егістігі (8 түрі, 3-і зиянды); 12-күздік бидай егістігі (4 түрі, 2-і зиянды); 13-жүгері егістігі (3 түрі, 1-і зиянды) биотоптары. Жалпы турақанаттылардың көпшілігі мал азықтық шөптердің ішіндегі ксерофильді өсімдіктер мен астық тұқымдасты, қауданды, еркекшөп, жауқияқ т.б. түрлерімен қоректенуі байқалды. Мезофиль өсімдіктермен көбінесе кіші айқышты және далалық