

В течение более трех десятилетий мы и наши последователи используем ТФС как наиболее конструктивную системную методологию для эффективного проектирования и функционирования технических, технологических, организационных, экономических, управленческих и других, назовем их технико-технологических систем. Мы можем предложить эту методологию для формирования новой парадигмы строительной деятельности, позволяющей проектировать, строить и эксплуатировать принципиально новые объекты, основанные на нейрородобных и гомеостатических методах самообучения и самозащиты от внешних воздействий [6].

При этом строительный объект не будет разрушаться при отказе его отдельных элементов, поскольку их функции будут брать на себя другие сохранившиеся элементы, а вся конструктивная система объекта должна не только самосохраняться, но и обучаться самосохранению по аналогии с биологическими конструкциями и системами.

Литература

1. Анохин П.К. Биология и нейрофизиология условного рефлекса. - М.: Медицина, 1968. 548с.
 2. Гусаков А.А. Организационно-технологическая надежность строительного производства в условиях автоматизированных систем проектирования. - М.: Стройиздат. 1974. 252с.
 3. Энергоинформационные поля функциональных систем. / Под ред. К.В.Судакова. -М.: НИИ нормальной физиологии им. П.К.Анохина РАМН. 2001. 518с.
 4. Гусаков А.А. Реструктуризация строительных знаний на основе функционально-системного подхода// Промышленное и гражданское строительство. 2003. №1. С. 33-36.
 5. Гусаков А. А., Напалков А.В. Новые пути построения интерактивных систем управления строительством. Науч. тр. ЦНИПИАСС. - М., 1980. Вып.26. С. 170-176.
- Системотехника / Под ред. А.А.Гусакова. - М.: Фонд «Новое тысячелетие». 2002. 768с.

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ю.Н. Павлючук, Ф.А. Бобко, В.А. Русакевич

*УО «Брестский государственный технический университет»,
Республика Беларусь*

Время крупнопанельной архитектуры медленно, но верно уходит. В последнее время появляются иные архитектурные решения. Они требуют новых материалов, совершенно другой конструкции традиционных материалов, современных технологий отделки и более совершенных архитектурных форм. Расширился ассортимент, и повысилось качество применяемых в отечественном строительстве отделочных материалов - всех видов керамической плитки, покрытия для пола и стен, а также керамиче-

ских санитарных и санитарно-технических изделий. В последнее время повсеместно вводится учет расхода тепла, воды и других ресурсов, а для этого необходимы приборы учета и контроля, а также экономичное санитарно-техническое, отопительное и инженерное оборудование.

В настоящее время предъявляются повышенные требования к материалам для строительства и отделки интерьеров помещений. Желание получить точную и заверенную информацию очень велико, но источников ее получения, к сожалению, недостаточно. А ведь от качества и потребительских свойств материалов в строительстве и ремонте зависит много - если не сказать все. Без технических характеристик материалов невозможно разработать проект, составить смету и подготовить другую документацию, которая будет гарантировать правильность организации всех работ.

Проблема заключается не только в том, чтобы найти оптимальное соотношение цены и качества, но и соблюсти заявленные сроки ремонта или строительства, а также минимизировать расходы. Причем материалы, ныне кажущиеся нам элитными, завтра вполне сможет позволить себе человек со средним достатком. (Кого сегодня можно удивить пластиковыми окнами, ламинатом, кондиционером?) Правильно составленная документация не только дает четкое представление о стоимости ремонта (строительства), но и предоставляет возможность скорректировать смету с целью сокращения затрат, например, отказаться от нерациональных работ или заменить дорогой материал на более дешевый, отнюдь не худший.

Зачастую потребитель заинтересован в том, чтобы вместе с новым материалом получить подробную технологию, гарантирующую увеличение скорости и повышения качества выполнения работ.

Особенно важно знать технические характеристики конструкционных материалов, - чтобы в случае перепланировки не нарушить конструктивную и функциональную целостность здания. Тем более это важно в наших условиях, когда здания постоянно подвергаются воздействию самых разных неблагоприятных факторов: атмосферных осадков, ветра, действие термических и механических нагрузок, ультрафиолетового излучения и различных веществ, содержащихся в воздухе.

Конкурентоспособность — это комплексная многоаспектная характеристика строительной продукции, определяющая ее предпочтение на рынке по сравнению с аналогичной продукцией-конкурентом как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Анализ конкурентоспособности как раз и призван прежде всего выявить те параметры, которые представляют для покупателя существенный интерес.

Во-первых, это параметры, в которых отражается качество и полезность строительной продукции с учетом социальных, функциональных, эргономических, эстетических, экологических и других потребительских свойств. Ведь для того, чтобы строительная продукция была пригодна для удовлетворения потребности и представляла интерес для покупателя, она

должна обладать набором соответствующих параметров. При этом, согласно маркетинговой концепции, особое значение имеет не просто набор потребительских свойств и характеристик, а понимание того, как данная продукция воспринимается самим потребителем, которому, в принципе, безразличны ее технические характеристики, но важно, каким образом данная продукция может помочь удовлетворить определенную потребность или разрешить стоящую перед ним проблему. Таким образом, одним из условий выбора потребителем, является совпадение свойств продукции с условными характеристиками прогнозируемой потребности.

Во-вторых, стремясь к приобретению строительной продукции (услуг), в наибольшей степени соответствующих потребностям (т.е. обладающих наивысшим потребительским эффектом), потребитель не может абстрагироваться от затрат, которые будут связаны с этим товаром. Естественно, что он стремится достичь оптимального соотношения потребительских свойств изделия и своих расходов, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. Поэтому для определения конкурентоспособности существенным является не только сравнение строительной продукции (услуг) по степени соответствия конкретной потребности, но и учет затрат потребителя. При этом следует исходить из того, что для покупателя покупка означает только обязательное условие, исходный пункт начала процесса удовлетворения потребности, который представляет собой акт не единовременный, а занимает определенный (иногда весьма длительный) период. Для многих товаров реализация полезного эффекта достигается в ходе эксплуатации, что связано с дополнительными расходами для покупателя.

Таким образом, конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями строительной продукции (услуг), которые учитываются покупателем согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей.

MARKETING „WIECZNIE ŻYWY”

Janusz Klisiński,

Politechnika Częstochowska, Częstochowa, Polska

Wstęp

Marketing jak każda działalność człowieka ulega nieustанным zmianom. Jest kategorią „żywą” nie poddającą się prostej systematyzacji. Celem tradycyjnego marketingu było i jest zdobycie klienta i przeprowadzenie z nim transakcji. Natomiast w nowoczesnym marketingu pozyskanie nowego klienta stanowi jedynie pierwszy krok. Jego celem jest stworzenie i utrzymanie klienta, pozyskanie jego lojalności.

Po okresie adresowania działań do jednorodnych grup klientów, powstały nowe koncepcje akcentujące postrzeganie i traktowanie klienta jako indywidualium, zgodnie z indywidualizacją stylów życia, dążeniem do indywidualnego rozwoju, do ekspansji jednostki. Klienta poświęca coraz więcej czasu zaku-