

2021



ЦЕНТР
ЭКОНОМИКИ
РЫНКОВ

Маркетинговое исследование рынка гидрофобных средств

АЦ «Центр экономики рынков», Москва

Оглавление

Актуальность	4
Основные параметры рынка в 2020 году.....	8
1. Общий анализ рынка	9
1.1. Глобальный рынок гидрофобных средств	10
1.2. Объем и динамика рынка российского рынка в 2015-2020 гг.	13
1.2.1. Объемы потребления в товарной категории «гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла».....	13
1.2.2. Методика определения объема рынка гидрофобных средств.....	20
1.2.3. Объемы потребления гидрофобных средств	21
1.3. Емкость рынка в разрезе субъектов РФ	24
1.4. Структура рынка в разрезе отечественного производства и импорта.....	26
2. Категорийный анализ рынка	32
2.2. Структура рынка в разрезе отдельных категорий гидрофобных средств	33
2.4. Структура и динамика производства гидрофобных средств в разрезе товарных категорий	38
2.5. Динамика импорта (с 2015 г.) в разрезе каждой категории товара	41
2.6. Прогноз емкости российского рынка на период до 2026 года	44
3. Конкурентный анализ рынка.....	47
3.1. Оценка уровня конкуренции на рынке на основе индекса Герфиндаля Гиршмана.....	48
3.2. Финансовые показатели российских производителей	49
3.3. Ключевые конкуренты (топ 10), их выручка и финансовые показатели ...	53
3.4. Ассортимент и политика ценообразования лидеров рынка	55
3.4.1. Гидрофобные средства для одежды.....	59
НАНОБАРЬЕР, Москва	59
АНТИЛИК, Москва	60
3.4.2. Гидрофобные средства для обуви.....	62
САЛРУС, Москва.....	62
ФОРСАЙТ ЛАБ, Москва	65
СТАФ ФО ЛАЙФ, Москва	67
3.4.3. Гидрофобные средства для автомобилей.....	68

АВТОХИМИЯ-ИНВЕСТ, Москва	68
ПЕРОТА, Санкт-Петербург	71
ХИМЭКОЦЕНТР, Иркутск	74
3.4.4. Гидрофобные средства для строительства	78
ХЕНКЕЛЬ РУС, Москва	78
ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ, Санкт-Петербург	81
ВИ-ДЭЙ, Красноярск	84
3.4.5. Гидрофобные средства «ЭКО»	87
ФОРСАЙТ ЛАБ, Москва	87
ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ", Санкт-Петербург	88
3.5. Бенчмаркинг конкурентов	89
4. Анализ структуры спроса	92
4.1. Оценка объема спроса на гидрофобные средства	93
4.2. Оценка объема спроса в разрезе регионов в 2020 году	98
4.3. Оценка спроса в разрезе категорий продукции	101
4.5. Рыночное сегментирование и функциональный анализ сегментов и потребностей (включая матрицу сегментов и потребностей)	103
4.6. Предложения по выбору наиболее оптимального перечня продукции с приложением матрицы полноты по перечню продукции	104

Актуальность

Гидрофобные защитные средства (далее также гидрофобные средства, водоотталкивающие средства) представляют собой наноскопический поверхностный слой, который отталкивает воду. Действие гидрофобных средств основано на широко известном эффекте лотоса, листья которого, плавая на поверхности воды, обладают большим гидрофобным эффектом – не смачиваются водой и способны к самоочищению.

Гидрофобные средства можно распылять на объекты, чтобы сделать их водонепроницаемыми. Средства в основном наносятся на ткани, металлы, стекло, текстиль и пластмассы, чтобы обеспечить защиту от воды, влаги и грязи.

Гидрофобные средства широко используются в автомобильной и текстильной промышленности благодаря их отличным водо- и пылеотталкивающим свойствам, а также в строительстве для защиты отдельных участков конструкций (дерево, стекло, керамика) от влаги и загрязнений.

Все прошедшие годы автомобильная промышленность была крупнейшим сегментом применения гидрофобных средств на глобальном рынке. В среднесрочной перспективе, судя по публичным заявлениям производителей гидрофобных средств¹, сегмент легкой промышленности (одежда, обувь) займет самую большую долю рынка из-за все более широкого использования гидрофобных спреев на потребительском рынке. Более того, по оценкам западных экспертов, в швейной промышленности в ближайшие годы будет наблюдаться всплеск спроса на водонепроницаемую и пятноотталкивающую одежду.

Индустрия находится на начальной стадии развития, поэтому производители, вероятно, будут вкладывать большие средства в инновационные продукты, чтобы удовлетворить растущий спрос со стороны конечных пользователей.

В настоящее время на рынке доминируют несколько глобальных игроков, таких как Nanex, Aculon, 3M, Abrisa Technologies, Accucoat Inc., BASF SE, NEI Corporation, DuPont, DryWired, Oerlikon Metco, P2I.

¹ <https://www.researchnester.com/reports/hydrophobic-spray-market/59>

Однако ожидается, что эти игроки столкнутся с острой конкуренцией со стороны местных производителей уже в среднесрочной перспективе. Легкость доступа к сырьевым материалам и быстрый рост отраслей конечного потребления благодаря восстановлению мировой экономики после пандемии, а также широкие возможности для разработки новых продуктов – откроют новые возможности для участников отрасли в течение следующих десяти лет.

Условно гидрофобные средства можно разделить по типам продукции:

- Пропитки. Используются для пористых материалов и применяются при возведении стен зданий, укладке садовых дорожек.
- Аэрозоли, восковые составы, гели, жидкости, пасты. Имеют широкий спектр применения в зависимости от характеристик. Такими составами обрабатывают обувь, кожу, экраны компьютеров, телефонов, стекла автомобилей. Средства легко наносятся без применения специальных инструментов.

По свойствам :

- Самоочищающиеся средства
- Антикоррозийные средства
- Водоотталкивающие средства
- Антимикробные средства
- Антиоблединяющие средства

По субстрату:

- Металл
- Стекло
- Полимер
- Ткань
- Керамика
- Другие

По сегментам рынка:

- Автомобильная промышленность
- Текстиль
- Строительство
- Медицина
- Электроника
- Другие

В настоящем исследовании изучен российский рынок гидрофобных средств (покрытий, спреев), которые имеют в первую очередь водоотталкивающие и грязеотталкивающие свойства, используются в текстильной промышленности (нанесение на одежду, обувь), автомобильной и строительной отраслях

В соответствии с декларациями соответствия указанного вида продукции по классификации Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности гидрофобные средства советуют ОКПД2 (20.41.43) Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие, которые в свою очередь делятся на:

- (20.41.43.110) Средства, кремы, мастики для обуви полирующие
- (20.41.43.120) Средства, кремы, мастики для мебели и полов полирующие
- (20.41.43.130) Средства, кремы, мастики для транспортных средств полирующие
- (20.41.43.140) Средства, кремы, мастики для стекла или металла полирующие

Код ТН ВЭД ЕАЭС (3405100000) Ваксы, кремы и аналогичные средства для обуви или кожи.

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности производители гидрофобных средств используют ОКВЭД 2:

- (20.59.5) Производство прочих химических продуктов, не включенных в другие группировки;
- (20.41.2) Производство органических поверхностно-активных веществ, кроме мыла;
- (20.41.4) Производство средств для ароматизации и дезодорирования воздуха и восков.

Для оценки объёма рынка и отдельных его категорий использовалась статистическая информация из официальных источников – Росстат, ФНС России, ФТС России, International Trade Center (WTO), Интеллектуальная система анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»², а также данные о

² <https://research-center.ru/research-system/>

финансовой отчетности производителей и поставщиков гидрофобных средств в системе FIRA Pro.

С учетом интегрированных массивов эмпирических данных, которые были собраны Интеллектуальной системой анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков», в анализ была включена информация о сопоставимых рынках с использованием метода «Matching», который активно используется международными исследовательскими агентствами для оценки объёмов и структуры рынка, доступная статистическая информация о которых отсутствует.

Модель сбора информации о рыночных показателях позволила дать более полные данные об объеме и структуре рынка гидрофобных средств в разрезе отдельных его категорий.

Основные параметры рынка в 2020 году

Объем и динамика рынка:	
Объем глобального рынка гидрофобных средств	2,2 млрд USD
Объем российского рынка гидрофобных средств	1,5 млрд руб.
CAGR – российский рынок (2015-2020)	+9,2%
Объем отечественного производства гидрофобных средств	571,3 млн руб.
CAGR	+13,6%
Объем импорта гидрофобных средств	974,5 млн руб.
CAGR	+7,1%
Объем рынка в разрезе категорий:	
Гидрофобные средства для автомобилей	233,8 млн. руб.
Гидрофобные средства для обуви	424,9 млн. руб.
Гидрофобные средства для одежды	119 млн. руб.
Гидрофобные средства для строительных материалов	65,5 млн. руб.
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	23,2 млн руб.

1. Общий анализ рынка

1.1. Глобальный рынок гидрофобных средств

Мировой рынок гидрофобных средств развивается со среднегодовым темпом в 6,2% и в 2020 году объем глобального рынка составил 2,2 млрд долларов США.

Ожидается, что в прогнозном периоде 2021-2026 гг. производители гидрофобных средств на мировом рынке получат заметную прибыль за счет высокой динамики роста рынка, который сохранится на уровне 6% вплоть до 2026 года и к завершению прогнозируемого периода достигнет 3,16 млрд долларов США.

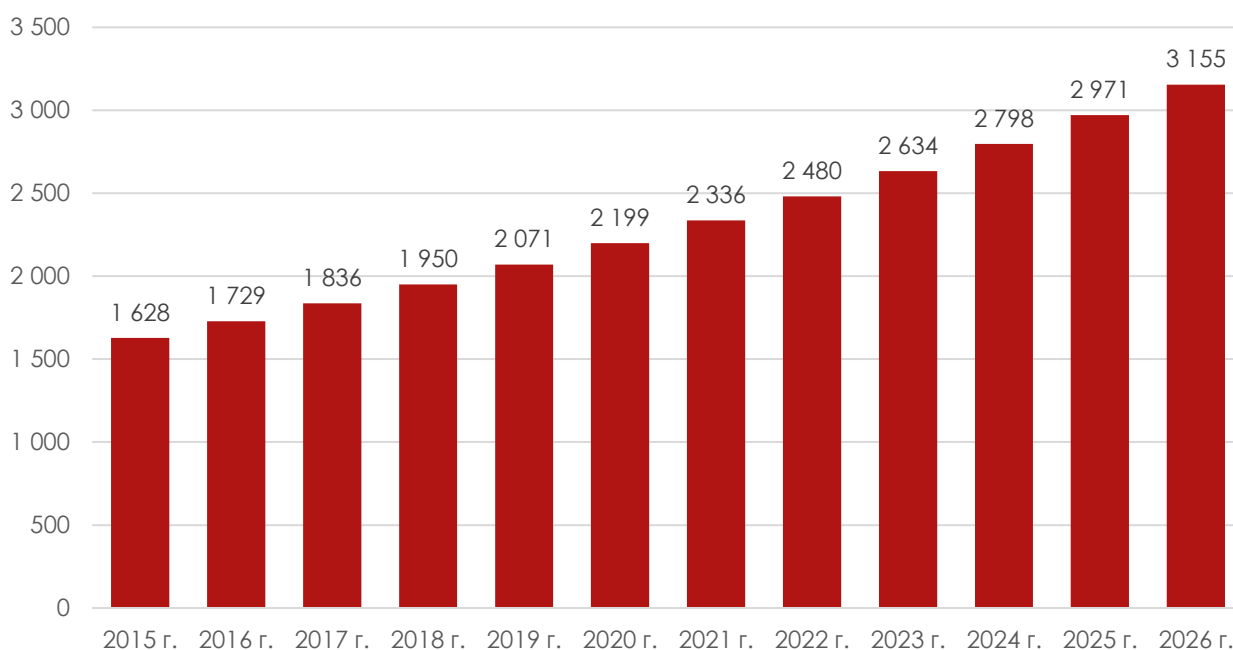


Рис. 1.1. Объем глобального рынка гидрофобных средств, млн долларов США

Рост глобального рынка можно объяснить увеличением масштабов применения гидрофобных средств в автомобильной, строительной, текстильной и других отраслях промышленности.

Согласно прогнозам, рост продаж автомобилей и продукции текстильной промышленности во всем мире будет стимулировать рост рынка гидрофобных средств в будущем. Подсчитано, что к концу 2021 года в мире будет продано около 70 миллионов единиц автомобилей. Наряду с этим ожидается, что рост технологических достижений в области разработки эффективной подводной и портативной электроники также повысит спрос на гидрофобные покрытия в данном сегменте. Кроме того, рост разработок инновационных составов гидрофобных спреев с наночастицами будет

определять новые горизонты развития рынка в секторе B2C и, по прогнозам, откроет прибыльные возможности для расширения использования гидрофобных средств на рынке массового потребления в течение ближайших 5 лет.

Индустрия находится на начальной стадии развития, поэтому производители, вероятно, будут вкладывать большие средства в инновационные продукты, чтобы удовлетворить растущий спрос со стороны конечных пользователей.

Коммерческая активность производителей в различных товарах и оборудования в области гидрофобных, супергидрофобных, олеофобных и омнифобных средств растет опережающими темпами. В октябре 2020 года компания Mitsui Chemicals, Inc. приобрела производителя гидрофобных и антибликовых покрытий COTES – стартап по производству гидрофобных нанопокровов для электроники, вложив в стартап 12 миллионов долларов инвестиций.

Применяемые потребителем супергидрофобные спреи доступны на нескольких рынках, включая текстильные и архитектурные покрытия. За несколько лет рынок также расширился за счет таких сегментов применения, как упаковка, аэрокосмическая промышленность и особенно электроника (для гидроизоляции). Автомобильные компании, включая Tesla, Ford, Volvo, GM и Jaguar также начали проекты по разработке продуктов с гидрофобными свойствами.

Автомобильная промышленность все прошедшие годы являлась крупнейшим сегментом применения гидрофобных средств, на данный сегмент глобального рынка приходится более 20%.

Спрос на средства гидрофобного покрытия в отрасли здравоохранения на текущий момент пока что незначительный и по оценкам западных экспертов доля сегмента составляет 3,5%. Ожидается, что спрос на гидрофобные средства с антибактериальным эффектом в медицинской сфере будут расти опережающими темпами благодаря возможности широкого использования данных средств для пропитки медицинских изделий и одежды. Рынок гидрофобных средств с антимикробными свойствами, как ожидается, будет расти с темпом 4% в год.

В сфере защиты строительных материалов и конструкций от коррозии сегмент глобального рынка составлял около 11% и будет расти с темпом до 6% в течение прогнозируемого периода.

На основании публичных заявлений производителей гидрофобных средств³ сегмент легкой промышленности (одежда, обувь) займет самую большую долю рынка в течение ближайших 5 лет из-за все более широкого использования гидрофобных спреев на потребительском рынке. В 2020 году по оценкам западных экспертов сегмент глобального рынка гидрофобных средств в текстильной промышленности составляет 18%

Географию глобального рынка гидрофобных средств условно можно разделить на пять основных регионов, включая Северную Америку, Европу, Азиатско-Тихоокеанский регион, Латинскую Америку, Ближний Восток и Африку.

В 2020 году рынок регион Северной Америки продемонстрировал заметный рост. Ожидается, что эта тенденция сохранится в течение прогнозируемого периода на фоне растущего спроса на гидрофобные спреи со стороны конечных пользователей в Соединенных Штатах. Будучи крупной развитой страной, США является центром коммерческой деятельности в различных отраслях, от малых до крупных, что считается одной из основных причин все более широкого использования водоотталкивающих средств в этом регионе. Помимо этого, США также хорошо зарекомендовали себя на автомобильном и текстильном рынках.

Ожидается, что в краткосрочной перспективе доля Китая на рынке существенно увеличится из-за высоких объемов производства в регионе.

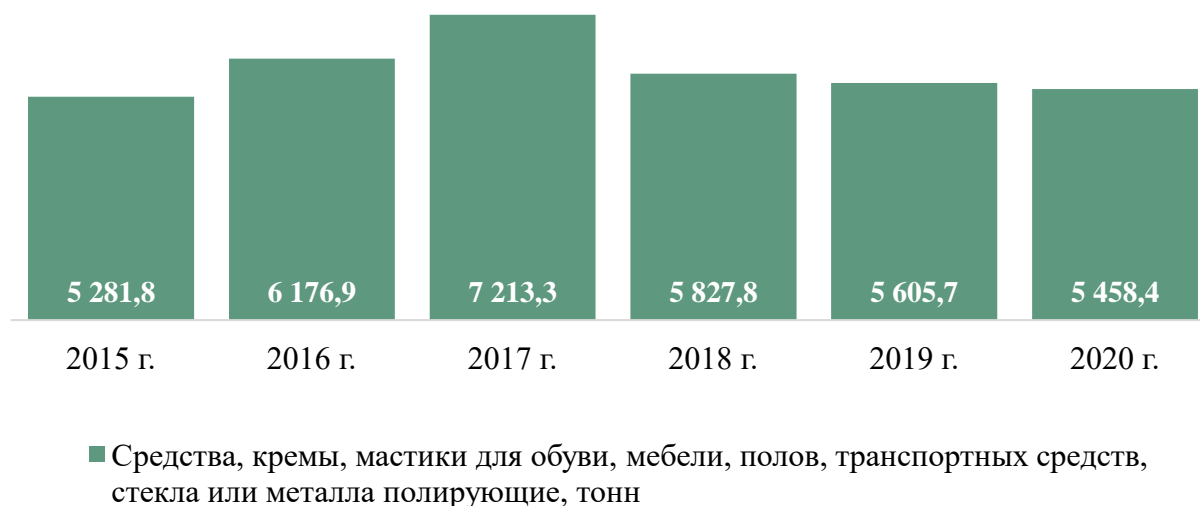
Доля российского рынка на фоне мирового потребления гидрофобных средств пока что невысока. По оценкам экспертов составляет не более 1,5%. Тем не менее, на фоне падения покупательского спроса в России прогнозируется заметный рост рынка гидрофобных средств именно в текстильной промышленности – для сохранения пользователями срока службы одежды, обуви и аксессуаров.

³ <https://www.researchnester.com/reports/hydrophobic-spray-market/59>

1.2. Объем и динамика рынка российского рынка в 2015-2020 гг.

1.2.1. Объемы потребления в товарной категории «гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла»

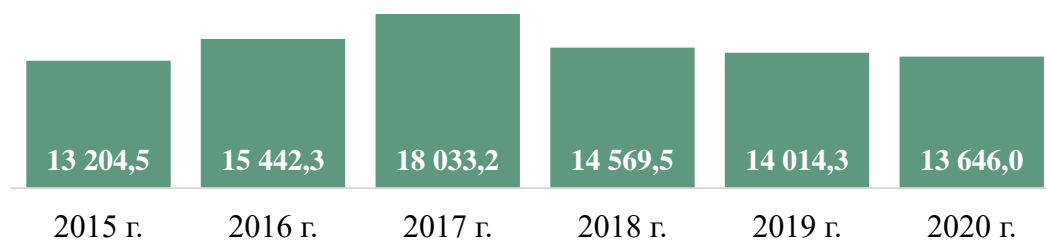
Общий объем видимого потребления по всей категории товаров, относящихся к гидрофобным средствам, мастикам и полирующим средствам для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла в России, исходя из статистики производства и импорта, в натуральном выражении в 2020 году составил 5,5 тыс. тонн. За исследуемый период объем рынка в натуральном выражении вырос на 176 тонн (рис. 1.2).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.2. Объем потребления в товарной категории в России в 2015-2020 гг., тонн

В условных банках объем потребления в товарной категории в 2020 году составил 13,6 млн условных банок. За весь исследуемый период объем потребления гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла в России вырос на 441,6 тыс. условных банок (рис. 1.3).

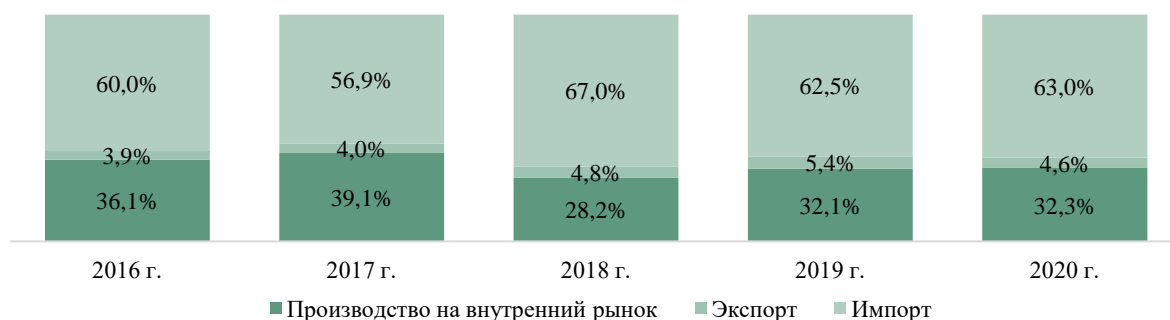


Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.3. Объем потребления в товарной категории в России в 2015-2020 гг., тыс. условных банок

Видимое потребление состоит из таких составляющих, как отечественное производство и импорт.

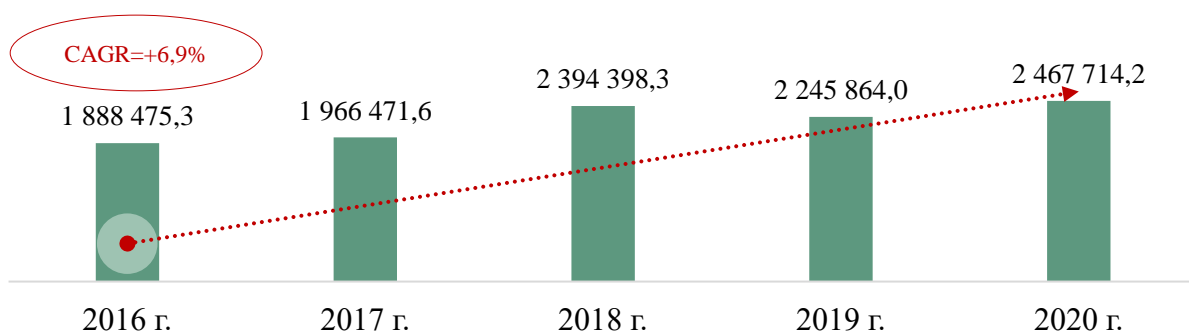
В структуре российского потребления в товарной категории преобладает импорт. Доля импортируемых на отечественный рынок товаров в общей стоимости видимого потребления в 2020 году составила 63%.



