

УДК 691.5:666.96

ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ  
ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

М. А. КЛИМЕНКОВА, Д. Д. САКОВИЧ, М. Ю. ТКАЧЕВА,  
А. А. САЛАНОВИЧ

Научный руководитель Р. П. СЕМЕНЮК  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Строительный рынок Республики Беларусь сегодня предлагает широкий ассортимент товаров и услуг, который помогает потребителю воплощать в жизнь любые идеи. Но большой спектр этих товаров и услуг импортного производства. Не всегда белорусский потребитель может выбрать из этого многообразия товаров тот, который сможет удовлетворить все его запросы: быть экологически безопасным, дешевым, простым в эксплуатации, а также действительно быть белорусским.

Выйти сегодня на рынок с абсолютно новым товаром довольно сложно. Нужно предложить такой товар, который будет обладать достаточно уникальными свойствами, будет лучше импортных товаров, будет дешевле. Таким товаром на рынке строительных отделочных материалов могут стать штукатурные смеси с использованием вторичного сырья текстильных производств.

По схеме импортозамещения, можно начать производство штукатурных смесей, опираясь на исследования, которые предлагают использовать в качестве основного компонента не целлюлозу, а вторичное сырье. Отходы хлопка, которые можно приобрести по низким ценам у местных производителей, дают возможность предложить ценовой диапазон более приемлемый на местном рынке. Уникальная методика позволяет использовать материал на основе отходов текстильного производства и другого вторичного органического сырья, а также полимерного связующего.

Невысокая стоимость штукатурных смесей после расчетов составила 39,9 тыс. р. на 3 м<sup>2</sup>. При пересчете на 1 м<sup>2</sup> – стоимость составит 13,3 тыс. р. Проведя расчеты показателя «Точка безубыточности» – это объем реализации продукции равный затратам на производство и сбыт продукции в натуральных единицах получили значение равное 556 кг. При производительности оборудования 5 кг/час можно утверждать, что проект может начать приносить прибыль уже через несколько месяцев. Однако необходимо сделать массивную рекламную кампанию, информирующую потенциальных потребителей о характеристиках, свойствах, возможностях новых отделочных строительных материалов.