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

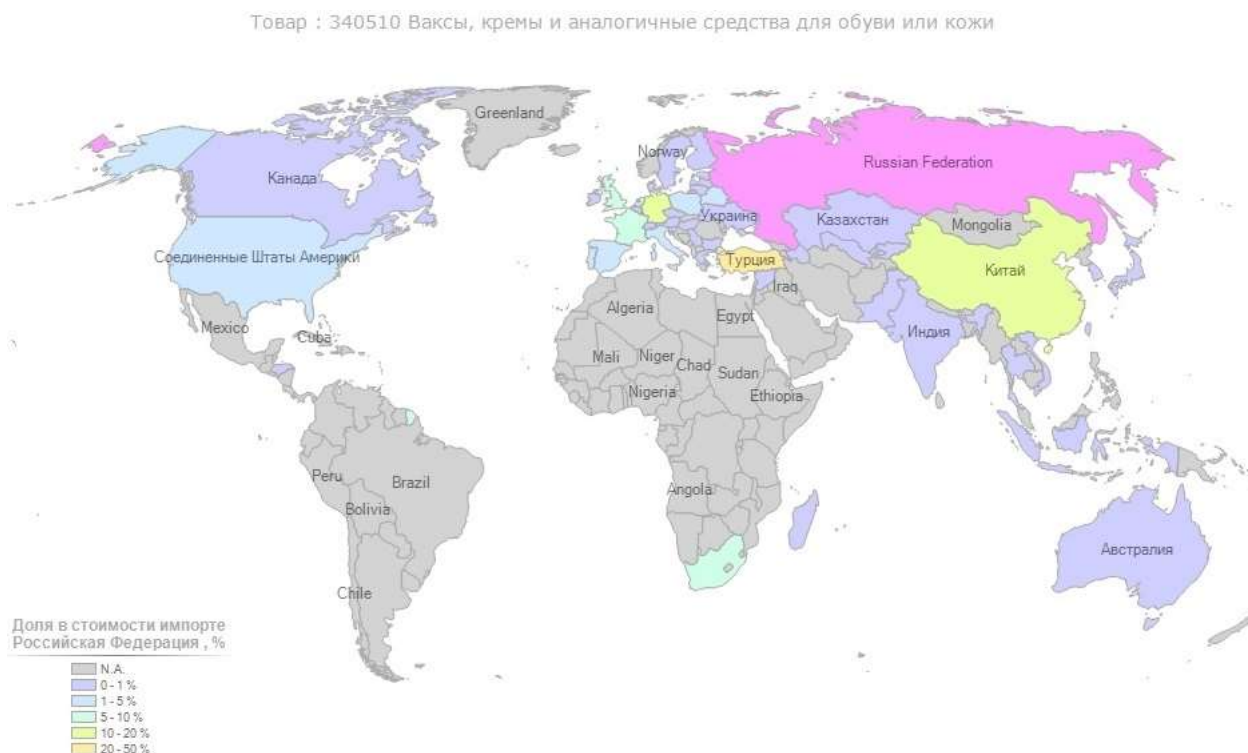
Рис. 1.4. Структура российского рынка в товарной категории (удельный вес в стоимостном объеме видимого потребления)

При этом, в отличие от других рынков, стоимостной объем импорта в переводе на рубли по среднегодовому курсу национальной валюты по отношению к доллару США за период с 2016 года вырос на 30,7%. В 2020 году стоимость импорта составила 2,5 млрд руб. или 34,3 млн долларов США. Среднегодовой темп роста импорта (CAGR) составил 6,9%



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков
 Рис. 1.5. Стоимостной объем импорта в товарной категории, тыс. руб.

В 2020 году по стоимости импортируемых товаров в товарной категории гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла наибольшая доля поставок указанных средств в Россию пришла на Турцию – 24,5% от стоимости всего импорта. Вторым крупнейшим импортером гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла в России является Китай. В 2020 году на долю КНР пришлось 14,4% от стоимости всех импортируемых товаров указанной товарной категории.



Источник: International Trade Centre
 Рис. 1.4. Крупнейшие импортеры товарной категории в России в - 2020 гг. (удельный вес в общей стоимости импорта в категории)

Объем спроса на российском рынке гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла формируется из таких показателей, как объемы производства для внутреннего рынка и импорта. Объем спроса рассчитывался по формуле:

$$O_c = (P + I) - E$$

, где:

O_c – Объем спроса;

P – Объем производства;

E – Объем экспорта;

I – Объем импорта;

Фактически объем спроса на рынке отражает данные о видимом потреблении на рынке за минусом экспортируемой продукции.

В 2020 году стоимостной объем спроса на гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла составил 3,9 млрд руб. За последние 5 лет стоимостной объем рынка вырос на 46,9%. Показатели видимого потребления, производства, экспорта и импорта, а также спроса на рынке гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла представлены в таблице 1.1.

Таб. 1.1 Показатели рынка гидрофобных средств, мастиков и полирующих кремов для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла

Показатель	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Производство (физический объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тонн	3 009,99	3 748,54	2 408,69	2 589,40	2 487,85
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	усл. банок	7 524 975,00	9 371 350,00	6 021 725,00	6 473 500,00	6 219 630,33
Динамика		48,3%	24,5%	-35,7%	7,5%	-3,9%
Производство (стоимостной объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. руб.	1 256 423,04	1 489 283,50	1 180 761,16	1 349 596,43	1 446 702,08
Стоимость 1 ед. товара	руб. / усл. банок	167,0	158,9	196,1	208,5	232,6
Динамика		64,1%	18,5%	-20,7%	14,3%	7,2%
Импорт (физический объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тонн	3 166,93	3 464,74	3 419,11	3 016,32	2 970,56
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	усл. банок	7 917 326,00	8 661 847,00	8 547 779,00	7 540 788,00	7 426 400,58
Динамика		-2,6%	9,4%	-1,3%	-11,8%	-1,5%
Импорт (стоимостной объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. дол. США	28 106,54	33 725,24	38 193,90	34 732,09	34 213,93
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. руб.	1 888 475,34	1 966 471,65	2 394 398,26	2 245 864,03	2 467 714,22

Стоимость 1 ед. товара	руб. / усл. банок	238,52	227,03	280,12	297,83	332,29
Динамика		7,7%	4,1%	21,8%	-6,2%	9,9%
Экспорт (физический объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тонн	299	365	473	515	477
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	усл. банок	747 500	912 500	1 182 500	1 287 500	1 192 500
Динамика		51,0%	22,1%	29,6%	8,9%	-7,4%
Экспорт (стоимостной объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. дол. США	1 808,00	2 389,00	2 739,00	3 002,00	2 506,00
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. руб.	121 479,34	139 299,25	171 709,55	194 116,83	180 747,76
Стоимость 1 ед. товара	руб. / усл. банок	162,51	152,66	145,21	150,77	151,57
Динамика		76,5%	14,7%	23,3%	13,0%	-6,9%
Среднегодовой курс долл. США	руб. / дол. США	67,19	58,31	62,69	64,66	72,13
Видимое потребление (физический объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тонн	6 176,92	7 213,28	5 827,80	5 605,72	5 458,41
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	усл. банок	15 442 301,00	18 033 197,00	14 569 504,00	14 014 288,00	13 646 030,91
Динамика		16,9%	16,8%	-19,2%	-3,8%	-2,6%
Видимое потребление (стоимостной объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. руб.	3 144 898,39	3 455 755,15	3 575 159,42	3 595 460,46	3 914 416,30

Стоимость 1 ед. товара	усл. банок	203,65	191,63	245,39	256,56	286,85
Динамика		24,9%	9,9%	3,5%	0,6%	8,9%
Спрос (физический объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тонн	5 877,92	6 848,28	5 354,80	5 090,72	4 981,41
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	усл. банок	14 694 801,00	17 120 697,00	13 387 004,00	12 726 788,00	12 453 530,91
Динамика		15,6%	16,5%	-21,8%	-4,9%	-2,1%
Спрос (стоимостной объем)						
Средства, кремы, мастики для обуви, мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла полирующие	тыс. руб.	3 143 090,39	3 453 366,15	3 572 420,42	3 592 458,46	3 911 910,30
Стоимость 1 ед. товара	усл. банок	213,89	201,71	266,86	282,28	314,12
Динамика		24,8%	9,9%	3,4%	0,6%	8,9%

1.2.2. Методика определения объема рынка гидрофобных средств

В целях определения объемов потребления гидрофобных средств, статистическая информация о которых отсутствует, с использованием Интеллектуальной системы анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»⁴ были проанализированы сайты производителей и поставщиков, осуществляющих поставки товарной категории «гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла».

К полученным данным применялся индекс концентрации товарных позиций, который позволил определить долю гидрофобных средств на рынке общей категории товаров.

Индекс концентрации товарных позиций определялся по формуле:

$$I = \frac{P \times W}{N} \times 100\%$$

, где:

I – индекс концентрации товарной позиции;

P – товарная позиция «гидрофобные средства»;

W – вес производителя или поставщика на рынке;

N – количество повторений товарной позиции в каталогах производителей по базе.

Вес производителя или поставщика на рынке определялся по формуле:

$$W = \frac{S}{V} * 100\%$$

, где:

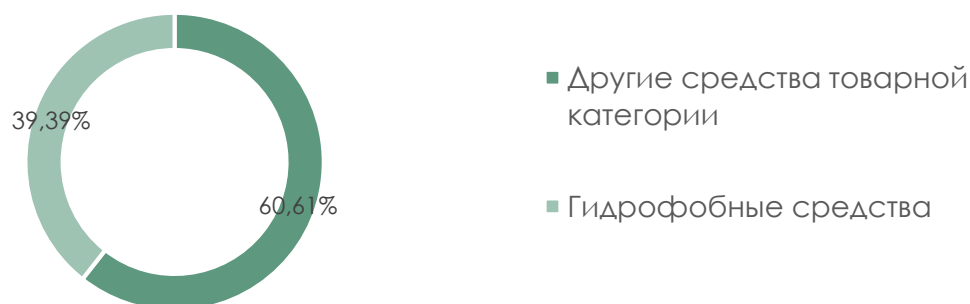
W – вес производителя;

S – выручка производителя (поставщика) в 2020 году;

⁴ <https://research-center.ru/research-system/>

S – выручка всех производителей (поставщиков) с анализируемым видом деятельности в 2020 году.

По итогам расчетов индекс концентрации гидрофобных средств на рынке всей товарной категории составил 39,49%, восстановленная доля гидрофобных средств в товарной категории «гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла» составляет 39,49% (рис. 1.4). Дальнейшие расчеты по рынку гидрофобных средств основывались на методе экстраполяции данных по рынку товарной категории с учетом индекса концентрации гидрофобных средств в товарной категории.



Источник: Интеллектуальная система анализа рынков уникальных товаров
АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 1.4. Удельный вес гидрофобных средств в объеме рынка товарной категории «гидрофобные средства, мастики и полирующие кремы для обуви, одежды мебели, полов, транспортных средств, стекла или металла»

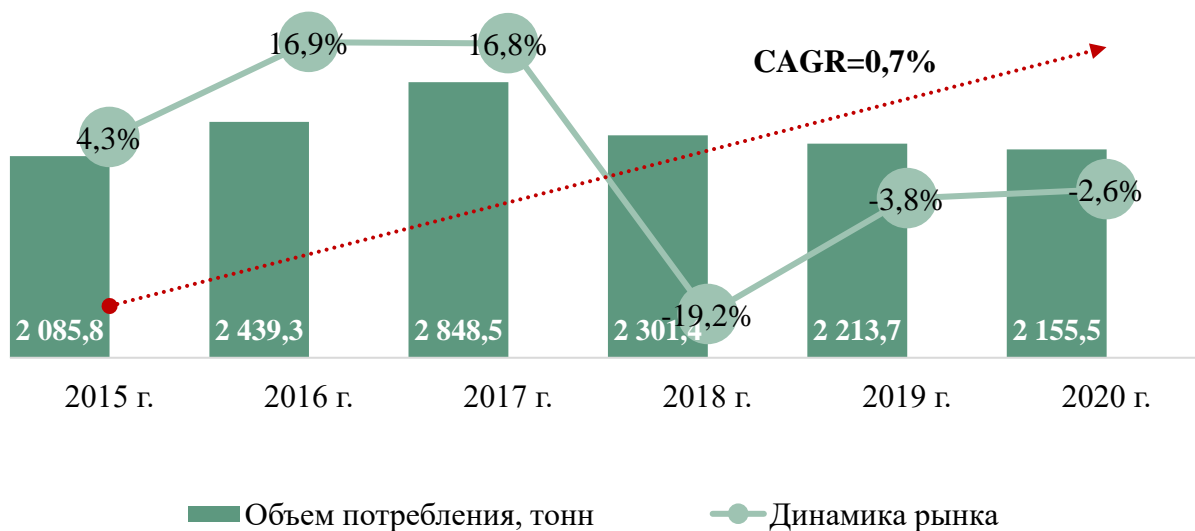
1.2.3. Объемы потребления гидрофобных средств

Несмотря на слабую макроэкономическую динамику и многолетнюю стагнацию реальных доходов населения, видимое потребление гидрофобных средств за весь период наблюдения с 2015 по 2020 год выросло на 3,3% в натуральном выражении и на 55,4% в стоимостном выражении. За исследуемый период объем рынка в натуральном выражении вырос на 69,7 тонн.

В 2020 году объем видимого потребления гидрофобных средств в России в натуральном выражении составил 2,2 тыс. тонн. Динамика

потребления в 2020 году составила -2,6% относительно аналогичного периода 2019 года.

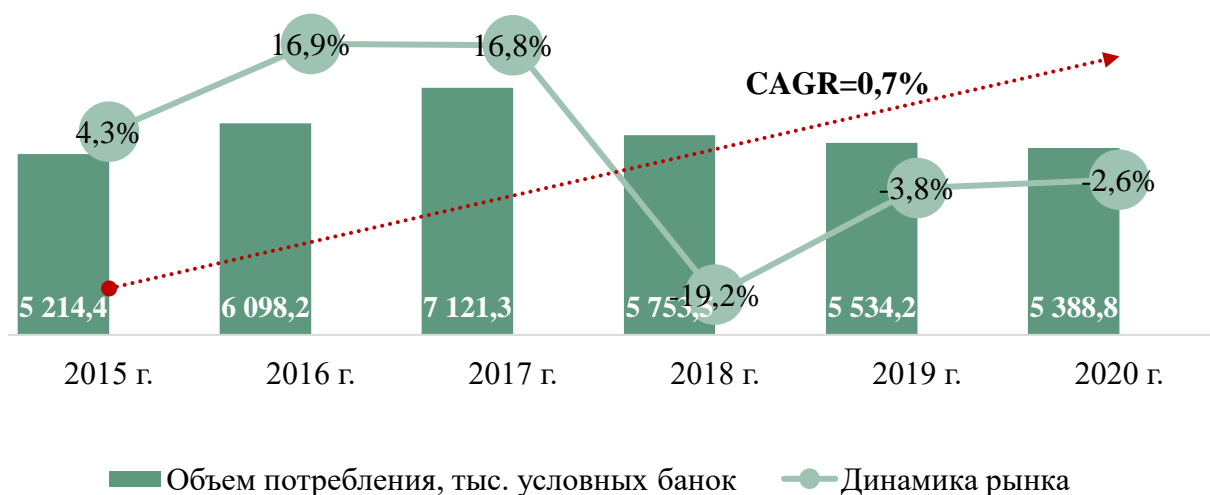
Совокупный среднегодовой темп рынка (CAGR⁵) за 2015-2020 годы составил 0,7%. (рис. 1.5).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков
 Рис. 1.5. Объем потребления гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., тонн

В условных банках объем потребления в 2020 году составил 5,4 млн условных банок. За весь исследуемый период объем потребления гидрофобных средств в России вырос на 174,4 тыс. условных банок (рис. 1.6).

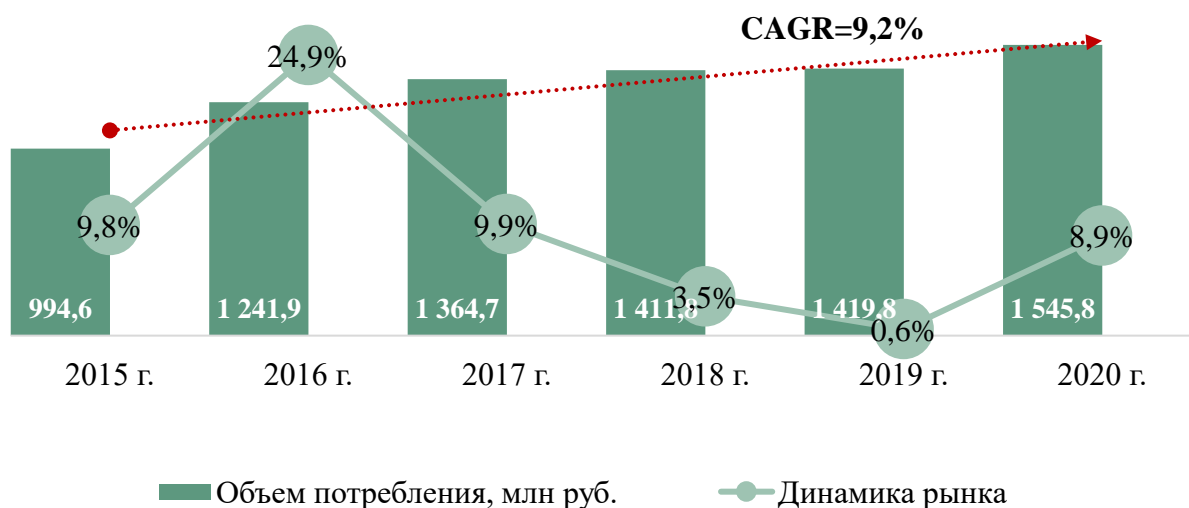
⁵ CAGR = $(EV / BV)^{1/n} - 1$, где BV — Начальное значение, BV (beginning value); EV — Конечное значение, EV (ending value); n — Число периодов



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.6. Объем потребления гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., тыс. условных банок

В стоимостном выражении потребление гидрофобных средств росло активнее, в первую очередь за счет роста средних цен на указанную категорию товаров. За исследуемый период объем потребления вырос на 551,2 млн руб. В 2020 году объем потребления гидрофобных средств составил 1,5 млрд. руб., увеличившись за год на 8,9%. Совокупный среднегодовой темп рынка (CAGR) за 2015-2020 годы составил 9,2% (рис. 1.7).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.7. Объем потребления гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., млн руб.

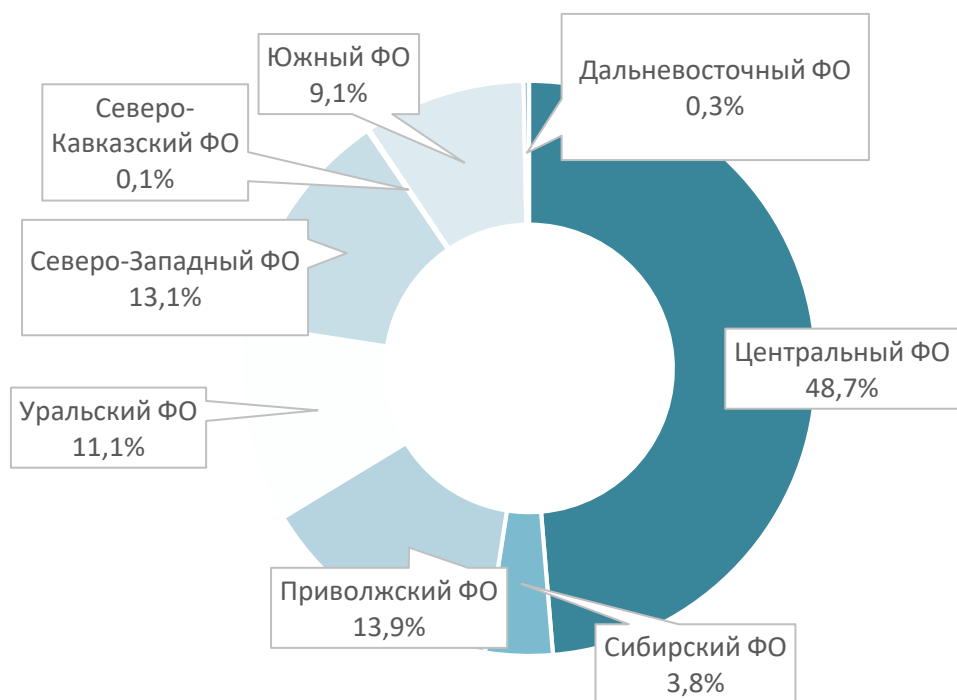
Средняя стоимость 1 единицы товара за период наблюдения выросла на 54,1% или на 99,2 руб.: с 183,3 руб. в 2015 году до 282,4 руб. в 2020 году (рис. 1.8).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков
Рис. 1.8. Средняя стоимость 1 единицы товара гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., руб.

1.3. Емкость рынка в разрезе субъектов РФ

В 2020 году наибольший объем потребления гидрофобных средств выявлен в Центральном федеральном округе, ОБЪЕМ видимого потребления в ЦФО в общей сложности составил 752 млн руб. или почти половина (48,7%) от общего объема рынка. Следующим по объемам потребления федеральным округом являлся Приволжский ФО – в данном округе объемы потребления составили 214 млн руб. или 13,9% от общего объема рынка. Наименьший товарооборот гидрофобных средств выявлен в Северо-Кавказском федеральном округе – всего на 1,8 млн руб., что составляет 0,1% от общего объема рынка (рис. 1.9).



Источник: Росстат, данные ЭТП, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.9. Структура рынка в разрезе федеральных округов (в стоимостном выражении) в 2020 году

В разрезе регионов почти треть (28,9%) всего потребления гидрофобных средств приходится на Москву. В столице в прошедшем году потреблялось гидрофобных средств на сумму 447,3 млн руб. Лидерами по объемам потребления также являются Московская область (155,7 млн руб. или 10,1%), г. Санкт-Петербург (118,1 млн руб. или 7,6%), а также Свердловская область (109,4 млн руб. или 7,1%). На рисунке 1.10 приведены топ-15 лидирующих по объемам потребления гидрофобных средств регионов России.

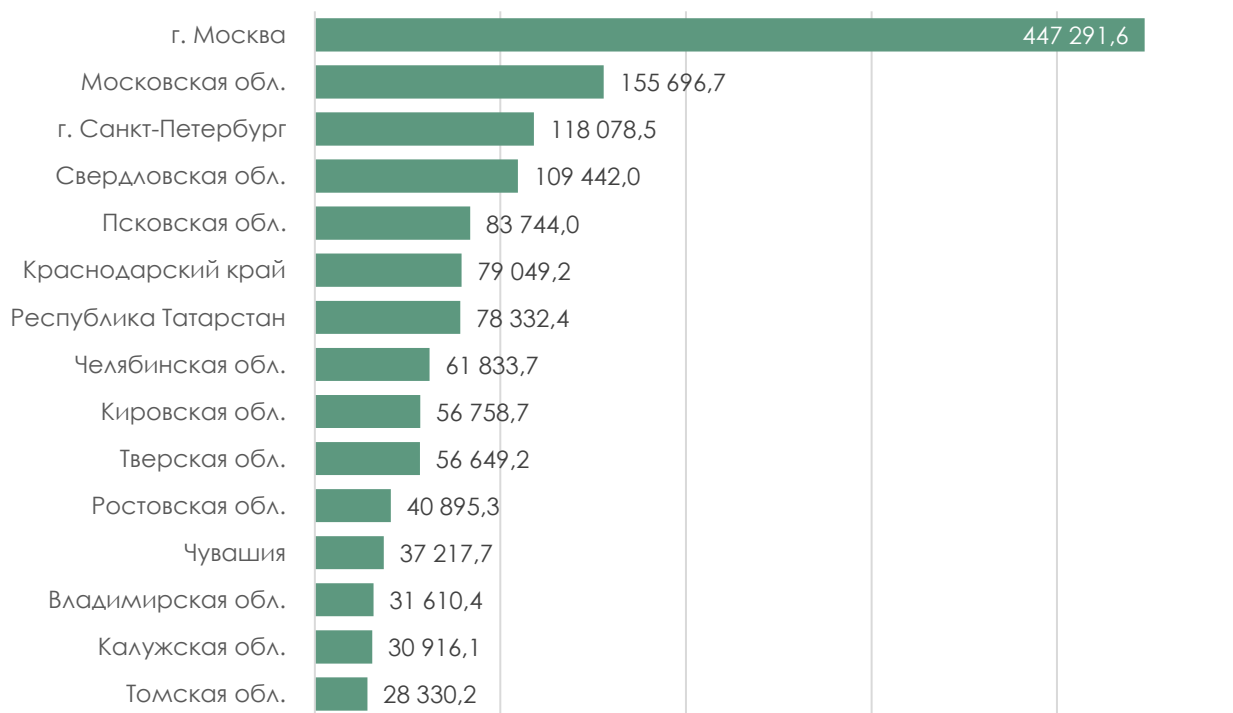
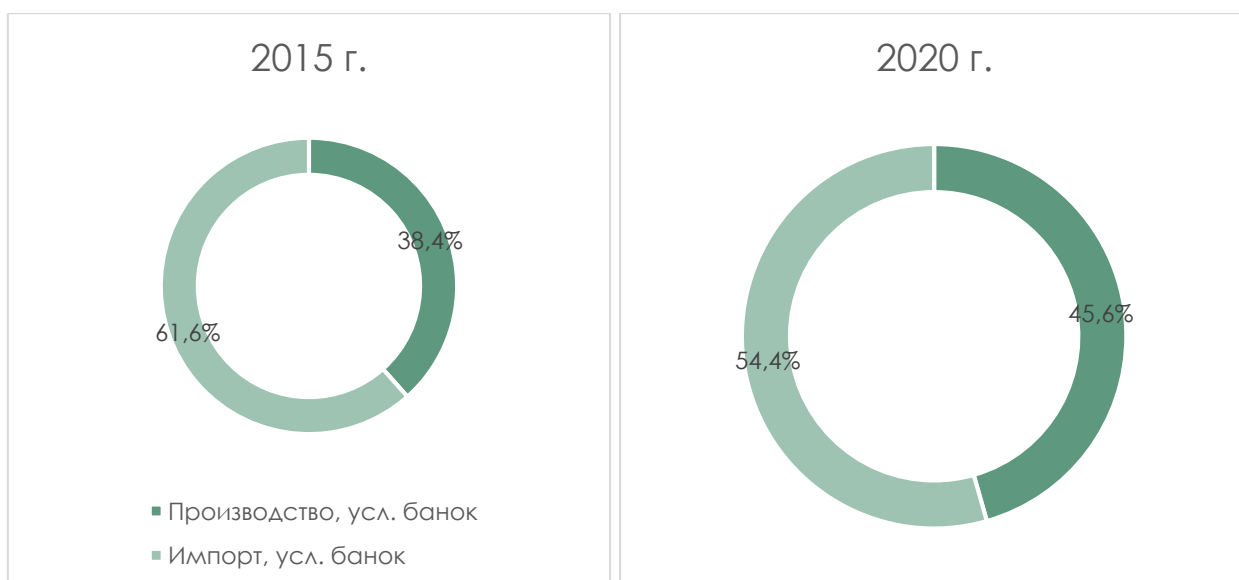


Рис. 1.10. Топ-15 регионов, лидирующих по объемам потребления гидрофобных средств в 2020 году, тыс. руб.

Самыми неперспективными регионами для поставок гидрофобных средств являлись Республика Хакасия, Республика Тыва, Еврейская АО – в указанных регионах закупалось менее 0,1% гидрофобных средств.

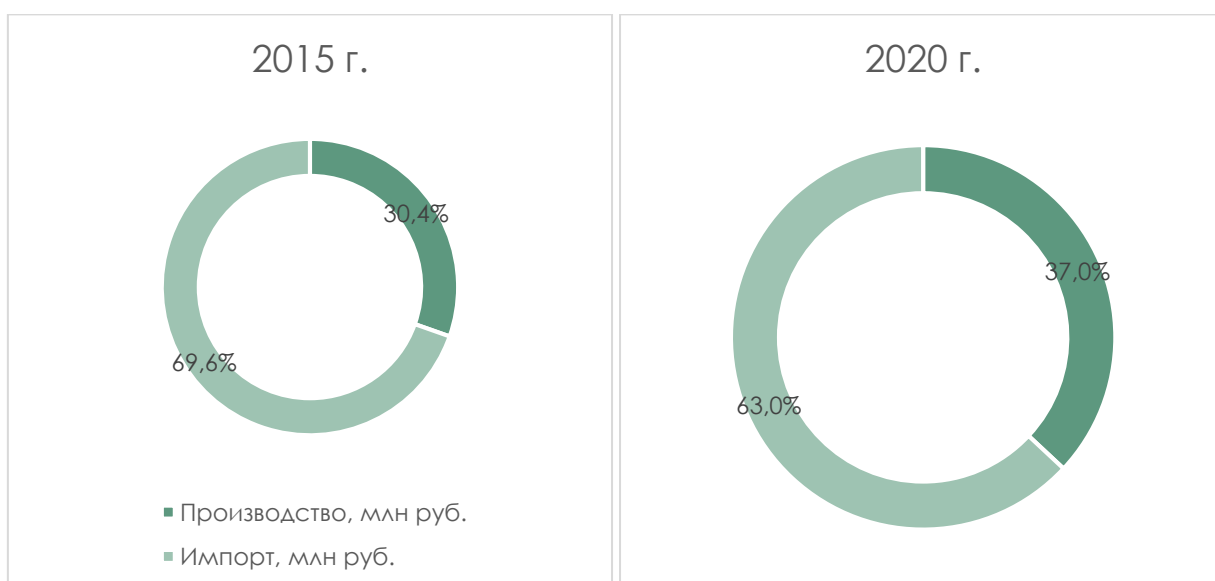
1.4. Структура рынка в разрезе отечественного производства и импорта

В 2020 году на импорт гидрофобных средств, по оценкам Центра экономики рынков, пришлось 54,4% от общего объема потребления в натуральном выражении и 63% в стоимостном выражении. При этом доля отечественного производства в структуре рынка с 2015 года выросла на 7,2 %-х пункта в натуральном выражении (с 38,4 в 2015 году до 45,6% в 2020 году), и на 6,6 %-х пункта в стоимостном выражении (с 30,4% в 2015 году до 37% в 2020 году) (рис.1.11-1.12).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.11. Структура импорта и отечественного производства на рынке гидрофобных средств в 2015 и в 2020 годах, в натуральном выражении



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.12. Структура импорта и отечественного производства на рынке гидрофобных средств в 2015 и в 2020 годах, в стоимостном выражении

Отечественное производство гидрофобных средств растет быстрее рынка. После 2014 года спрос на гидрофобные средства получил существенную поддержку со стороны программ импортозамещения. На рост производства повлияло и падение курса национальной валюты. Рынок стимулирует также изменение форматов потребления: развитие электронной коммерции, снижение

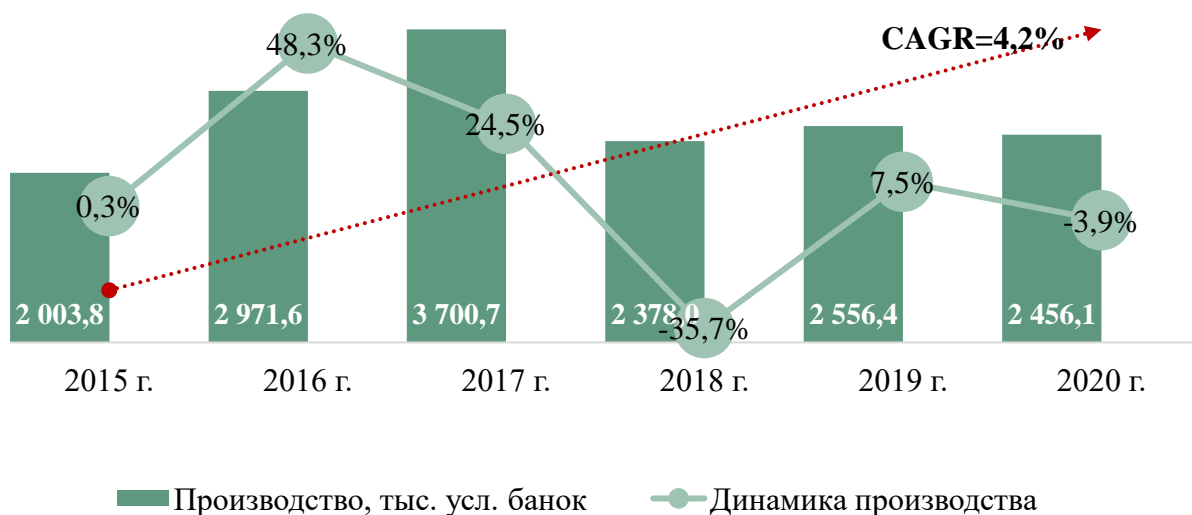
реально располагаемых доходов населения, переориентация потребления на рынки массовых товаров, снижение объемов покупок населением непродовольственных товаров, повышение информированности потребителей о защитных свойствах гидрофобных средств, а также высокая стоимость импорта – все это способствует росту отечественного производства.

Объем отечественного производства гидрофобных средств в натуральном выражении (здесь и далее – условные банки) составил 2,5 млн условных банок. За весь период наблюдения объемы производства выросли на 22,6%, совокупный среднегодовой темп роста производства (CAGR) за 2015-2020 годы составил 4,2%.

В 2020 году местные производители столкнулись с рядом трудностей, вызванных пандемией коронавирусной инфекции, включая:

- остановки заводов из-за ограничений, связанных с COVID-19;
- переносы плановых вводов новых производственных мощностей (как из-за санитарно-гигиенических соображений и дефицита специалистов, так и с целью компенсировать убытки);
- сложности в логистике, приводящие сбоям в цепочках поставок упаковки и материалов, используемых при производстве гидрофобных средств;
- пересмотр инвестиционных планов и сдвиг сроков реализации новых проектов.

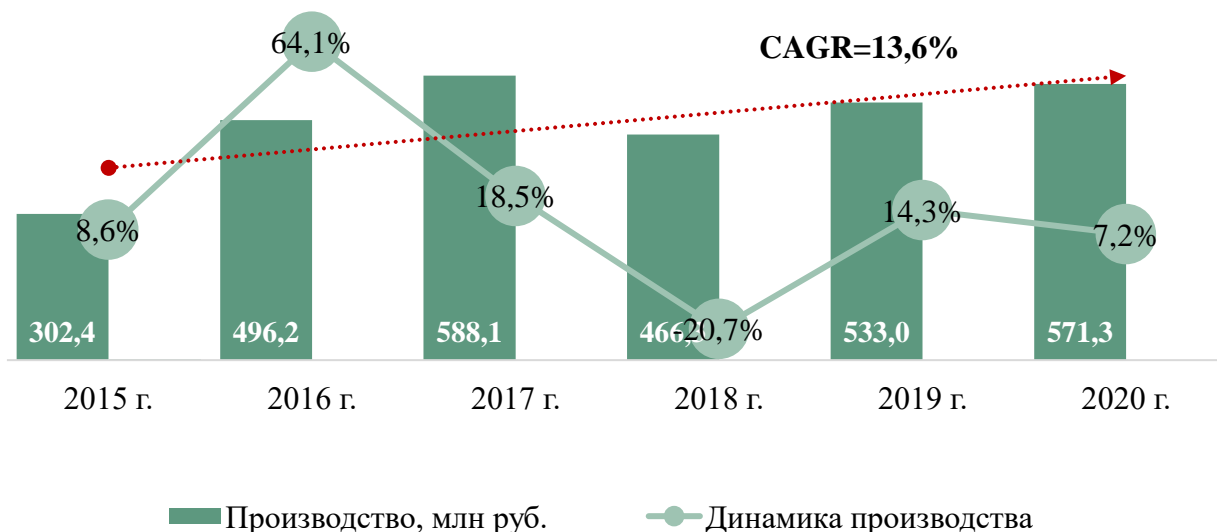
Все это повлияло на объемы производства гидрофобных средств, которые в 2020 году сократились на 3,9% (в натуральном выражении) (рис. 1.13).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.13. Объем производства гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., тыс. ул. банок

В стоимостном выражении объемы производимых на территории России гидрофобных средств за исследуемый период выросли на 88,9%: с 302,4 млн руб. в 2015 году до 571,3 млн руб. в 2020 году. Совокупный среднегодовой темп рынка (CAGR) за 2015-2020 годы в стоимостном выражении составил 13,6% (рис.1.14).

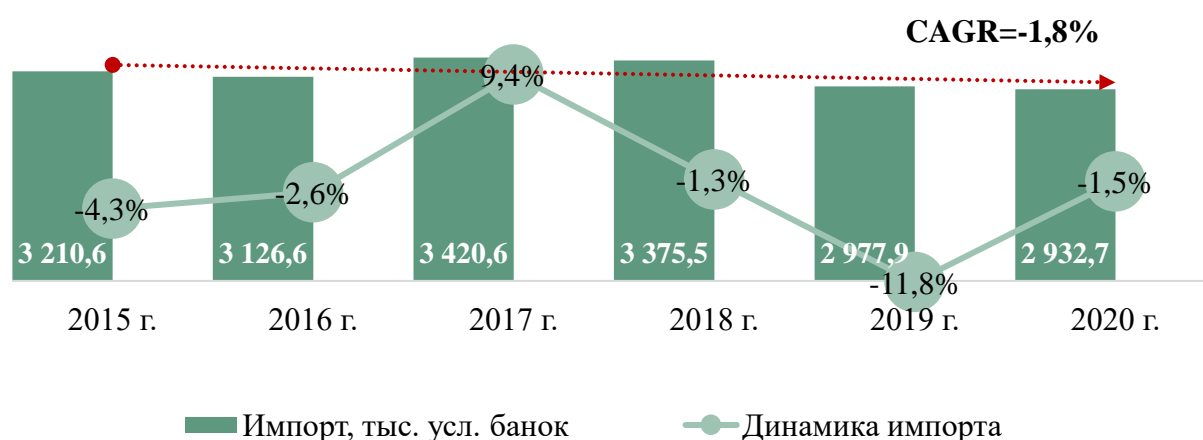


Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.14. Объем производства гидрофобных средств в России в 2015-2020 гг., млн руб.

Объемы импорта гидрофобных средств хоть и сократились за последние 6 лет на 8,7% в натуральном выражении, но из-за роста курса доллара выросли в стоимостном выражении на 40,8%.

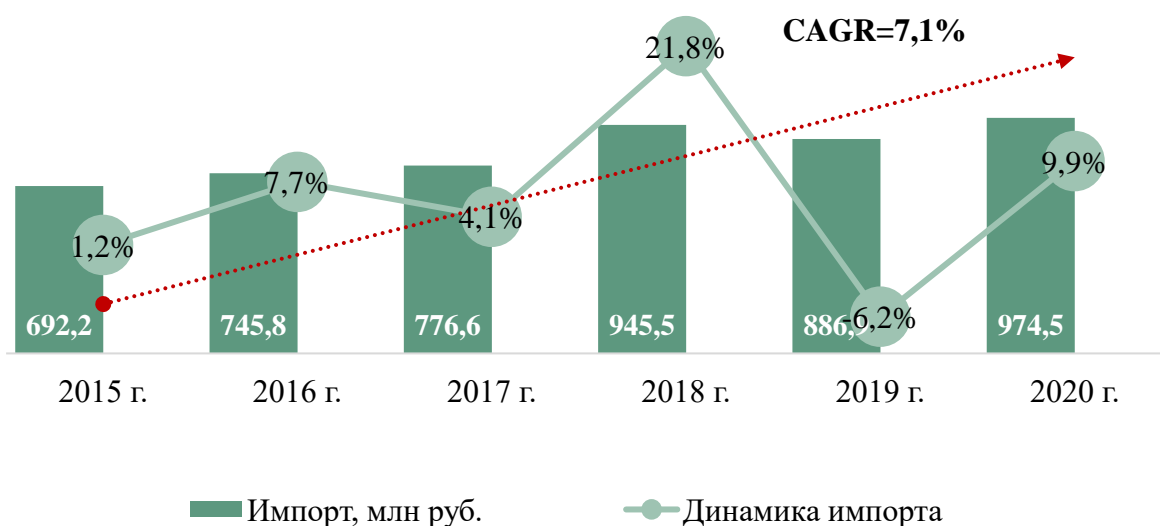
В структуре рынка импорт продолжает занимать высокую долю, в 2020 году объем импорта в натуральном выражении составил 2,9 млн уловных банок. Как и в случае с производством, в 2020 году объемы импортируемых гидрофобных средств упали, но общее падение импортируемых товаров составило всего 1,5% в натуральном выражении. В целом совокупный среднегодовой темп импорта (CAGR) за 2015-2020 годы составил – 1,8%% (рис. 1.15).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.15. Объем импорта гидрофобных средств в Россию в 2015-2020 гг., тыс. ул. банок

В стоимостном выражении в 2020 году объемы импорта гидрофобных средств выросли на 9,9%, достигнув по итогам года 974,5 млн руб. или 13,5 млн долларов США. Совокупный среднегодовой темп импорта (CAGR) за 2015-2020 годы в стоимостном выражении составил 7,1%.



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.16. Объем импорта гидрофобных средств в Россию в 2015-2020 гг., млн руб.

Если рассматривать среднюю стоимость производимых на территории России гидрофобных средств и импортируемого товара, можно отметить, что средняя цена 1 единицы импортного средства превышала стоимость отечественных гидрофобных средств в среднем на 43%. В 2020 году стоимость 1 единицы импортного товара составляла 332,3 руб., стоимость отечественного гидрофобного средства составляла 232,6 руб. (рис. 1.17).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 1.17. Объем импорта гидрофобных средств в Россию в 2015-2020 гг., руб.

2. Категорийный анализ рынка

2.2. Структура рынка в разрезе отдельных категорий гидрофобных средств

В целях определения точек дальнейшей динамики потребления в разрезе отдельных категорий гидрофобных средств рынок был изучен на предмет объемов и динамики каждой категории товара, включая следующие:

- 1) Гидрофобные защитные средства для кожи и ткани (обувь, одежда, аксессуары и тд)
- 2) Гидрофобные защитные средства с маркировкой ЭКО (обувь, одежда, аксессуары и тд)
- 3) Гидрофобные защитные средства для строительных материалов (камень, дерево, стекло и тд).
- 4) Гидрофобные защитные средства для автотранспорта.

Существует значительный потенциал роста интернет-торговли в ближайшие годы, в том числе за счет увеличения уровня проникновения и замещения традиционных розничных форматов. Одним из долгосрочных драйверов развития онлайн-торговли является увеличение количества пользователей сети Интернет. Специальные измерения интернет-аудитории показывают, что в 2019 г. среднее количество российских интернет-пользователей составило 93,1 млн человек. По сравнению с 2018 г. количество пользователей выросло на 2,5%, при этом, опережающими темпами растет число интернет-пользователей в городах с численностью населения до 100 тыс. чел. Все это может являться драйвером роста потребления гидрофобных средств, так как гидрофобное средство относится к той категории товаров, которые можно закупать через онлайн-магазины. Более того, такие продажи имеют большую перспективу, чем продажи через стандартный ритейл, так как e-коммерс площадки позволяют донести до потенциальных потребителей преимущества использования гидрофобного средства.

В связи с этим в рамках категорийного анализа рынка гидрофобных средств модель оценки объемов потребления строилась на оценке объявлений о продаже того или иного вида гидрофобного средства. Данные верифицировались посредством сравнения полученных сведений с показателями закупок гидрофобных средств

определенной категории, которые размещали производители и поставщики на электронных торговых площадках и на своих сайтах.

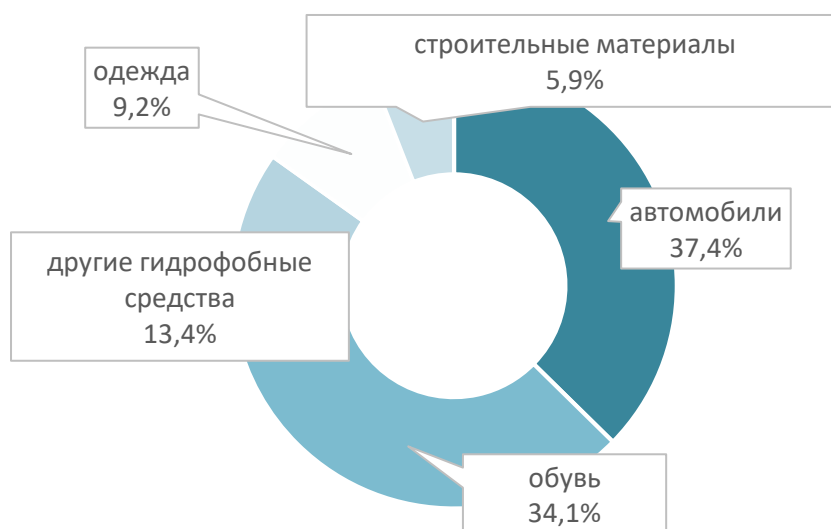
В данном случае источником статистической информации являлся массив данных, полученных через Интеллектуальную систему анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»⁶.

На российском рынке преобладают гидрофобные средства, используемые для покрытия автомобильных средств и обуви.

В структуре видимого потребления гидрофобных средств наибольшая доля принадлежит гидрофобным средствам, применяемым для автомобилей. В 2020 году объем потребления данной категории гидрофобных средств составил 577,5 млн руб., что составило 37,36% от общего объема рынка. На долю гидрофобных средств для обуви приходится 34,14% рынка, что в стоимостном выражении составляет 527,8 млн руб.

Удельный вес категории гидрофобных средств для одежды составляет 9,2% от общего объема видимого потребления или 142,2 млн руб.

Гидрофобные средства, используемые в строительстве, потребляются на рынке в наименьших объемах – на долю сегмента приходится всего 5,9% от общего объема видимого потребления или 91,8 млн руб. (рис. 2.1)

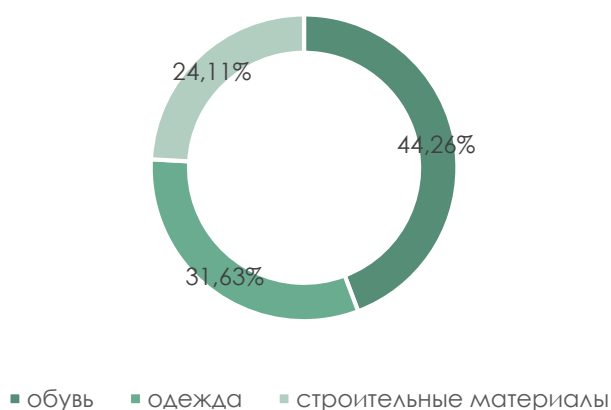


Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

⁶ <https://research-center.ru/research-system/>

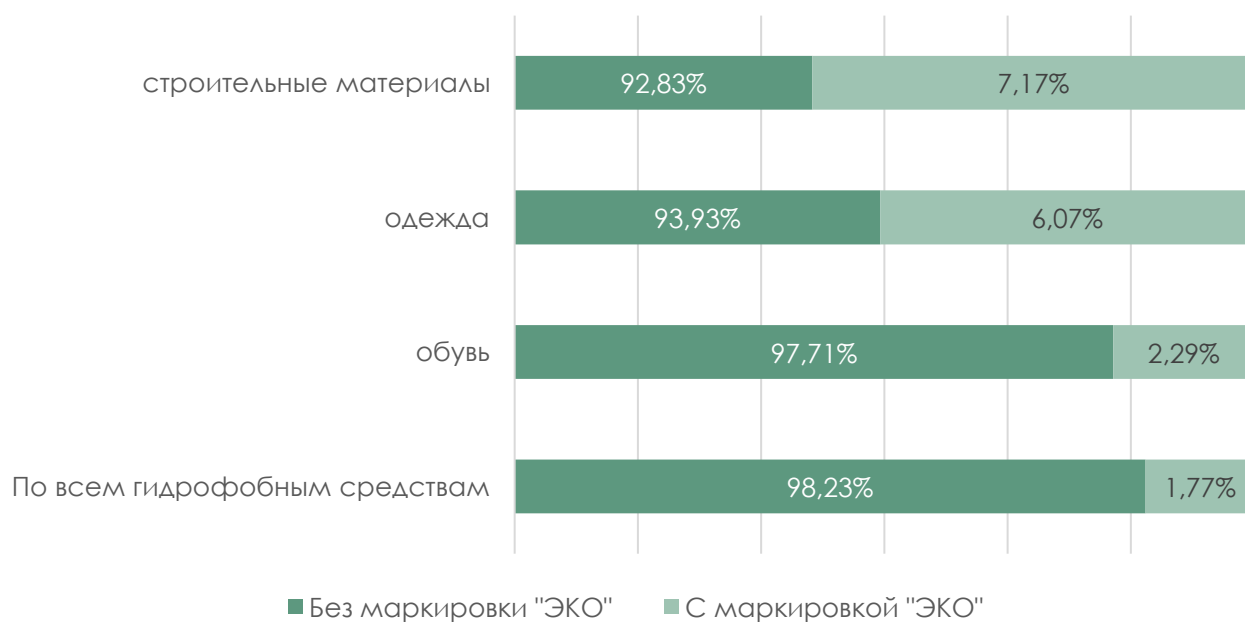
Рис. 2.1. Структура рынка в разрезе отдельных категорий гидрофобных средств в 2020 г. (в стоимостном выражении)

Исходя из полученных данных, гидрофобные защитные средства с маркировкой «ЭКО» в настоящий момент используются достаточно редко. В общем объеме потребления доля гидрофобных средств с маркировкой «ЭКО» составила всего 1,77%, что в стоимостном выражении составляет 27,3 млн руб. Больше всего средства данной категории пользуются спросом в гидрофобных покрытиях и спреях для обуви (44,26% от общего объема потребляемых гидрофобных средств с маркировкой «ЭКО») и одежды (31,63%) (рисунок 2.2).



Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»
Рис. 2.2. Структура рынка потребления гидрофобных средств с маркировкой «ЭКО» в 2020 г. (в стоимостном выражении)

При этом средства для обуви маркируются «ЭКО» в 2,9% случаях, средства для одежды – в 6,07%, строительные материалы – 7,17% (рис. 2.3).



Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 2.3. Структура гидрофобных средств с маркировкой «ЭКО» в разрезе отдельных категорий товаров

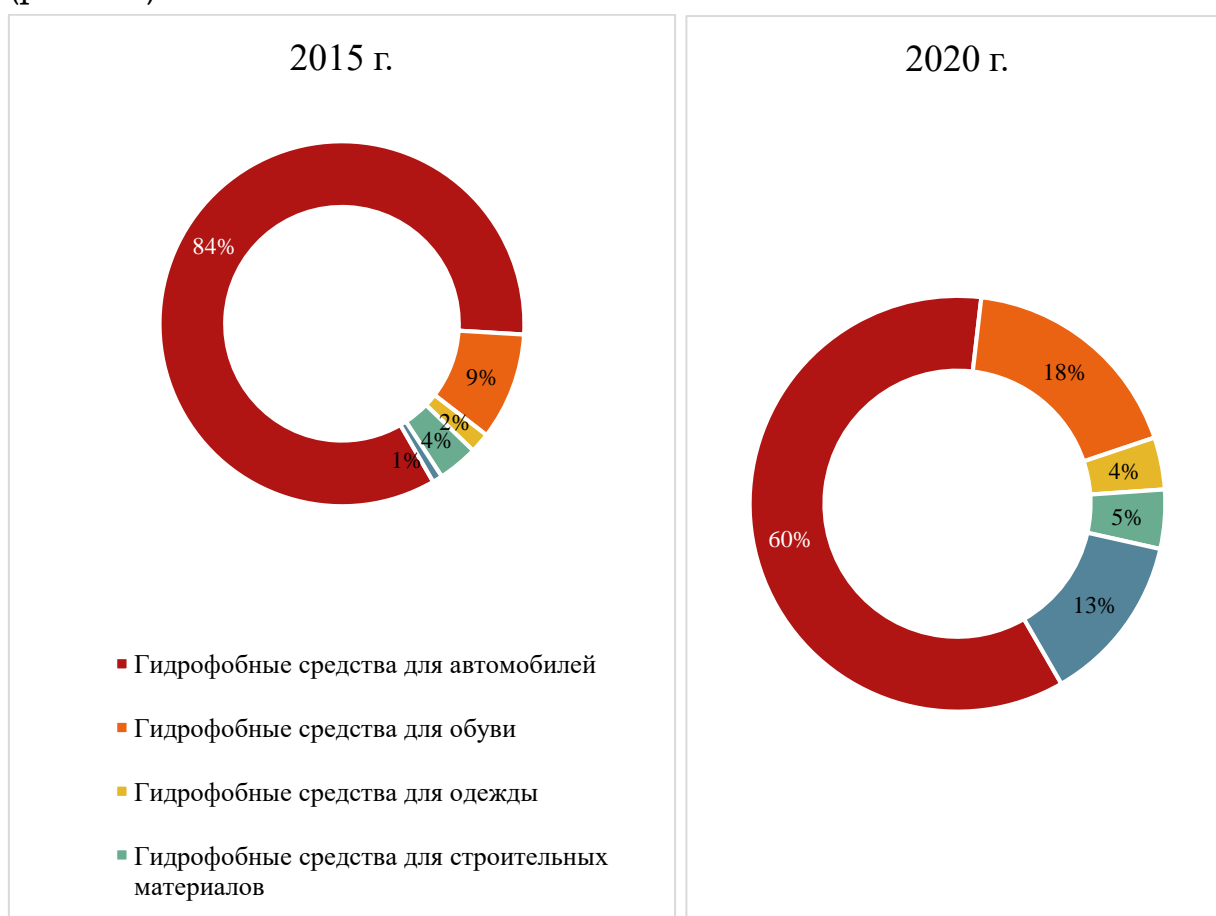
Структура потребления гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара представлена в таблице 2.1.

Таб. 2.1 Структура потребления гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара

Россия	Объем видимого потребления, тыс. руб.					
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Всего гидрофобных средств	994 619,66	1 241 920,37	1 364 677,71	1 411 830,46	1 419 847,33	1 545 803,00
Динамика потребления	9,8%	24,9%	9,9%	3,5%	0,6%	8,9%
CAGR	9,2%					
Категории гидрофобных средств	994 619,66	1 241 920,37	1 364 677,71	1 411 830,46	1 419 847,33	1 545 803,00
Гидрофобные средства для автомобилей	598 418,51	679 280,34	678 566,95	638 193,63	583 470,48	577 482,32
Гидрофобные средства для обуви	179 150,80	255 650,96	321 052,25	379 594,67	436 285,88	527 765,68
Гидрофобные средства для одежды	40 349,25	62 977,03	86 502,47	102 275,80	117 550,36	142 198,15
Гидрофобные средства для строительных материалов	45 703,85	60 071,15	69 483,02	75 667,18	80 101,94	91 797,72
Гидрофобные средства для других целей	130 997,25	183 940,91	209 073,02	216 099,17	202 438,68	206 559,12
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	7 081,01	11 052,03	15 180,58	19 631,38	22 563,26	27 294,30

2.4. Структура и динамика производства гидрофобных средств в разрезе товарных категорий

В объемах производимых гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товаров лидируют средства для автомобилей. В 2020 году объем производимых гидрофобных средств для автомобилей составил 343,7 млн руб. или 60% от общего объема производимых на территории России гидрофобных средств. В сравнении с 2015 годом удельный вес средств для автомобилей в общей структуре производства сократился на 24 %-х пункта (с 84% в 2015 году) (рис.2.3).

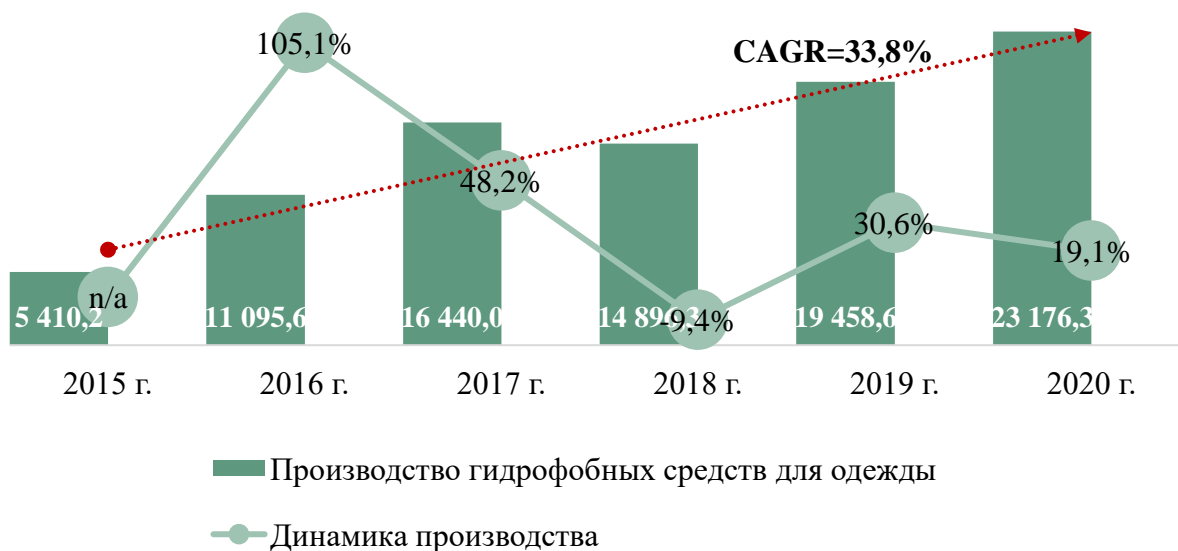


Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 2.3. Структура производства гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара в 2015 и в 2020 годах

В разрезе отдельных категорий товаров быстрее всего росло российское производство гидрофобных средств для одежды, за период с 2015 по 2020 годы объемы производства данного вида товаров выросли в 4,3 раза: с 5 млн руб. в 2015 году до 23,2 млн руб. в 2020

году. Совокупный среднегодовой рост производства (CAGR) составил 33,8% (рис. 2.4).



Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 2.4. Структура производства гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара в 2015 и в 2020 годах

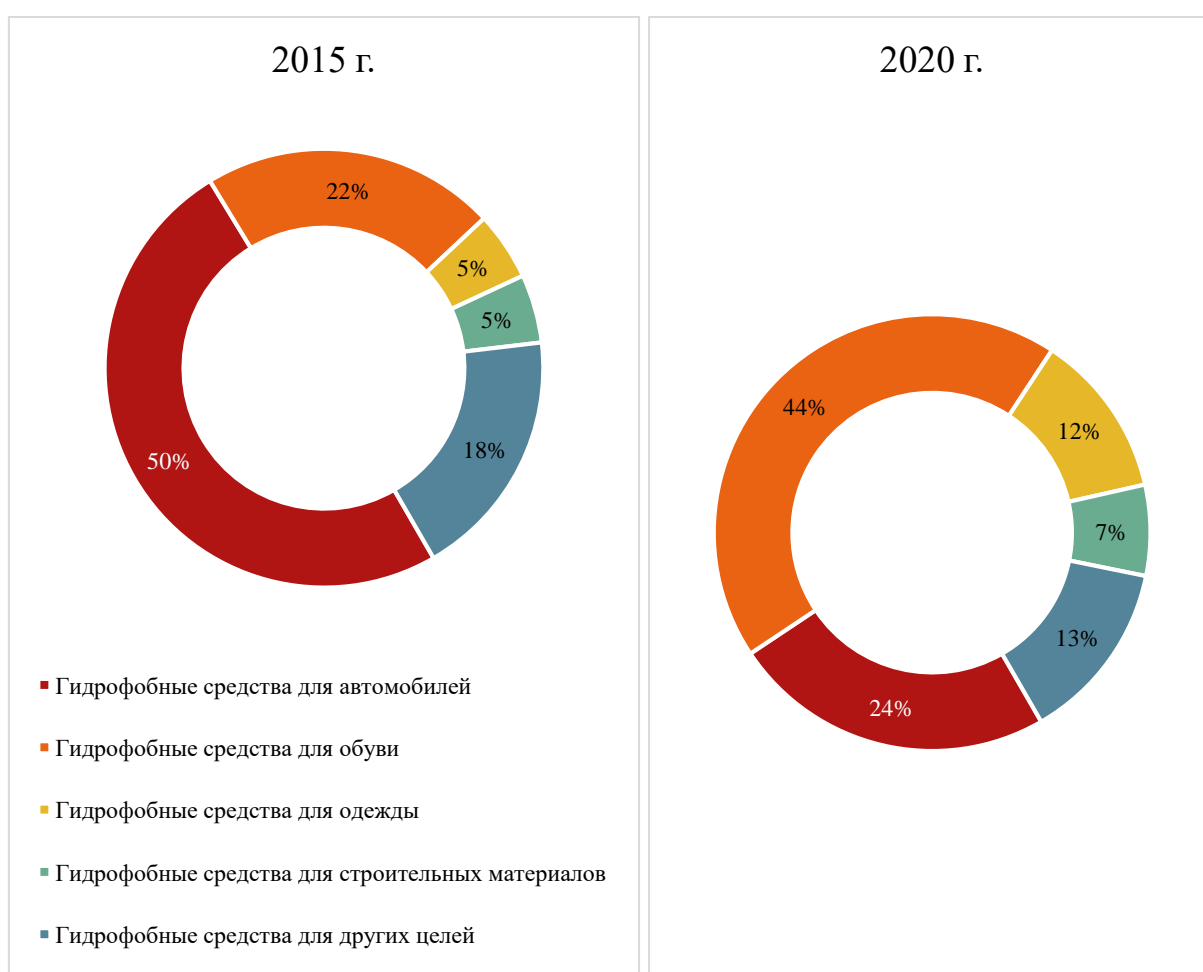
Структура производства гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара представлена в таблице 2.2.

Таб. 2.2 Структура производства гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара

Россия	Объем производства, тыс. руб.					
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Всего гидрофобных средств	302 411,20	496 161,46	588 118,06	466 282,58	532 955,63	571 302,65
Динамика потребления	8,6%	64,1%	18,5%	-20,7%	14,3%	7,2%
CAGR	13,6%					
Категории гидрофобных средств	302 411,20	496 161,46	588 118,06	466 282,58	532 955,63	571 302,65
Гидрофобные средства для автомобилей	254 858,50	398 230,91	449 559,48	339 455,26	352 721,32	343 727,45
Гидрофобные средства для обуви	28 736,53	53 882,96	72 993,61	66 139,59	86 396,33	102 902,98
Гидрофобные средства для одежды	5 410,22	11 095,58	16 439,99	14 896,29	19 458,62	23 176,33
Гидрофобные средства для строительных материалов	10 752,56	18 570,06	23 170,27	19 337,14	23 265,40	26 251,98
Гидрофобные средства для других целей	2 653,40	14 381,95	25 954,71	26 454,31	51 113,97	75 243,91
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	868,07	1 780,29	2 637,81	2 614,20	3 414,85	4 067,28

2.5. Динамика импорта (с 2015 г.) в разрезе каждой категории товара

В объемах импортируемых гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товаров лидируют средства для обуви. В 2020 году объем импорта гидрофобных средств для обуви составил 424,9 млн руб. или 44% от общего объема импорта гидрофобных средств. В сравнении с 2015 годом удельный вес средств для обуви в общей структуре импорта вырос на 22 %-х пункта (с 22% в 2015 году) (рис.2.5).



Источник: ФТС России, ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 2.5. Структура импорта гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара в 2015 и в 2020 годах

В разрезе отдельных категорий товаров быстрее всего росли объемы импорта гидрофобных средств для одежды, за период с 2015 по 2020 годы объемы импорта данного вида средств в стоимостном

выражении выросли в 3,4 раза: с 34,9 млн руб. в 2015 году до 119 млн руб. в 2020 году. Совокупный среднегодовой рост рынка (CAGR) составил 27,8% (рис. 2.6).



Источник: ФТС России, ИС анализа рынков уникальных товаров
АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 2.6. Структура импорта гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара в 2015 и в 2020 годах

Структура импорта гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара представлена в таблице 2.3.

Таб. 2.3 Структура импорта гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара

Россия	Объем импорта, тыс. руб.					
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Всего гидрофобных средств	692 208,46	745 758,91	776 559,65	945 547,87	886 891,70	974 500,35
Динамика потребления	1,2%	7,7%	4,1%	21,8%	-6,2%	9,9%
CAGR	7,1%					
Категории гидрофобных средств	692 208,46	745 758,91	776 559,65	945 547,87	886 891,70	974 500,35
Гидрофобные средства для автомобилей	343 560,01	281 049,42	229 007,47	298 738,37	230 749,15	233 754,87
Гидрофобные средства для обуви	150 414,27	201 768,00	248 058,64	313 455,09	349 889,55	424 862,70
Гидрофобные средства для одежды	34 939,03	51 881,45	70 062,48	87 379,51	98 091,74	119 021,82
Гидрофобные средства для строительных материалов	34 951,30	41 501,09	46 312,75	56 330,04	56 836,54	65 545,75
Гидрофобные средства для других целей	128 343,85	169 558,96	183 118,32	189 644,86	151 324,71	131 315,21
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	6 212,94	9 271,73	12 542,77	17 017,19	19 148,41	23 227,01

2.6. Прогноз емкости российского рынка на период до 2026 года

В краткосрочной перспективе российские производители гидрофобных средств столкнутся с локальными и глобальными вызовами, ключевыми из которых являются:

- сложности запуска производства гидрофобных средств в наиболее быстрорастущих сегментах рынка (эко, текстиль);
- ужесточение конкуренции на мировом рынке, что усложнит загрузку новых мощностей, введенных или запланированных к вводу в эксплуатацию в ближайшее время.

В ближайшие пять лет можно ожидать роста производства гидрофобных средств на уровне 7,4% в год. Ожидается, что производство вырастет на 63,4% за весь прогнозируемый период.

Доля импорта в структуре рынка будет продолжать оставаться высокой по истечении прогнозируемого периода в связи с недостатком производственных мощностей в России, рост ввода которых не будет успевать за ростом спроса на гидрофобные средства.

Ожидается, что объем потребления гидрофобных средств в ближайшие 6 лет вырастет на 33,6% (в среднем на 0,5 млрд руб. с учетом сохранения текущих цен на готовую продукцию)

Драйверами роста спроса на гидрофобные средства станут стабильный рост экологичной продукции и средств для одежды, программы импортозамещения, электронная коммерция. При этом продолжится видоизменение спроса на гидрофобные средства, что будет стимулировать качественные изменения в производстве и импорте. Такие технологии, как BigData, Интернет вещей, нейросети, искусственный интеллект, позволяют рознице гораздо лучше узнать покупателя и, в свою очередь, порождают такие факторы, как:

- 1) индивидуализация и кастомизация продуктовых решений (продукция разрабатывается и выпускается с учетом индивидуальных особенностей все более узких сегментов потребителей);
- 2) изменение форматов потребления (уменьшение объемов вложений в одежду, обувь и аксессуары – в результате спрос

на средства, сохраняющие срок службы вещей, растет опережающими темпами).

Продолжится рост онлайн-продаж и доставки товаров. Причем последствием 2020 г. станут более быстрые темпы роста спроса в этих сегментах, чем до пандемии, поскольку многие покупатели не захотят отказываться от новых привычек.

Автомобильная промышленность все прошедшие годы была крупнейшим сегментом применения гидрофобных средств на глобальном и российском рынках.

В тоже время, исходя из текущей динамики рынка, сегмент легкой промышленности (одежда, обувь) займет самую большую долю в течение ближайших 5 лет из-за все более широкого использования гидрофобных спреев на потребительском рынке. Более того, по оценкам, в швейной промышленности в ближайшие годы будет наблюдаться всплеск спроса на водонепроницаемую и пятноотталкивающую одежду.

Стимулом инвестиций в качество продукции является отмеченный ранее ввод новых мощностей по производству новой продукции, повышающий риск возникновения избытка предложения и снижения общей отраслевой доходности. Продукция с лучшими потребительскими характеристиками приносит производителю дополнительную прибыль за счет более высокой цены. Неэффективные предприятия вытесняются с рынка.

Прогноз потребления гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара представлен в таблице 2.4.

Прогноз потребления, спроса, производства и экспорта гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара представлен в Приложении 1 к настоящему исследованию.

Таб. 2.4 Прогноз потребления гидрофобных средств в разрезе отдельных категорий товара

Россия	Объем потребления, тыс. руб.					
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Всего гидрофобных средств	1 695 440,96	1 799 646,24	1 882 603,71	1 952 028,92	2 012 016,78	2 065 015,07
Динамика потребления	9,7%	6,1%	4,6%	3,7%	3,1%	2,6%
CAGR	4,0%					
Категории гидрофобных средств	1 695 440,96	1 799 646,24	1 882 603,71	1 952 028,92	2 012 016,78	2 065 015,07
Гидрофобные средства для автомобилей	570 045,77	544 573,76	512 709,06	478 454,71	443 842,31	409 980,15
Гидрофобные средства для обуви	607 797,58	677 411,78	744 070,02	810 084,73	876 728,44	944 813,35
Гидрофобные средства для одежды	163 761,48	182 517,93	200 477,95	218 264,57	236 220,67	254 565,07
Гидрофобные средства для строительных материалов	105 718,19	117 826,64	129 420,95	140 903,31	152 495,09	164 337,54
Гидрофобные средства для других целей	248 117,92	277 316,13	295 925,74	304 321,60	302 730,28	291 318,96
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	44 904,69	63 552,83	83 102,99	103 401,12	124 341,87	145 848,16

3. Конкурентный анализ рынка

3.1. Оценка уровня конкуренции на рынке на основе индекса Герфиндаля Гиршмана

Рынок гидрофобных средств характеризуется высокой степенью рыночной концентрации – на рынке представлено незначительное количество отечественных производителей. Представленные на российском рынке западные бренды, которые входят в лидеры рынка по объемам продаж, также крайне консолидированы.

Можно сказать, что рынок гидрофобных средств практически полностью находится в руках относительно небольшого ряда производителей и поставщиков.

Из числа западных гигантов следует отметить следующих производителей: Ceresit, Salamander, JASON MARKK, Autosol, NANOX, Hi Gear, Complex, DoctorWax, AutoMagic.

Для оценки уровня конкуренции на рынке гидрофобных средств в России был произведен расчет индекса Герфиндаля Гиршмана.

Индекс Герфиндаля Гиршмана (Herfindahl — Hirschman index) — показатель, широко используемый экономистами всего мира для оценки степени монополизации отрасли.

Принцип проведения расчетов по ТОП-10 конкурентов основан на расчете доли 10-ти конкурентов в общем объеме отгруженной продукции.

Расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана (далее также – Index HH) рынка гидрофобных средств осуществлялся по формуле:

$$Index_{HH} = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

де, n – определяет число компаний на рынке гидрофобных средств в Российской Федерации, а S – является величиной рыночной доли (по выручке) данной компании.

В качестве источника данных для расчета Index HH использовались открытые данные формы государственного статистического наблюдения и ФНС России.

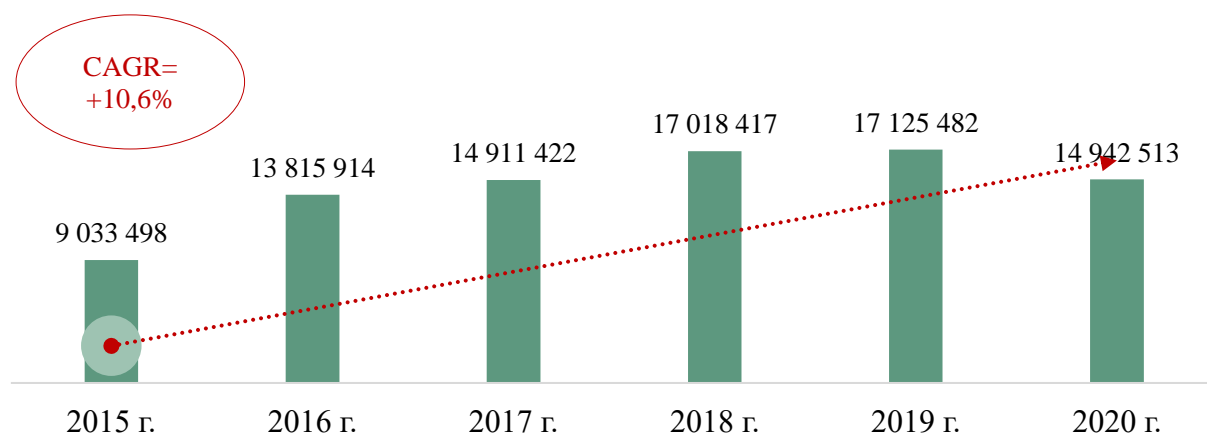
В случае если индекс Index НН составляет от 0,1000 до 0,1800 – рынок является умеренно концентрированными, а индексы выше 0,1800 - концентрированными.

Российский рынок гидрофобных средств является концентрированным - Index НН составляет 0,2033. Основная доля рынка сосредоточена в руках топ-10 крупнейших игроков.

3.2. Финансовые показатели российских производителей

Российским производителям продукции, относящейся к гидрофобным средствам, в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности более всего соответствует ОКВЭД 2 : (20.41.4) Производство средств для ароматизации и дезодорирования воздуха и восков.

По данным ФНС России в 2020 году валовая выручка производителей с указанным ОКВЭД 2 составила 14,9 млрд руб. За весь период выручка производителей росла со среднегодовыми темпами (CAGR) на 10,6% (рис. 3.1)

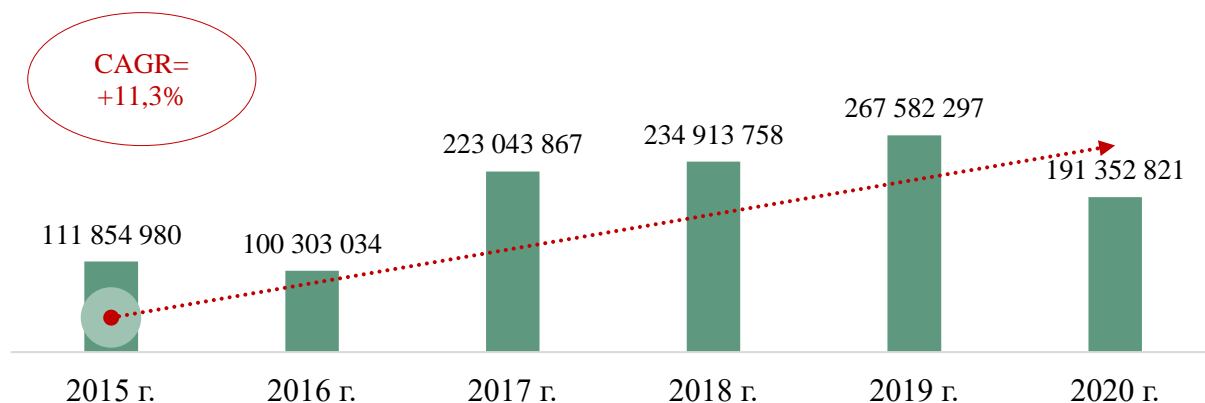


Источник: ФНС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 3.1. Показатели валовой выручки производителей по ОКВЭД 2 «20.41.4 - Производство средств для ароматизации и дезодорирования воздуха и восков» в 2015-2020 гг., тыс. руб.

Российским поставщикам продукции, относящейся к гидрофобным средствам, в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности более всего соответствует ОКВЭД 2: (46.44.2) Торговля оптовая чистящими средствами.

По данным ФНС России в 2020 году валовая выручка производителей с указанным ОКВЭД 2 году составила 191,4 млрд руб. За весь период выручка производителей росла со среднегодовыми темпами (CAGR) на 11,3% (рис. 3.2)



Источник: ФНС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 3.2. Показатели валовой выручки поставщиков по ОКВЭД 2 «46.44.2 - Торговля оптовая чистящими средствами» в 2015-2020 гг., тыс. руб.

Перечень ключевых производителей и поставщиков гидрофобных средств (по валовой выручке) с указанием поставляемых (производимых) марок гидрофобных средств представлен в таблице 3.1 и в Приложении 2 к настоящему отчету.

Таб. 3.1. Перечень ключевых производителей гидрофобных средств (по валовой выручке)

Название	Выручка (нетто) от продажи, тыс руб, 2020, год	Среднесписочная численность	Регион	Web-site	Наличие гидрофобных средств	Отрасль	Наименование бренда	страна производства
"ХЕНКЕЛЬ РУС", ООО	84 111 393	914	г. Москва	http://henkel.ru	+	Строительство	Ceresit	зарубежное (Германия)
"АВТОХИМИЯ-ИНВЕСТ", ООО	2 420 460	351	г. Москва	https://хайгир.рф	+	автомобили	Hi- Hi-Gear, DoctorWax, NANOX	зарубежное (США)
"ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ", ООО	920 163	88	г. Санкт-Петербург	http://neomid.ru	+	строительство	Neomid	Россия
"ЕВРО КЕМИКАЛС", ООО	850 201	27	г. Москва	http://eurochemicals.ru	+	строительство	Silres	зарубежное (Германия)
"ЛАРЧФИЛД ЛСН", ООО	714 357	22	г. Москва	larchfield-lsn.ru	+	строительство	ASCOTRAN	зарубежное
"САЛРУС", ООО	523 576	63	г. Москва	http://salrus.ru	+	одежда и обувь	Tarrago Salamander Salton	зарубежное (Испания) зарубежное (Германия) Россия
"НАНОБАРЬЕР", ООО	222 640	8	г. Москва	http://hydrop.ru	+	одежда и обувь	Hydrop	Россия
"САФИ ТРЕЙД", ООО	179 402	8	г. Москва	http://safiteks.ru	+	одежда и обувь	Rudolf Repellan	зарубежное
ООО "СТАФ ФО ЛАЙФ"	151 893	218 549	г. Москва	https://kixbox.ru/collections/jason-markk	+	одежда и обувь	JASON MARKK	зарубежное (США)

"АСАНА ТМ", ООО	135 610	28	г. Москва	http://asanatm.ru	+	строительство	ТМ Гидрофобизатор (либо Асана)	Россия
"ФОРСАЙТ ЛАБ", ООО	104 739	1	г. Москва	https://solemate.ru	+	одежда и обувь	SOLEMATE, Trekko	Россия
НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФИРМА КОНТУР ООО	72 533	25	Кемеровская область	www.kontur-nk.ru	+	одежда и обувь	Наноэффект	Россия
"ПЕРОТА", ООО	47 676	4	г. Санкт-Петербург	www.perota.ru	+	автомобили	Autosol	зарубежное (Германия)
"ХИМЭКОЦЕНТР", ООО	42 556	3	Иркутская область	http://himcentre.ru	+	автомобили	Complex	Зарубежное (Польша)
"АВТОСТАНКОПРОМ", ООО	12 632	6	г. Санкт-Петербург	http://avtostankoprom.ru	+	автомобили, строительство	Эпилам	Россия
"АНТИЛИК", ООО	11 251	1	г. Москва	https://antiliq.com	+	одежда и обувь	Antiliq	Россия
"ПОЛИНОМ", ООО МЕЖОТРАСЛЕВОЙ ЦЕНТР	1 106	2	Владимирская область	http://rikol.ru	+	одежда и обувь	Рикол	Россия
"ВИ-ДЭЙ", ООО	351	1	Красноярский край	www.nanokras.ru	+	автомобили, строительство	Olympic nano	зарубежное (Германия)

3.3. Ключевые конкуренты (топ 10), их выручка и финансовые показатели

Ключевыми конкурентами, ассортимент гидрофобных средств которых наиболее широко представлен на российском рынке, являются компании: "ХЕНКЕЛЬ РУС", "АВТОХИМИЯ-ИНВЕСТ", "ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ", "САЛУС", "САФИ ТРЕЙД", "НАНОБАРЬЕР", "ФОРСАЙТ ЛАБ", "ПЕРОТА", "ХИМЭКОЦЕНТР", "АНТИЛИК".

В 2020 году валовая выручка данных компаний составила 88,6 млрд руб. В сравнении с 2018 годом общий объем выручки компаний вырос почти в 1,7 раз: с 30,8 млрд руб. в 2018 году.

Как указывалось ранее, рынок крайне консолидирован. На долю лидера рынка – компанию «ХЕНКЕЛЬ РУС» приходится 95% от валовой выручки производителей и поставщиков гидрофобных средств. Стоит отметить, что компания «ХЕНКЕЛЬ РУС» является гигантом в сфере производства средств бытовой химии. Следовательно, для соблюдения объективности дальнейшего анализа компания была исключена из рейтинга (в качестве компании на 10-м месте добавлена "ВИ-ДЭЙ").

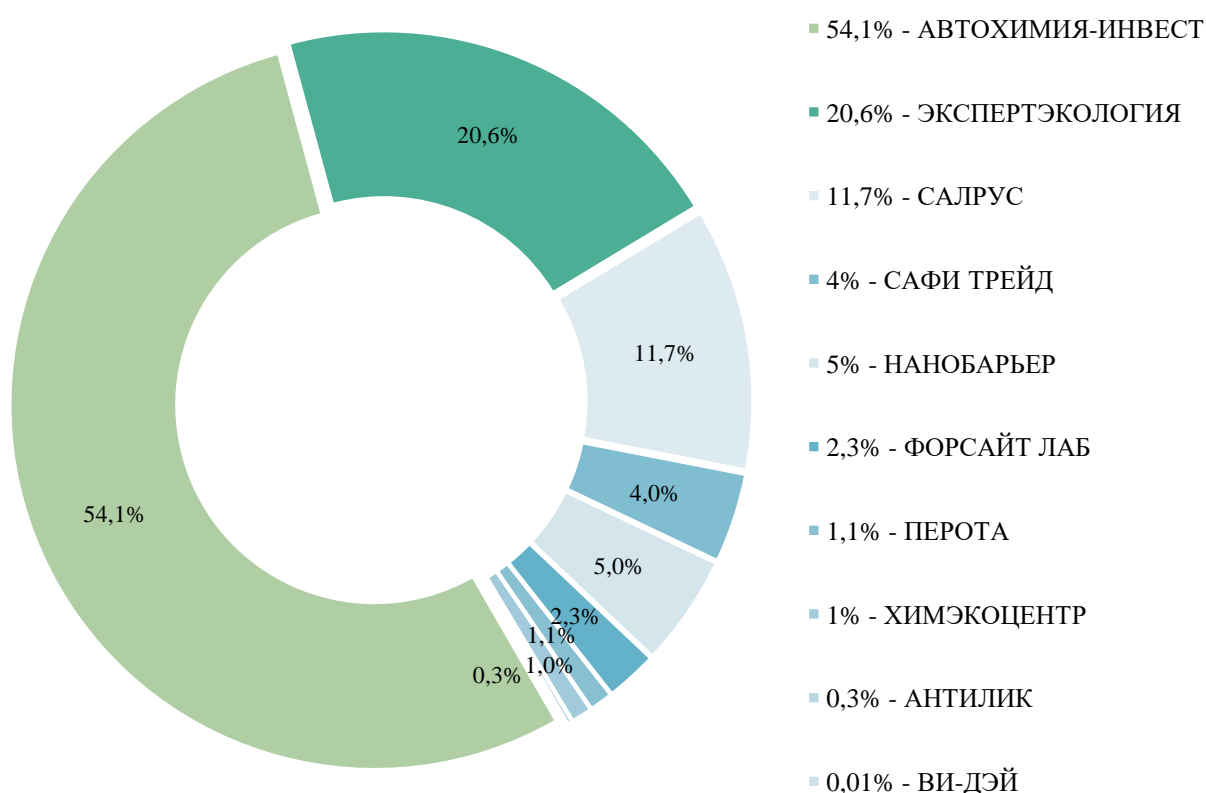
За минусом исключенных данных о выручке компании «ХЕНКЕЛЬ РУС» валовая выручка топ-10 конкурентов на рынке гидрофобных средств в России в 2020 году составила 4,5 млрд руб. За период с 2018 года выручка ключевых производителей и поставщиков гидрофобных средств в России увеличилась почти в 1,3 раза: с 1,97 млрд руб. в 2018 году (таб. 3.2).

Таб. 3.2. Топ-10 лидеров российского рынка гидрофобных средств и их валовая выручка в 2018-2020 гг., в тыс. руб.

№	Название	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Динамика 2018/2020
не учитывается	"ХЕНКЕЛЬ РУС", ООО	30 832 951	68 423 319	84 111 393	172,8%
1.	"АВТОХИМИЯ-ИНВЕСТ", ООО	635 343	1 885 207	2 420 460	281,0%
2.	"ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ", ООО	870 232	885 671	920 163	5,7%
3.	"САЛУС", ООО	401 066	582 026	523 576	30,5%
4.	"НАНОБАРЬЕР", ООО			222 640	n/a
5.	"САФИ ТРЕЙД", ООО		178 179	179 402	0,7%
6.	"ФОРСАЙТ ЛАБ", ООО	20 626	74 885	104 739	407,8%

7.	"ПЕРОТА", ООО	8 258	45 703	47 676	477,3%
8.	"ХИМЭКОЦЕНТР", ООО	33 086	31 405	42 556	28,6%
9.	"АНТИЛИК", ООО		5 539	11 251	103,1%
10.	"ВИ-ДЭЙ", ООО	1 198	575	351	-70,7%
Всего по топ-10 компаний (без учета "ХЕНКЕЛЬ РУС")		1 969 809	3 689 190	4 472 814	127,1%

В структуре лидеров рынка более половины (54,1%) приходится на выручку компании «Автохимия-Инвест», поставляющей на российский рынок американские гидрофобные средства и автохимию под маркой «Hi-Gear», DoctorWax и NANOX. В лидеры рынка также входит компания «ЭкспертЭкология» - отечественный производитель гидрофобных средств в сфере строительства под маркой «Neomid» (рис. 3.3). Подробный анализ лидеров рынка и их ассортимента представлен в разделе 3.4 настоящего Отчета.



Источник: ФНС России, расчеты: Центр экономики рынков

Рис. 3.3 Распределение удельного веса выручки лидеров российского рынка гидрофобных средств в общей выручке топ-10 компаний.

3.4. Ассортимент и политика ценообразования лидеров рынка

В настоящем разделе представлен анализ лидеров российского рынка гидрофобных средств. Для удобства ассортимент компаний разделен на 4 подраздела (по отраслям применения):

- Гидрофобные средства для одежды;
- Гидрофобные средства для обуви;
- Гидрофобные средства для автомобилей;
- Гидрофобные средства для строительных материалов;
- Гидрофобные средства «ЭКО».

В целях соблюдения полноты анализа также описаны гидрофобные средства компании «Хенкель Рус», финансовые показатели которой в общей выручке конкурентов не учитывались, тем не менее, компания является активным игроком рынка.

Анализ ассортимента конкурентов также представлен в Приложении 3 к настоящему Отчету.

В таблице 3.3 представлено сравнение ассортимента и цен на гидрофобные средства.

Сравнение ассортимента и цен на гидрофобные средства также представлено в Приложении 4 к настоящему Отчету.

Таб. 3.3. Сравнение ассортимента и цен на гидрофобные средства

Наименование средства	Марка	Вид	Предназначение	Конкурентное преимущество	Ед. изм, г. (мл)	Цена, руб.	Цена за 1 г. (мл.)
Combi Care Salamander	Salamander	пропитка	обувь	Особая защитная формула с фтором	30	683	22,77
HYDROP Textile Capsule	HYDROP	спрей	одежда, аксессуары	Экологически безопасен	50	990	19,80
HYDROP Textile Professional	HYDROP	спрей	одежда, обувь	Одной обработки обуви хватает на 2-3 месяца; одежды - до 10 стирок	250	3 000	12,00
Водоотталкивающая пропитка JM REPEL SPRAY WHITE	JASON MARKK	пропитка, спрей	обувь	Формула на водной основе	160	1 690	10,56
Solemate Shield	SOLEMATE	пропитка, спрей	обувь	Отталкивает практически любую жидкость, предотвращая даже самые сложные загрязнения	100	900	9,00
AUTOMAGIC ТВЕРДЫЙ ВОСК КАРНАУБЫ E-Z WAX PASTE EZ -15	Autosol	твердый воск	автомобили		368	2 970	8,07
Нанопокрытие для керамики и кафеля Олимпик Нано	Olympic nano	спрей	строительство	Для защиты керамики	100	610	6,10
Salamander Wetter Schutz PROF	Salamander	крем	обувь		75	398	5,31
Salamander Dubbin	Salamander	воск	обувь	Обладает сильными водоотталкивающими свойствами. Для максимальной защиты (даже рабочей обуви)	100	512	5,12
Водоотталкивающая пропитка Solemate Ultra Shield	SOLEMATE	пропитка, спрей	обувь	Средство подходит для материалов из замши, кожи (даже лакированной), нубука, текстиля	335	1 190	3,55
Нанопокрытие для дерева и камня OLYMPIC NANO	Olympic nano	спрей	строительство	Нанопокрытие для дерева и камня	250	870	3,48
ANTILIQ PROTECT	ANTILIQ	спрей	одежда, обувь		150	500	3,33
ANTILIQ MEMBRANE	ANTILIQ	спрей	одежда, аксессуары	Для мембранных тканей	150	499	3,33
Trekko ECO PROTECT	Trekko	пропитка, спрей	обувь		200	659	3,30

Синтетическая полироль с воском карнауба Nanox NX8305	NANOX	полироль, воск	автомобили		227	700	3,08
Trekko PROTECT	Trekko	пропитка, спрей	обувь		200	549	2,75
Полироль-защита для стекла Hi Gear HG5644	Hi Gear	жидкость	автомобили	В аварийном режиме позволяет ехать без дворников.	236	607	2,57
Nanoprotech Electric	Nanoprotech	аэрозоль	строительство	Защитное покрытие для электрики	210	540	2,57
Salamander Universal SMS Professional	Salamander	спрей	обувь		300	490	1,63
Nanoprotech антикор для металлоконструкций	Nanoprotech	смазка	строительство	Длительный срок защиты от 1 года	250	400	1,60
Антидождь Hg5624	Hi Gear	спрей	автомобили		150	193	1,29
Силиконовая смазка Complex SILICONE	Complex	смазка	автомобили	Применяется для резиновых элементов автомобиля	250	319	1,28
DoctorWax ОЧИСТИТЕЛЬ СТЕКОЛ «АНТИДОЖДЬ» DW5680S	DoctorWax	спрей	автомобили		473	596	1,26
AUTOMAGIC СРЕДСТВО ПО УХОДУ ЗА ШИНАМИ MAGIC DRESSING №33	Autosol	жидкость, спрей	автомобили	Многоцелевой силиконовый консервант на основе сольвента для шин и наружного пластика	3 785	3 800	1,00
Salamande для кроссовок	Salamander	пропитка, спрей	обувь	Эффективная формула с маслами и восками	250	239	0,96
МАСЛО ДЛЯ ТЕРРАС PREMIUM NEOMID	Neomid	масло	строительство		2 000	1 720	0,86
AUTOMAGIC УНИВЕРСАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ПЛАСТИКА UNIVERSAL DRESSING №62	AutoMagic	жидкость	автомобили	Возвращает первоначальный и свежий вид деталям интерьера.	3 785	3 100	0,82
Экспресс Воск Autosol	Autosol	жидкость, спрей	автомобили		1 000	694	0,69
Очиститель стекол NANOX NX5680, нанотехнология	NANOX	спрей	автомобили		650	440	0,68
Complex Rotae Vis	Complex	жидкость, спрей	автомобили		500	336	0,67
Шампунь для ручной мойки с воском Autosol	Autosol	шампунь	автомобили		1 000	583	0,58
гидрофобизатор CERESIT СТ 10 противогрибковый	Ceresit	пропитка	строительство	Для обработки заполненных затирками швов плиточных облицовок	1 000	579	0,58
NEOMID BIO Ремонт готовый раствор	Neomid	спрей	строительство	Средство для усиленной защиты строительных	500	274	0,55

				материалов на минеральной основе			
1:9 ГРУНТ-ВЛАГОИЗОЛЯТОР NEOMID ВЛАГОSTOP BIO PROFF	Neomid	концентрат	строительство	Предназначен для грунтования поверхностей различных материалов, в том числе чувствительных к влаге (гипсокартонные плиты, газобетон, гипсовые блоки, бетон, керамический и силикатный кирпич, камень, штукатурка, ДСП, фанера и другие материалы)	1 000	480	0,48
CeresitCO 81	Ceresit	жидкость	строительство		30 000	11 900	0,40
CT 13 ГИДРОФОБИЗАТОР ДЛЯ ФАСАДОВ	Ceresit	эмульсия	строительство	Средство для защиты фасадов от влаги и загрязнения	10 000	3 600	0,36
Complex Tutela bubble gum	Complex	жидкость	автомобили		1 000	346	0,35
Complex Tutela вишня	Complex	жидкость	автомобили	Профессиональное средство для быстрой сушки автомобиля после мойки	1 000	342	0,34
Ceresit CT 99	Ceresit	концентрат	строительство		1 000	334	0,33
Complex DeBug	Complex	жидкость, спрей	автомобили	Средство для удаления следов насекомых	500	160	0,32
Гидрофобизатор Neomid H2O Stop	Neomid	жидкость	строительство	Предназначен для придания водоотталкивающих и грязеотталкивающих свойств минеральным, строительным материалам	5 000	1 398	0,28
ЭКО: 1:4 влагоизолятор Neomid БИО	Neomid	концентрат	строительство		1 000	234	0,23
1:4 влагоизолятор Neomid БИО	Neomid	концентрат	строительство		1 000	234	0,23
Ceresit CR 62 WTA	Ceresit	штукатурка	строительство		20 000	1 849	0,09

3.4.1. Гидрофобные средства для одежды

НАНОБАРЬЕР, Москва

Сайт: <http://hydrop.ru>

Производство химических продуктов, наносредств для защиты одежды и обуви.

Российский производитель гидрофобного средства: Hydrop

Ассортимент:

Спрей HYDROP Textile Professional

Вид: спрей.

HYDROP Textile защищает от влаги и жидких загрязнений. Средство создает на поверхности нанорельеф, придающий одежде или обуви водоотталкивающие свойства. В результате капли воды и грязи не впитываются, а просто скатываются с нее, не оставляя пятен.

Преимущества:



- Не изменяет структуру материала
- -Безопасен для детей
- -Не имеет запаха, нетоксичен
- -Одной обработки обуви хватает на 2-3 месяца; одежды - до 10 стирок
- -Экологически чистый продукт и на 93% состоит из воды, 7% нетоксичные биосовместимые и биоразлагаемые компоненты.

Единица изменения: баллончик 250 мл

Цена: 3000 руб.

Средство для защиты одежды и обуви HYDROP Textile Capsule

Вид: спрей.



Предназначен для обработки замши, текстиля и нубука. Водоотталкивающий состав HYDROP в маленьком объеме 50мл.

Преимущества:

- компактная упаковка, можно носить с собой;
- не виден глазу, не изменяет цвет и текстуру материала;
- нетоксичен и экологически безопасен;
- сохраняет 100% воздухопроницаемость;
- препятствует выцветанию материалов;
- обладает антибактериальными свойствами;
- устойчив к воздействию реагентов;

Единица изменения: флакон 50 мл

Цена: 990 руб.

АНТИЛИК, Москва

Сайт: <https://antiliq.com>

ANTILIQ - российская технологическая компания, которая разрабатывает и производит средства по уходу за обувью, одеждой и спортивным снаряжением на основе новейших достижений в области наук о материалах.

Российский производитель гидрофобного средства: Antiliq

ANTILIQ NANO - Водоотталкивающее самоочищающееся нанопокрывтие

Вид: спрей

Защитное средство нового поколения для придания сверхсильных водоотталкивающих свойств изделиям из замши, нубука некоторых видов, хлопковых и синтетических тканей. Наночастицы в составе покрытия создают невидимую невооруженным глазом нанорельефную структуру, которая позволят добиваться супергидрофобного эффекта.



Преимущества:

- Защищает от воды, жидких загрязнений и дорожных реагентов.
- Предотвращает образование солевых разводов.
- Полностью сохраняет дышащие свойства обрабатываемых материалов.
- Быстрая активация покрытия (всего 20 минут после нанесения) позволяет обрабатывать вещи непосредственно перед выходом на улицу.

Единица изменения: флакон 150 мл

Цена: 600 руб.

ANTIQ MEMBRANE Водоотталкивающая пропитка

Вид: спрей, пропитка

Уникальная формула создает на поверхности материала тончайшую, толщиной всего несколько нанометров, полимерную мембрану, которая эффективно отталкивает воду и при этом сохраняет дышащие свойства материала. Подходит для восстановления водоотталкивающих свойств мембранных тканей всех типов.



Преимущества:

- Сохраняет дышащие свойства обрабатываемых материалов.
- Быстрая активация покрытия в течение 20 минут позволяет обрабатывать снаряжение непосредственно перед использованием.
- Предотвращает образование пятен и солевых разводов.

Единица изменения: флакон 150 мл

Цена: 499 руб.

ANTIQ ПРОТЕСТ - Универсальное водоотталкивающее нанопокрывтие

Вид : спрей

Универсальный защитный спрей от влаги и грязи для обуви и одежды из гладкой кожи, замши, текстиля, а также различных комбинаций этих материалов. Уникальная формула создает на поверхности обрабатываемого материала тончайшее нанопокрытие, отталкивающее воду и жидкие загрязнения и при этом сохраняющее дышащие свойства текстиля и кожи.



Преимущества:

- Защищает от воды, жидких загрязнений и дорожных реагентов, предотвращает образование солевых разводов.
- Быстрая активация покрытия позволяет обрабатывать вещи непосредственно перед выходом на улицу.
- Не оставляет разводов и подходит как для глянцевых, так и для матовых материалов.

Единица изменения: флакон 150 мл

Цена: 500 руб.

3.4.2. Гидрофобные средства для обуви

САЛРУС, Москва

Сайт: <http://salrus.ru>

Компания с многолетним опытом работы на российском рынке по продаже обувной косметики и средств по уходу за изделиями из кожи

Поставщик гидрофобных средств: Salamander (Германия).

Salamander 019 Пропитка Combi Care

Вид : пропитка, спрей

Высококачественный спрей-пропитка "Комби Кеа" для ухода за изделиями из гладкой и замшевой кожи, синтетическими материалами и текстилем. Особая защитная формула с фтором эффективно защищает изделия от сырости и грязи. Сбалансированная комбинация воска и масла дикой розы питает материал и восстанавливает цвет.



Преимущества:

- Обеспечивает надежную защиту от влаги и грязи
- Бесцветный

Единица изменения: баллончик 30 мл

Цена: 683 руб.

Salamander Водоотталкивающая пропитка Universal SMS Professional

Вид : спрей



Водоотталкивающая пропитка эффективно защищает изделия из гладкой кожи, замши и текстиля от воздействия влаги и грязи. Предотвращает образование снежных, водных и солевых разводов.

Преимущества:

- Сохраняет кожу эластичной и воздухопроницаемой
- Эффективная защита от воды и грязи

Единица изменения: 300 мл

Цена: 490 руб.

Salamander Экстразащита от воды для кроссовок

Вид : пропитка, спрей

Создает невидимый защитный слой, который отталкивает воду, грязь, соль и снег. Эффективная формула с маслами и восками защищает от агрессивных воздействий окружающей среды, старения и выцветания.



Преимущества:

- Сохраняет кожу эластичной
- Освежает цвет
- Позволяет материалу дышать
- Подходит для любых материалов и цветов
- Демократичная цена

Единица изменения: баллончик 250 мл

Цена: 239 руб.

Salamander воск для гладкой кожи Dubbin

Вид : воск.

Интенсивная пропитка обеспечивает пропитку, защиту и уход за рабочей, спортивной и туристической обувью из гладкой кожи. Высококачественная формула активных веществ и воска смягчает и питает.

Преимущества:

- Обладает сильными водоотталкивающими свойствами.
- Хорошо защищает швы на прошитой обуви, также рекомендуется для использования в зимнее время года.



- Высококачественная формула активных веществ, масла и воска ухаживает за кожей и питает ее, благодаря чему кожа остается мягкой и эластичной.

- Может использоваться для обработки рантов, подошв и каблучков.

Единица изменения: банка 100 мл

Цена: 512 руб.

Salamander крем Wetter Schutz PROF

Вид : крем

Крем для обуви подходит для всех видов гладких кож. Обновляет цвет, интенсивно питает, защищает, сохраняет кожу мягкой и эластичной, придает блеск, а также обладает водоотталкивающим действием.



Преимущества:

- Сбалансированный комплекс активных веществ питает кожу, восстанавливает цвет и придает яркий блеск.
- Специальный состав со фтором и силиконовым маслом обеспечивает эффективную защиту от влаги и грязи.
- Не содержит растворителей.

Единица изменения: тубик 75 мл

Цена: 398 руб.

ФОРСАЙТ ЛАБ, Москва

Сайт: <https://solemate.ru>

Компания специализируется на производстве и выпуске чистящих средств и продукции для одежды и обуви под такими брендами, как Solemate и Trekko

Производитель гидрофобных средств: SOLEMATE, Trekko

Водоотталкивающая пропитка Solemate Ultra Shield

Вид : пропитка, спрей

Пропитка для кроссовок и классической обуви защитит от воды и грязи. Моментальный видимый эффект после обработки уже через 15 минут. Средство подходит для материалов из замши, кожи (даже лакированной), нубука, текстиля.



Преимущества:

- видимый водоотталкивающий эффект уже через 15 минут;
- невидимое дышащее покрытие защищает обувь до 2 месяцев;
- защищает от реагентов и солевых разводов;
- безопасно для цветных и деликатных материалов;
- подходит для Hi-Tech материалов.

Единица изменения: баллончик 335 мл

Цена: 1990 руб.

Средство против воды и грязи Solemate Shield

Вид : пропитка, спрей

Средство подходит для изделий из замши, нубука, текстиля, но не подойдет для лакированной кожи. Чтобы обувь не пачкалась и не промокала осенью, равномерно нанесите защитную пропитку Shield на поверхность обуви. Защищает от воды и грязи.



Преимущества:

- отталкивает практически любую жидкость, предотвращая даже самые сложные загрязнения.
- не влияет на цвет и текстуру материалов
- не имеет запаха и создает невидимый дышащий барьер
- экологичный

Единица изменения: бутылочка 100 мл

Цена: 900 руб.

Экспресс-спрей Trekko PROTECT

Вид : пропитка, спрей

Экспресс-спрей Trekko Protect защитит одежду, обувь и снаряжение от воды и грязи, когда мало времени на сборы. Средство создаёт устойчивый гидрофобный слой всего за 15 минут. Подходит для натуральных и синтетических тканей, замши, нубука и мембран



Преимущества:

- Сохраняет дышащие свойства, цвет и текстуру материалов.
- Совместимо с заводскими водоотталкивающими пропитками
- Быстро действует
- Создаёт защиту от воды и грязи на срок до месяца

Единица изменения: флакон 200 мл

Цена: 549 руб.

СТАФ ФО ЛАЙФ, Москва

Сайт: <https://kixbox.ru/collections/jason-markk>

Компания поставляет в Россию продукцию Лос-анджелесской компании Jason Markk, которая специализируется на средствах ухода за обувью, выпуская полный спектр продуктов для чистки и защитной обработки.

Поставщик гидрофобных средств: Jason Markk (США)

Водоотталкивающая пропитка JM REPEL SPRAY WHITE

Вид : спрей



Неаэрозольный спрей-репеллент без запаха и цвета, который эффективно защищает обувь от уличной влаги и масляных жидкостей. Формула на водной основе — подходит для замши, нубука, кожи, нейлона, канваса. Есть сменные флаконы-рефиллы.

Преимущества:

- Водный и масляный репеллент
- На водной основе
- Без пропеллента

Единица изменения: флакон 160 мл

Цена: 1 690 руб.

3.4.3. Гидрофобные средства для автомобилей

АВТОХИМИЯ-ИНВЕСТ, Москва

Сайт: <https://хайгир.рф>

Компания «Автохимия-Инвест» представляет в России и странах СНГ известные зарубежные и российские бренды автохимии и автокосметики, а также моторные масла Hi-Gear.

Поставщик гидрофобных средств: Hi-Gear, DoctorWax, NANOX

Полироль-защита для стекла Hi Gear HG5644

Вид : жидкость

Высокотехнологичная полимерная композиция придает водоотталкивающие свойства и обеспечивает идеальную чистоту стеклам и зеркалам автомобиля. Вода и грязь под напором набегающего потока воздуха (на скорости выше 45 км/ч) скатываются, оставляя стекло прозрачным. В аварийном режиме позволяет ехать без дворников.



Преимущества:

- Проникает в микротрещины и царапины стекла, удаляет из них загрязнения.
- Предотвращает загрязнение стекол.
- Существенно улучшает работу щеток и уменьшает их износ.
- Значительно увеличивает прозрачность стекла, позволяя лучше видеть дорогу в ночное время.

Единица изменения: флакон 236 мл

Цена: 607 руб. (506 руб. со скидкой)

Антидождь Hg5624

Вид : спрей

Высокотехнологичная полимерная композиция придает водоотталкивающие свойства, идеальную прозрачность и чистоту автомобильным стеклам и зеркалам. Идеальное средство для придания водоотталкивающих свойств поверхностям из стекла и прозрачного пластика автомобильным стеклам, зеркалам, фарам и др. Может использоваться в бытовых целях (например, для предотвращения запотевания очков).



Преимущества:

- Проникает в микротрещины и царапины стекла, удаляет из них загрязнения, а затем полимеризуется и создает идеально ровную поверхность, недостижимую даже при полировке.
- Предотвращает загрязнение стекол.
- Существенно улучшает работу щеток и уменьшает их износ.
- Значительно увеличивает прозрачность стекла, позволяя лучше видеть дорогу в ночное время.

Единица изменения: флакон 150 мл

Цена: 193 руб.

DoctorWax очиститель стекол «Антидождь»

Вид : спрей

Высокоэффективный очиститель стекол и стеклянных поверхностей с эффектом «антидождь». Помогает быстро и без разводов очистить стеклянные поверхности, одновременно придавая им ярко выраженный гидрофобный эффект. После обработки вода не задерживается на поверхности и будет скатываться с нее под воздействием набегающего потока воздуха.



Преимущества:

- прост в применении
- не оставляет разводов
- помогает безопасно эксплуатировать автомобиль даже в проливной дождь
- устойчивый эффект

Единица изменения: флакон 473 мл

Цена: 596 руб.

Очиститель стекол NANOX, нанотехнология

Вид : спрей

NANOX - серия автокосметики premium-класса, созданная на основе нанотехнологий. Обеспечивает идеальную чистоту стекол, придает обработанной поверхности долговременный грязе и водооттал-кивающий эффект. Позволяет произвести очистку и защитную полировку стекол быстро, с минимальными усилиями.



Преимущества:

- прост в использовании
- улучшает оптические свойства стекол
- демократичная цена

Единица изменения: флакон 650 мл

Цена: 440 руб.

Синтетическая полироль с воском карнауба Nanox NX8305

Вид : полироль, воск

Инновационный синтетический полироль, изготовленный с применением нанотехнологий. Синтетические полимеры в сочетании с воском карнауба обеспечивают лакокрасочному покрытию автомобиля глубокий насыщенный блеск, уникальные отражающие свойства и мощный грязе- и водоотталкивающий эффект.



Преимущества:

- улучшает внешний вид автомобильного покрытия
- придает гидрофобные свойства
- препятствует скоплению грязи на поверхности

Единица изменения: 227 г

Цена: 700 руб.

ПЕРОТА, Санкт-Петербург

Сайт: www.perota.ru

18 лет на рынке оборудования и расходных материалов для автомоек и автосервисов

Поставщик гидрофобных средств: Autosol (Германия), AutoMagic

Экспресс Воск Autosol



Вид : жидкость, спрей

Полимерный жидкий воск для быстрой полировки поверхности автомобиля, вытесняет воду с поверхности и ускоряет высыхание. Образующееся гидрофобное покрытие придаёт глубокий зеркальный блеск.

Преимущества:

- Удобен и прост в применении
- придает зеркальный блеск
- защищает от влаги

Единица изменения: бутылка 1 л

Цена: 694 руб.

AUTOMAGIC СРЕДСТВО ПО УХОДУ ЗА ШИНАМИ MAGIC DRESSING №33

Вид : жидкость, спрей

Magic Dressing™ - это превосходный, многоцелевой силиконовый консервант на основе сольвента для шин и наружного пластика. Восстанавливает первоначальный блеск и придает длительную защиту от воздействий окружающей среды. Антистатичен.

Преимущества:

- Имеет великолепный запах
- долго удерживается на поверхности
- придает водоотталкивающий и грязеотталкивающий эффект.

Единица изменения: канистра 3,785 л

Цена: 3800 руб.



AUTOMAGIC ТВЕРДЫЙ ВОСК КАРНАУБЫ E-Z WAX PASTE EZ -

15

Вид: твердый воск

Воск создает яркую, глянцевую и блестящую поверхность, с эффектом «влажного блеска», а также придаёт прочную и долговременную защиту лакокрасочного покрытия. Уникальная формула создает защитную водоотталкивающую пленку. Превосходный финишный воск, придающий длительную защиту от разрушающего воздействия окружающей среды. Дорожная грязь, насекомые, жир и другие загрязнения легко счищаются с покрытой воском поверхности.



Преимущества:

- прост в использовании
- не оставляет следов и бликов
- заполняет незначительные повреждения и царапины
- придает длительный блеск
- держится до трех месяцев

Единица измерения: банка, 368 г

Цена: 2970 руб.

AUTOMAGIC УНИВЕРСАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ПЛАСТИКА UNIVERSAL DRESSING №62

Вид : жидкость



Защитное средство на водной основе для всех видов поверхностей. Формирует стойкий защитный слой, с антистатическим, водо- и грязе-отталкивающим эффектом, обеспечивает долговременную защиту внутренним деталям автомобиля из винила, пластика, пластмассы и резины.

Преимущества:

- Возвращает первоначальный и свежий вид деталям интерьера.

- Обладает гидрофобными свойствами, защищает от воздействий окружающей среды.
- Не оставляет жирных пятен, придает однородный и насыщенный цвет.

Единица изменения: канистра 3,785 л

Цена: 3100 руб.

Шампунь для ручной мойки с воском Autosol

Вид : шампунь

Предназначен для очистки и защиты кузова автомобиля за счёт содержания в составе воска и полимерных покрытий. Защищает поверхности ЛКП от агрессивного воздействия окружающей среды и создаёт гидрофобную защитную плёнку.



Преимущества:

- Регулярное применение облегчает последующие мойки кузова.
- Биологически разлагаем.
- Безопасен для кожи рук.
- Имеет нейтральное значение pH.

Единица изменения: бутылка 1л

Цена: 583 руб.

ХИМЭКОЦЕНТР, Иркутск

Сайт: <http://himcentre.ru>

Компания занимается поставкой профессиональных моющих средств для бизнес-центров, гостиниц, ресторанов, сетей супермаркетов, фитнес-центров, клининговых компаний, государственных учреждений. Кроме этого, компания предоставляет ассортимент автохимии.

Поставщик гидрофобных средств: Complex (Польша).

Complex Tutela вишня

Вид : жидкость

Водоотталкивающий воск-концентрат с ароматом вишни. Профессиональное средство для быстрой сушки автомобиля после мойки. Обладает легким полирующим и водоотталкивающим эффектом. Разрывает сплошную водную пленку на отдельные фрагменты, которые быстро соскальзывают с поверхности автомобиля.



Преимущества:

- Имеет аромат вишни;
- Оставляет после себя блестящую поверхность без потеков;
- Образует защитную пленку, которая препятствует дальнейшему загрязнению и обеспечивает легкий антикоррозионный эффект;
- Придает блеск автомобилю, маскируя мелкие царапины;
- Эффективность препарата не снижается при использовании жесткой воды

Единица изменения: бутылка 1 л

Цена: 342.16 руб.

Complex Tutela bubble gum

Вид : жидкость

Водоотталкивающий воск-концентрат с ароматом bubble gum. Профессиональное средство для быстрой сушки автомобиля после мойки. Обладает легким полирующим и водоотталкивающим эффектом. Разрывает сплошную водную пленку на отдельные фрагменты, которые быстро соскальзывают с поверхности автомобиля.

Преимущества:

- Имеет аромат bubble gum;
- Оставляет после себя блестящую поверхность без потеков;

- Образует защитную пленку, которая препятствует дальнейшему загрязнению и обеспечивает легкий антикоррозионный эффект;



- Придает блеск автомобилю, маскируя мелкие царапины;
- Продлевает срок службы лакокрасочного покрытия;
- Эффективность препарата не снижается при использовании жесткой воды

Единица изменения: бутылка 1 л

Цена: 346.32 руб.

Силиконовая смазка Complex SILICONE

Вид : смазка

Силиконовая смазка применяется для резиновых элементов автомобиля, создает защитную пленку.

Преимущества:

- Защищает от примерзания, старения и растрескивания дворники, резиновые уплотнители дверей, багажника и капота автомобиля.



- Образует на поверхности сплошной полимерный слой силикона с высокими смазывающими и водоотталкивающими свойствами

- Широкий диапазон рабочей температуры

- Биологическое разложение свыше 97%

Единица изменения: бутылка 0,25 л

Цена: 319 руб.

Complex Rotae Vis

Вид : жидкость, спрей

Чернитель резины на основе силикона. Профессиональное средство для чернения резины на основе силикона. Применяется для ухода за шинами, молдингами, резиновыми ковриками, тормозными шлангами и прочими резиновыми элементами автомобиля. Придает резине глубокий черный цвет и блеск. Обладает антистатическим эффектом, создает водо- и грязеотталкивающий слой на обработанной поверхности.



Преимущества:

- Придает резиновым элементам автомобиля эластичность и мягкость
- препятствует старению и высыханию резины
- предотвращает образование микротрещин
- Защищает от УФ-лучей
- придает резине глубокий черный цвет

Единица изменения: бутылка 0,5 л
Цена: 336,43 руб.

Complex DeBug

Вид : жидкость, спрей, средство для удаления следов насекомых.

Преимущества:



- Быстро проникает внутрь трудно выводимых пятен, обладает высокими обезжиривающими и диспергирующими свойствами
- Благодаря сочетанию наночастиц и эффективных добавок придает обрабатываемой поверхности грязеотталкивающие свойства
- Безопасно для всех видов ЛКП
- Биологическое разложение свыше 97%

Единица изменения: бутылка 0,5 л

Цена: 160,15 руб.

3.4.4. Гидрофобные средства для строительства

ХЕНКЕЛЬ РУС, Москва

Сайт: <https://www.henkel.ru/company>

Henkel занимает лидирующие позиции в мире благодаря инновациям, брендам и технологиям трех бизнес-направлений: Adhesive Technologies (Клеи и технологии), Beauty Care, Laundry & Home Care (Чистящие и моющие средства).

Производитель гидрофобного средства: Ceresit

Ceresit СТ 13 ГИДРОФОБИЗАТОР ДЛЯ ФАСАДОВ

Вид : эмульсия

Средство для защиты фасадов от влаги и загрязнения. Гидрофобизатор СТ 13 предназначен для придания водоотталкивающих свойств вертикальным или круто наклоненным впитывающим минеральным, в т.ч. сильно щелочным, основаниям на фасадах.



Преимущества:

- придает водоотталкивающие свойства;
- предотвращает морозное разрушение;
- препятствует загрязнению поверхности;
- не снижает паропроницаемость;
- прозрачен, не имеет блеска, не виден на фасаде;
- срок службы на фасадах от 8 до 12 лет;
- щелочестойкий;
- атмосферостойкий;
- не содержит растворителей;
- экологически безопасен.

Единица изменения: канистра (жидкость) 10 л

Цена: 3600 руб.

Грунтовка Ceresit СТ 10 влагозащитная

Вид : пропитка

Пропитка "СТ 10" предназначена для обработки заполненных затирками швов плиточных облицовок, а также поверхностей облицовок из каменной и неглазурованной плитки, с целью придания им водоотталкивающих и противогрибковых свойств, внутри и снаружи зданий. Применяется на облицовках, подверженных периодическому или постоянному увлажнению - в ваннах, душевых, туалетах, кухнях, на балконах, террасах и т.д.



Преимущества:

- придает водоотталкивающие свойства швам плиточных облицовок;
- препятствует загрязнению поверхности;
- обладает противогрибковым эффектом (формула «MicroProtect»);
- прозрачна, не имеет блеска, абсолютно не видна на обработанной поверхности;
- пригодна для наружных и внутренних работ;
- не содержит растворителей;
- экологически безопасна.

Единица изменения: банка (жидкость) 1л

Цена: 579 руб.

Ceresit гидрофобная saniрующая штукатурка CR 62 WTA

Вид : штукатурка

Гидрофобная saniрующая штукатурка CR 62 WTA предназначена для ремонта и отделки каменных и кирпичных кладок с низкой, средней и высокой степенью увлажнения и засоленности в

системах saniрующих штукатурок при ремонте и реставрации старых зданий.



Преимущества:

- высокопаропроницаемая;
- способствует удалению влаги и солей из кладок;
- предохраняет стены от солевого разрушения;
- гидрофобная, предохраняет кладки от проникновения атмосферной влаги;
- низкоусадочная;
- пригодна для внутренних и наружных работ;
- экологически безопасна.

Единица изменения: пакет (штукатурка) 20 кг

Цена: 1849 руб.

Ceresit инъекционное средство СО 81

Вид : жидкость

Инъекционное средство СО 81 предназначено для блокирования капиллярного переноса воды в кирпичных или каменных кладках старых зданий.

Преимущества:



- имеет высокую проникающую способность;
- блокирует капиллярное поднятие влаги в кладках;
- пригодна для обработки влажных кладок;
- придает материалам гидрофобные свойства;
- перекрывает трещины раскрытием до 0,5 мм;
- экологически безопасна.

Единица изменения: канистра 30 л
Цена: 11 900 руб.

Ceresit противогрибковое средство СТ 99

Вид : концентрат

Специальное противогрибковое средство от бренда Ceresit используется для профилактики и удаления грибков, мха, лишайников, а также разнообразных коррозий.



Преимущества:

- можно купить для проведения внутренних и наружных работ;
- не имеет резкого и неприятного запаха;
- позволяет без труда окрашивать обработанную поверхность.

Единица изменения: канистра, 1 кг
Цена: 334 руб.

ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ, Санкт-Петербург

Сайт: <http://neomid.ru>

Торгово-производственная компания, имеющая собственные производственные мощности и офисно-складские комплексы в Санкт-Петербурге и Москве

Производитель гидрофобного средства: Neomid

Гидрофобизатор Neomid H2O Stop

Вид : жидкость



Предназначен для придания водоотталкивающих и грязеотталкивающих свойств минеральным, строительным материалам, таким как: керамический и силикатный кирпич, песчаник, искусственный и природный отделочный камень, тротуарная плитка, бетон, газобетон, пенобетон, известняк, гипс, гипсокартон и т.п. Повышает срок службы строительных материалов и конструкций

Преимущества:

- Повышает теплоизоляционные свойства, морозостойкость и срок службы строительных материалов и конструкции, сохраняет их естественную паро- и воздухопроницаемость. Препятствует загрязнению поверхностей, защищает от агрессивных воздействий окружающей среды.
- Предотвращает появление высолов.
- Не препятствует дальнейшей окраске масляными красками и оклеиванию обоями.

Единица изменения: канистра 5 л

Цена: 1398 руб.

1:9 ГРУНТ-ВЛАГОИЗОЛЯТОР NEOMID ВЛАГОSTOP BIO PROFF

Вид : концентрат

Предназначен для грунтования поверхностей различных материалов, в том числе чувствительных к влаге (гипсокартонные плиты, газобетон, гипсовые блоки, бетон, керамический и силикатный



кирпич, камень, штукатурка, ДСП, фанера и другие материалы), с целью уменьшения пористости поверхности, выравнивания ее впитывающей способности, улучшения сцепления отделочных материалов с основой и увеличения прочности поверхностного слоя, снижения расхода ЛКМ, защиты от влаги и поражения плесневыми грибами (плесенью).

Преимущества:

- защищает от влаги
 - снижает расход ЛКМ
 - экологичный, нетоксичный
 - предотвращает появление плесени
- улучшение сцепления материалов

Единица изменения: пластиковая тара, 1 л

Цена: 480 руб.

МАСЛО ДЛЯ ТЕРРАС PREMIUM NEOMID

Вид : масло

Предназначено для долговременной защиты деревянных поверхностей, эксплуатируемых на открытом воздухе, от атмосферных осадков, биопоражений (грибка, плесени), УФ-излучения. Масло глубоко проникает и заполняет поры древесины, тем самым увеличивает ее срок службы. Натуральный воск в составе придает поверхности водо- и грязеотталкивающие свойства, а также повышает устойчивость к истиранию.



Преимущества:

- выделяет структуру и подчеркивает естественную красоту дерева;
 - защищает от УФ-излучения, атмосферных осадков, биопоражений (грибка, плесени);
 - создает износостойкое покрытие;
 - не имеет резкого запаха;
 - быстро высыхает;
- не образует пленки – легко обновлять покрытие;
 - натуральный воск отталкивает грязь;
 - экономичный расход.

Единица изменения: банка, 2 л

Цена: 1720 руб.

NEOMID BIO Ремонт готовый раствор

Вид : спрей



Средство для усиленной защиты строительных материалов на минеральной основе (камень, шифер, черепица, бетон, кирпич, кафельная плитка и т.д.) от бактерий, плесневых грибов и их спор, а также мхов, лишайников, водорослей, внутри и снаружи помещений

Преимущества:

- Обеспечивает защиту от повторного появления биопоражений на срок до 25 лет;
- Экологически безопасен, не токсичен.

Единица изменения: 0,5 л

Цена: 274 руб.

ВИ-ДЭЙ, Красноярск

Сайт: www.nanokras.ru

С 2011 года ,ООО «Ви-Дей» является официальным дистрибьютором по Красноярскому краю, компании «Инновационные

Технологии»- лидера выпускающего продукцию под торговой маркой NANOPROTECH в Германии. «Инновационные Технологии» - единственные на рынке нано технологий по защите металла, токопроводящих элементов и электронных деталей от вреда в результате контакта с влагой. Вся продукция разработана ведущими европейскими лабораториями на основе передовых нанотехнологий.

Поставщик гидрофобных средств: Olympic nano (Германия), Nanoprotech

Нанопокрытие для дерева и камня OLYMPIC NANO

Вид: спрей

Нанопокрытие для дерева и камня Олимпик Нано – это органическая и неорганическая защита для дерева и камня на водяной основе, разработанная на базе современной нанотехнологии.

Самоорганизующиеся антиадгезионные (антиприлипающие) компоненты образуют на поверхности невидимую пленку с гидро- и олеофобными свойствами. «Нанопокрытие для дерева и камня» Олимпик Нано можно разносторонне использовать на пористых впитывающих поверхностях.



Преимущества:

- Воздухопроницаемость остается прежней
- Наноформирует поверхности с открытыми порами
- Препятствует выветриванию деревянных поверхностей
- Длительно защищает поверхность от воды, грязи, жира и масла
- Предотвращает поражение поверхностей мхом, лишайником и пр
- Загрязнения (также жир и масло) легко смываются обычной водой

Единица изменения: баллончик 250 мл

Цена: 870 руб.

Нанопокрытие для керамики и кафеля Олимпик Нано

Вид : спрей

В результате водо-и жиरोотталкивающего эффекта вода, жир, грязь, известь, водоросли и прочие нежелательные субстанции, содержащиеся в воде, практически не задерживаются на керамике и кафеле. Даже засохшая грязь и навязчивая известь могут быть легко удалены с поверхности, обработанной нашим нанопокрытием.

Преимущества:



- Отторгает известь
- Устойчиво к ультрафиолетовым лучам
- Не содержит силикон, воск или масла
- Снижение расхода моющих средств на 90%
- Облегчает удаление грязи и извести на 90%
- Очень хороший водо- и жиरोотталкивающий эффект
- Грязь не впитывается структуру поверхности
- Профилактическая защита от бактерий, водорослей и плесени

Единица изменения: баллончик 100 мл

Цена: 610 руб.

Nanoprotech антикор для металлоконструкций

Вид : смазка

Нанопротек предназначен для защиты от влаги и коррозии металлических изделий, металлоконструкций и механизмов при их работе, а также при хранении и консервационном состоянии в агрессивной окружающей среде.



Преимущества:

- Длительный срок защиты от 1 года
- Вытесняет влагу на 100% и останавливает коррозию
- Не требует предварительной обработки металла
- Высокая проникающая способность
- Невидимое прочное покрытие

Единица изменения: баллончик 250 мл

Цена: 400 руб.

Nanoprotech Electric, Защитное покрытие для электрики

Вид : аэрозоль

Защищает электрическое оборудование от воздействия всех форм влаги (пар, сырость, влажность воздуха, водяной конденсат, брызги, туман, дождь, кислотный дождь, хлорированная и соленая вода, пары сероводорода, хлора и хлорсодержащих газов и т.д.) и предотвращает образование коррозии;



Преимущества:

- Удобно в обращении.
- Широкий спектр применения.
- Не требует предварительной подготовки обрабатываемой поверхности.
- Эффективно даже тогда, когда необработанные детали уже мокрые.

Единица изменения: баллончик 210 мл (нетто 170 мл)

Цена: 450 руб.

3.4.5. Гидрофобные средства «ЭКО»

ФОРСАЙТ ЛАБ, Москва

Trekko ECO PROTECT

Вид : пропитка, спрей



Средство создаёт водо- и грязеотталкивающий слой на технологичных материалах, замше, нубуке и текстиле. С ним одежда, обувь и снаряжение не промокнут.

Преимущества:

- Восстанавливает водоотталкивающие свойства одежды
- Сохраняет дышащие свойства мембран
- Действует до одного месяца
- Обладает нейтральным запахом

Единица изменения: флакон 200 мл

Цена: 659 руб.

ЭКСПЕРТЭКОЛОГИЯ", Санкт-Петербург

1:4 Влагоизолятор Neomid БИО

Вид : концентрат

Используется для грунтования пористых и чувствительных к влаге материалов: бетона, гипсокартона, фанеры, штукатурки, кирпича. Можно использовать как для внутренних, так и для наружных строительно-отделочных работ.



Улучшает качество обрабатываемых поверхностей, подготавливая их к шпаклеванию, окраске, облицовке плиткой, наклейке обоев; защищает от влаги, плесени и грибка.

Преимущества:

- доступен по цене;
- экономично расходуется;
- повышает сцепление отделочных материалов с поверхностью;
- защищает от плесени;
- прост в применении.

Единица изменения: 1 л

Цена: 234 руб.

3.5. Бенчмаркинг конкурентов

В настоящем разделе представлены описания лучших практик некоторых лидеров рынка из числа российских производителей.

Практика компании Нанобарьер. Бизнес на непогоде: как Hydrop зарабатывает на защите одежды от грязи⁷

Компания «Нанобарьер» выпускницы «Сколково» Марины Росс в 2020 году заработала 80,8 млн руб. от продажи спреев Hydrop, способных защитить одежду и обувь от грязи и пыли.

Действие Hydrop основано на широко известном эффекте лотоса, листья которого, плавающие на поверхности воды, обладают большим гидрофобным эффектом – не смачиваются водой и способны к самоочищению. Создателям компании удалось найти состав, который легко растворяется в воде и наносится с помощью спрея. На 93% Hydrop состоит из воды, содержание «волшебных наночастиц» – всего 1%, – рассказывает он. – В качестве наночастиц используются диоксиды титана и кремния».

К концу 2014-го «Нанобарьер» начал продавать в месяц около 1 тыс. баллончиков стоимостью примерно 3 тыс. руб. каждый. Баллончик Hydrop с бесцветной жидкостью с легким ароматом объемом 250 мл рассчитан на защиту десяти пар обуви или двух жакетов. Согласно инструкции сфера применения – текстиль и замша. На гладкой коже средство не дает хороших результатов, но защищает от реагентов, которыми посыпают столичные дороги.

В мае 2014-го «Нанобарьер» начал первые продажи Hydrop: название стало производным от английского hydrophobic – «плохо впитывающий воду».

Hydrop в цифрах:

- 6 млрд руб. – объем рынка прачечных и химчисток в России
- 8,5 млн руб. – объем инвестиций в проект
- 3 тыс. руб. – стоимость одного баллончика
- 30–40 баллончиков продается в розницу ежедневно
- 10 человек работают в компании

⁷ https://www.rbc.ru/own_business/05/02/2015/54d2103a9a79475a5ae7e13f

- 2–3 млн руб. – ежемесячная выручка в октябре–декабре 2014 года
- 80,81 млн руб. – официальная выручка компании за 2020 г. (по данным ФНС России).

Практика компании ФОРСАЙТ ЛАБ: Российский химик зарабатывает 30 млн рублей в год на средствах для ухода за кроссовками⁸

Иван Дубиненков бросил карьеру учёного ради своего дела. Выпускник химфака МГУ изучал изменение климата в Арктике: проводил исследования в море Лаптевых и участвовал в экспедициях к устью рек Лена и Колыма.

Получив степень, он стал изучать, какие средства для ухода за обувью продаются в России и за рубежом. Больше всего его заинтересовали товары четырёх марок — Jason Markk, Сrep Protect, Reshoevn8r, и SneakerLab. Но из-за роста курсов доллара и евро в конце 2014 года их стоимость существенно возросла: если в 2014 году набор очищающих средств Сrep Protect стоил около 700 рублей, то год спустя — более 1000 рублей. У Дубиненкова возникла идея: предложить рынку продукт, который не уступал бы по качеству средствам от Сrep Protect, но при этом был бы значительно дешевле.

Так как у химика не было ресурсов для создания собственной производственной линии, он решил найти партнёра. Партнером стал школьный и университетский приятель Алексей Климов — совладелец подмосковного производства, которое выпускает автохимию.

На разработку, производство и сертификацию первой партии шампуней Solemate (2 тысячи единиц) предприниматель потратил около 300 тысяч рублей.

Когда партия была готова, Дубиненков задумался о том, как организовать продажи. Опыта у него не было, и он решил снова применить принцип «если что-то не умеешь, найти партнёра, который в этом разбирается».

При случайной встрече он узнал, что друг его девушки Евгений Скворцов работал маркетологом в сфере спортивного ритейла. Оказалось, что в тот момент он уволился и искал работу.

⁸ <https://vc.ru/offline/40580-rossiyskiy-himik-zarabatyvaet-30-mln-rublej-v-god-na-sredstvah-dlya-uhoda-za-krossovkami>

Тогда Дубиненков предложил Скворцову войти в дело. Это позволило бы ему сосредоточиться на своих сильных сторонах — разработке и производстве новых продуктов, и укрепить свои слабые стороны — маркетинг и продажи.

Скворцов согласился, и партнёры разделили доли в соотношении 45% на 55% (в пользу Дубиненкова). Также они договорились, что всю прибыль будут делить пополам.

Изначально компания сфокусировалась на продажах шампуней Solemate в Instagram: именно в этой соцсети сосредоточилась целевая аудитория бренда. Создавать свой интернет-магазин на этом этапе партнёрам казалось нерентабельным: это потребовало бы денег, и привлечение клиентов стоило бы дороже.

К лету 2016 года оборот компании достиг 300 тысяч рублей в месяц, и совладельцы Solemate арендовали первый офис и склад. А кроме того — наняли первых сотрудников: менеджера по продажам, логиста, кладовщика и других. Параллельно они стали развивать другие каналы продаж — сайт, группы во «ВКонтакте» и Facebook, mf также организовывать поставки в крупные сети спортивных, мультибрендовых и обувных магазинов, массово собирать контакты людей, которые принимают решения в этих компаниях — в LinkedIn, Facebook и других каналах.

Сегодня валовая выручка компании составляет 104,7 млн руб. в год.

Ассортимент компании представлен брендами SOLEMATE, Trekko.

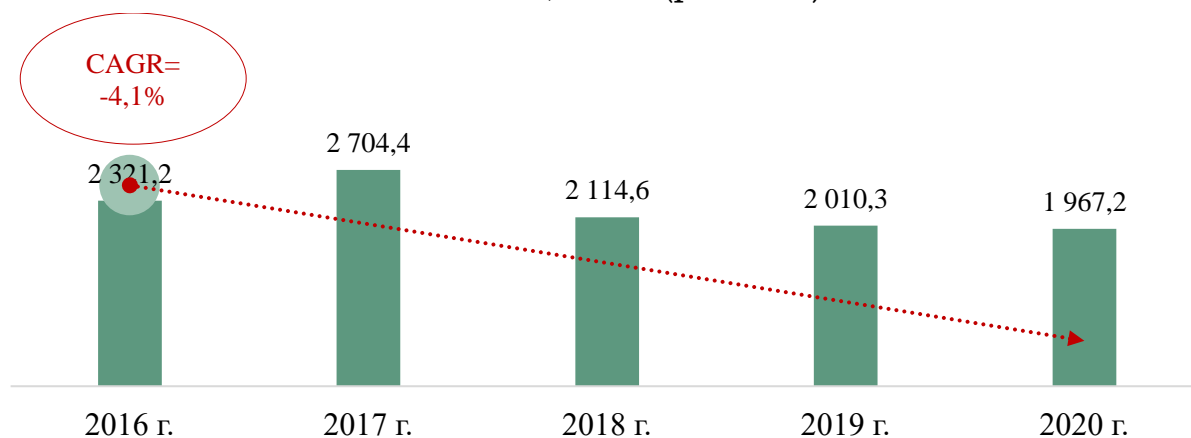
4. Анализ структуры спроса

4.1. Оценка объема спроса на гидрофобные средства

Структура спроса формируется из таких показателей, как производство для внутреннего рынка (за минусом экспорта, который учитывается при оценке общего объема рынка – видимого потребления) и импорт.

За последние 5 лет на российском рынке гидрофобных средств физические объемы спроса на гидрофобные средства падают, при этом стоимостные объемы спроса растут, что свидетельствует о растущем спросе в категориях более дорогих гидрофобных средств – водоотталкивающие спреи и пропитки для одежды, обуви и аксессуары, дорогостоящие средства для отдельных элементов автомобилей.

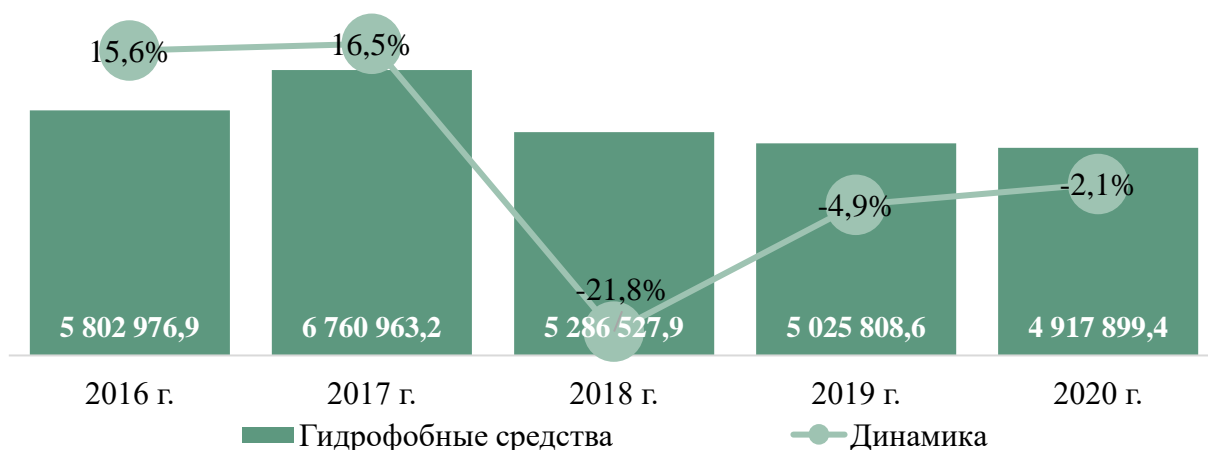
В 2020 году физический объем спроса на гидрофобные средства в России составил 1,97 тыс. тонн. Динамика спроса в 2020 году составила -2,1% относительно аналогичного периода 2019 года. При этом за весь период наблюдения в натуральном выражении спрос сократился на 15,3%, совокупный среднегодовой темп спроса (CAGR) за 2016-2020 годы составил – 4,1%%. (рис. 4.1).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков

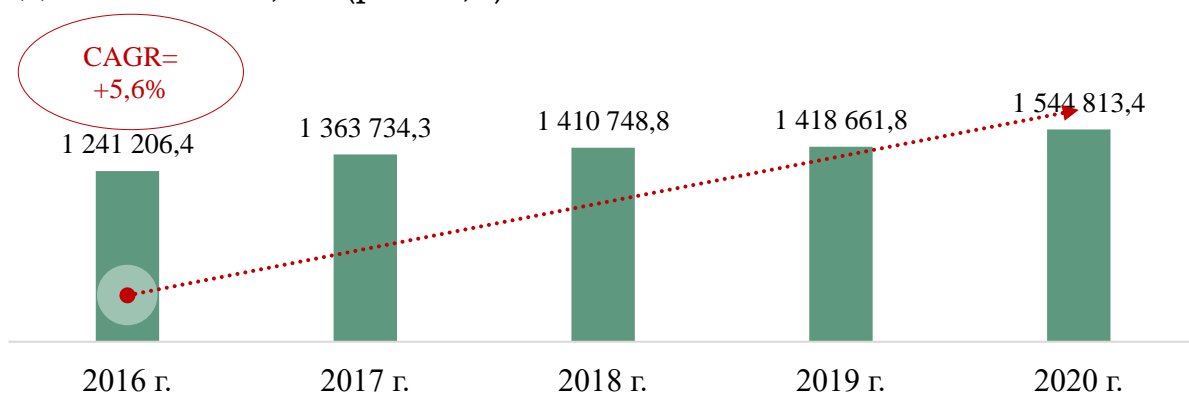
Рис. 4.1 Физический объем спроса на гидрофобные средства в России в 2016-2020 гг., тонн

В условных банках объем потребления в 2020 году составил 4,9 млн условных банок. (рис. 4.2).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков
 Рис. 4.2. Физический объем спроса на гидрофобные средства в России в 2016-2020 гг., условных банок

В стоимостном выражении потребление гидрофобных средств, наоборот, росло, в первую очередь за счет роста средних цен на указанную категорию товаров. За период с 2015 по 2020 годы объем потребления вырос на 550,6 млн руб. В 2020 году объем потребления гидрофобных средств составил 1,5 млрд. руб., увеличившись за год на 8,9%. Совокупный среднегодовой темп спроса (CAGR) за 2016-2020 годы составил 5,6% (рис. 4,3).



Источник: Росстат, ФТС России, расчеты: Центр экономики рынков
 Рис. 4.3. Стоимостной объем спроса на гидрофобные средства в России в 2016-2020 гг., млн руб.

В таблице 4.1 представлены показатели видимого потребления, спроса импорта и экспорта гидрофобных средств в России.

Таб. 4.1 Показатели видимого потребления, спроса, импорта и экспорта гидрофобных средств в России

Показатель	Факт						Динамика 2019/2020	Динамика 2016/2020	CAGR
	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.			
Производство (физический объем)									
Гидрофобные средства	тонн	1 188,65	1 480,30	951,19	1 022,55	982,45	-3,9%	-17,3%	-4,7%
Гидрофобные средства	усл. банок	2 971 612,63	3 700 746,12	2 377 979,20	2 556 385,15	2 456 132,02	-3,9%	-17,3%	-4,7%
Динамика		48,3%	24,5%	-35,7%	7,5%	-3,9%			
Производство (стоимостной объем)									
Гидрофобные средства	тыс. руб.	496 161,46	588 118,06	466 282,58	532 955,63	571 302,65	7,2%	15,1%	3,6%
Стоимость 1 ед. товара	руб. / усл. банок	167,0	158,9	196,1	208,5	232,6	11,6%	39,3%	8,6%
Динамика		64,1%	18,5%	-20,7%	14,3%	7,2%			
Импорт (физический объем)									
Гидрофобные средства	тонн	1 250,62	1 368,23	1 350,21	1 191,14	1 173,07	-1,5%	-6,2%	-1,6%
Гидрофобные средства	усл. банок	3 126 552,04	3 420 563,38	3 375 517,93	2 977 857,18	2 932 685,59	-1,5%	-6,2%	-1,6%
Динамика		-2,6%	9,4%	-1,3%	-11,8%	-1,5%			
Импорт (стоимостной объем)									
Гидрофобные средства	тыс. дол. США	11 099,27	13 318,10	15 082,77	13 715,70	13 511,08			
Гидрофобные средства	тыс. руб.	745 758,91	776 559,65	945 547,87	886 891,70	974 500,35	9,9%	30,7%	6,9%
Стоимость 1 ед. товара	руб. / усл. банок	238,5	227,0	280,1	297,8	332,3	11,6%	39,3%	8,6%

Динамика		7,7%	4,1%	21,8%	-6,2%	9,9%			
Экспорт (физический объем)									
Гидрофобные средства	тонн	118,08	144,14	186,79	203,37	188,37	-7,4%	59,5%	12,4%
Гидрофобные средства	усл. банок	295 187,75	360 346,25	466 969,25	508 433,75	470 918,25	-7,4%	59,5%	12,4%
Динамика		51,0%	22,1%	29,6%	8,9%	-7,4%			
Экспорт (стоимостной объем)									
Гидрофобные средства	тыс. дол. США	713,98	943,42	1 081,63	1 185,49	989,62	-16,5%	38,6%	8,5%
Гидрофобные средства	тыс. руб.	47 972,19	55 009,27	67 808,10	76 656,73	71 377,29	-6,9%	48,8%	10,4%
Стоимость 1 ед. товара	руб / усл. банок	162,5	152,7	145,2	150,8	151,6	0,5%	-6,7%	-1,7%
Динамика		76,5%	14,7%	23,3%	13,0%	-6,9%			
Среднегодовой курс долл. США	руб. / дол. США	67,19	58,31	62,69	64,66	72,13	11,5%	7,3%	1,8%
Видимое потребление (физический объем)									
Гидрофобные средства	тонн	2 439,27	2 848,52	2 301,40	2 213,70	2 155,53	-2,6%	-11,6%	-3,0%
Гидрофобные средства	усл. банок	6 098 164,66	7 121 309,50	5 753 497,13	5 534 242,33	5 388 817,61	-2,6%	-11,6%	-3,0%
Динамика		16,9%	16,8%	-19,2%	-3,8%	-2,6%			
Видимое потребление (стоимостной объем)									
Гидрофобные средства	тыс. руб.	1 241 920,37	1 364 677,71	1 411 830,46	1 419 847,33	1 545 803,00	8,9%	24,5%	5,6%
Стоимость 1 ед. товара	усл. банок	203,65	191,63	245,39	256,56	286,85	11,8%	40,9%	8,9%
Динамика		24,9%	9,9%	3,5%	0,6%	8,9%			

Спрос (физический объем)									
Гидрофобные средства	тонн	2 321,19	2 704,39	2 114,61	2 010,32	1 967,16	-2,1%	-15,3%	-4,1%
Гидрофобные средства	усл. банок	5 802 976,91	6 760 963,25	5 286 527,88	5 025 808,58	4 917 899,36	-2,1%	-15,3%	-4,1%
Динамика		15,6%	16,5%	-21,8%	-4,9%	-2,1%			
Спрос (стоимостной объем)									
Гидрофобные средства	тыс. руб.	1 241 206,39	1 363 734,29	1 410 748,82	1 418 661,84	1 544 813,38	8,9%	24,5%	5,6%
Стоимость 1 ед. товара	усл. банок	213,89	201,71	266,86	282,28	314,12	11,3%	46,9%	10,1%
Динамика		24,8%	9,9%	3,4%	0,6%	8,9%			

4.2. Оценка объема спроса в разрезе регионов в 2020 году

При оценке спроса на рынке гидрофобных средств в разрезе регионов 2020 году рассматривались данные о показателях видимого потребления в субъектах России, проанализированные в разделе 1.3 настоящего Отчета, за минусом показателей экспорта.

Таким образом, структура спроса в разрезе регионов отличалась от общей региональной структуры рынка.

Спрос на гидрофобные средства крайне консолидирован в региональном разрезе. На тройку лидеров – регионов по стоимостным объемам спроса на гидрофобные средства (Москву, Московскую область и Санкт-Петербург) приходится почти половина (45%) стоимостного объема спроса на гидрофобные средства

Спрос со стороны потребителей столицы в 2020 году составил 429 млн. руб., выявленный стоимостной объем спроса в Московской области составил 144,8 млн руб. В северной столице спрос на гидрофобные средства держался на отметке 121,5 млн руб.

Лидерами по объемам спроса также являются Свердловская область (81,8 млн руб.), Краснодарский край (77,6 млн руб.), Республика Татарстан (67,6 млн руб.).

На рисунке 4.4 приведены топ-15 лидирующих по стоимостным объемам спроса на гидрофобные средства регионы России, которые являются наиболее перспективными с точки зрения организации сбыта товаров на указанные региональные рынки.

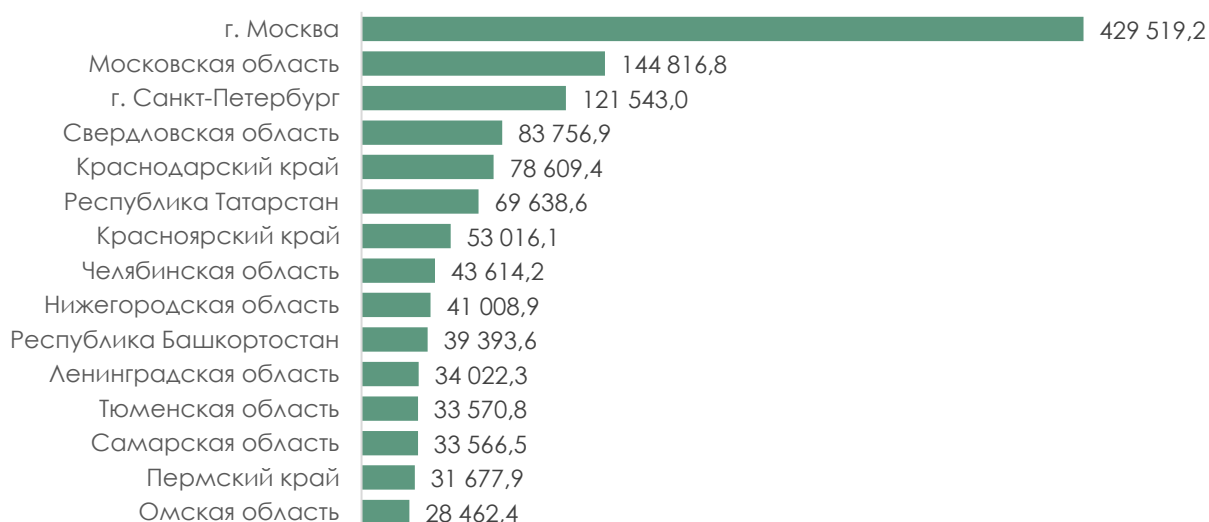


Рис. 4.4. Топ-15 регионов, лидирующих по стоимостным объемам спроса на гидрофобные средства в 2020 году, тыс. руб.

Самыми неперспективными регионами для поставок гидрофобных средств являлись Чукотский автономный округ, Ненецкий автономный округ, Архангельская область, Республика Алтай, Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Республика Тыва – в указанных регионах закупалось менее 0,1% гидрофобных средств.

На рис. 4.5 представлена карта России с оценкой спроса на гидрофобные средства в каждом регионе в 2020 году (в млн. рублей)

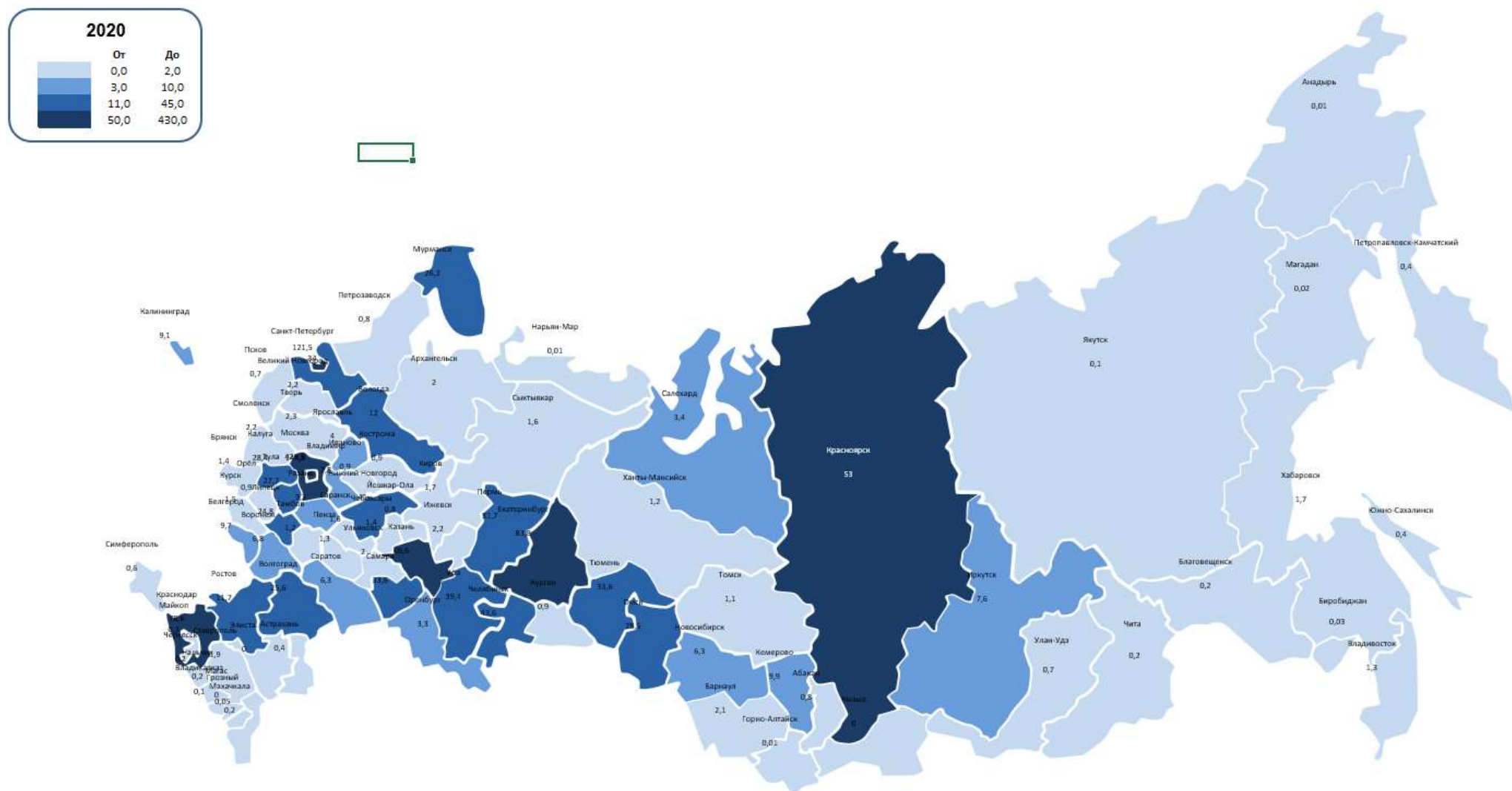


Рис. 4.5 Карта России с оценкой спроса на гидрофобные средства в 2020 году (в млн. рублей)

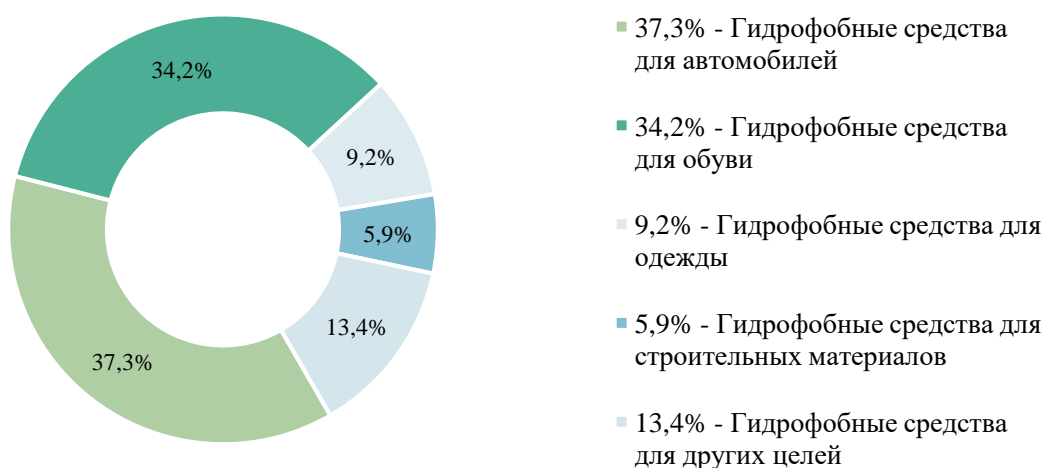
4.3. Оценка спроса в разрезе категорий продукции

В структуре спроса на гидрофобные средства, так же как и в общем объеме рынка, наибольшая доля принадлежала средствам для автомобилей. В 2020 году спрос на гидрофобные средства для автомобилей составил 576,7 млн руб. или 37,3%.

Доля средств для одежды и обуви в структуре спроса выше, чем в целом по рынку. Это объясняется тем, что отечественные производители практически не поставляют на внешние рынки средства для текстильной отрасли.

В 2020 году доля гидрофобных средств для обуви в структуре спроса на российском рынке составила 34,2%, для одежды – 9,2%.

Гидрофобные средства, используемые в строительстве потребляются на рынке в наименьших объемах – на долю сегмента приходится всего 5,9% от общего объема видимого потребления или 91,8 млн руб. (рис. 4.6)



Источник: ИС анализа рынков уникальных товаров АЦ «Центр экономики рынков»

Рис. 4.6. Структура спроса в разрезе отдельных категорий гидрофобных средств в 2020 г. (в стоимостном выражении)

Доля гидрофобных средств с маркировкой «ЭКО» в структуре спроса составляет 1,8%, что в стоимостном выражении составляет 27,3 млн руб.

Структура спроса на гидрофобные средства в разрезе отдельных категорий товара представлена в таблице 4.2.

Таб. 4.2 Структура спроса на гидрофобные средства в разрезе отдельных категорий товара

Россия	Объем спроса, тыс. руб.					
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Всего гидрофобных средств	994 619,66	1 241 920,37	1 364 677,71	1 411 830,46	1 419 847,33	1 545 803,00
Динамика потребления	9,8%	24,9%	9,9%	3,5%	0,6%	8,9%
CAGR	9,2%					
Категории гидрофобных средств	994 619,66	1 241 920,37	1 364 677,71	1 411 830,46	1 419 847,33	1 545 803,00
Гидрофобные средства для автомобилей	598 418,51	679 280,34	678 566,95	638 193,63	583 470,48	577 482,32
Гидрофобные средства для обуви	179 150,80	255 650,96	321 052,25	379 594,67	436 285,88	527 765,68
Гидрофобные средства для одежды	40 349,25	62 977,03	86 502,47	102 275,80	117 550,36	142 198,15
Гидрофобные средства для строительных материалов	45 703,85	60 071,15	69 483,02	75 667,18	80 101,94	91 797,72
Гидрофобные средства для других целей	130 997,25	183 940,91	209 073,02	216 099,17	202 438,68	206 559,12
Гидрофобные средства с маркировкой "ЭКО"	7 081,01	11 052,03	15 180,58	19 631,38	22 563,26	27 294,30

4.5. Матрица сегментов и потребностей

Сегмент	Лица, принимающие решения о покупке	Центры притяжения клиентов	Популярные бренды	Средняя рыночная цена за 1 г. (мл)	Факторы принятия решения (основные факторы)	Мотивирующие факторы (драйверы)	Потребности
Одежда, аксессуары	Физические лица	Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург	HYDROP, ANTILIQ	7,5 руб.	1.Длительный срок защиты: одной обработки хватает до 10 стирок 2.Предотвращение загрязнений 3.Обновление цвета	<ul style="list-style-type: none"> • Наночастицы • Экологичность • Водная основа • Отсутствие пятен • Безопасность 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Сохранение срока службы текущих вещей 2.Обновление старых вещей 3.Возможность ходить в грязь и дождь даже в белой одежде
Обувь	Физические лица	Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург	Salamander, JASON MARKK, SOLEMAT, Trekko	5,4 руб.	1.Цена 2.Защита от реагентов 3.Использование на любых материалах (даже на лакированной коже)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наночастицы 2. Экологичность 3. Защита от реагентов 4. Цена 5. Отсутствие разводов 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Сохранение срока службы текущей обуви 2.Обновление старой обуви 3.Возможность ходить в грязь и дождь даже в белых кроссовках
Автомобили	Физические лица, юридические лица – автомойки	Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург	Autosol, NANOX, Hi Gear, Complex, DoctorWax, AutoMagic	3,6 руб.	1.Защита покрытия от царапин и грязи 2.Быстрая сушка после мойки 3.Обновление цвета и блеска покрытий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нанопокрытие 2. Цена 3. Простота в использовании 4. Надежность 5. Отсутствие разводов 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Обновление цвета покрытия машины 2.В аварийном режиме можно ехать без дворников 3.Новая жизнь для салона автомобиля 4.Можно реже посещать автомойку
Строительные материалы	Физические лица, юридические лица – строительные компании	Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург	Olympic nano, Nanoprotech, Neomid, Ceresit	3,3 руб.	1.Защита поверхностей и материалов от влаги и грязи до 1 года 2.Грунтование различных материалов (даже пористых)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нанопокрытие 2. Цена 3. Простота в использовании 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Долговечность отделки 2. Долговечность постройки 3. Защита от протечек, трещин, поломок

4.6. Предложения по выбору наиболее оптимального перечня продукции

Сегмент	Перечень продукции (рекомендации)	Рекомендуемая цена за 1 г. (мл)	Оценка перспектив развития продаж
Одежда, аксессуары	<ul style="list-style-type: none"> • Водоотталкивающие спреи с наночастицами • Антиаллергенные и экологичные средства с грязе- влагозащитными свойствами • Средства с антимикробным действием • Средства долгого срока службы 	От 7,5 руб.	<ul style="list-style-type: none"> • Самый быстрорастущий сегмент рынка (особенно в части продукции «ЭКО») • Продукция конкурентов представлена слабо • Низкий порог для входа на рынок с новым брендом • Покупатели больше ориентируются на известность бренда, чем на цену
Обувь	<ul style="list-style-type: none"> • Водоотталкивающие спреи с наночастицами • Антиаллергенные и экологичные средства с грязе- влагозащитными свойствами • Средства с антимикробным действием • Средства долгого срока службы 	От 5,4 руб.	<ul style="list-style-type: none"> • Растущий рынок • Высокая конкуренция • Высокий порог для входа на рынок • Покупатели в средней степени ориентируются на цену и на известность бренда
Автомобили	<ul style="list-style-type: none"> • Нанопокрытие для кузова автомобилей • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для стекла • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для шин • Покрытие с грязе- влагозащитными 	От 3,6 руб.	<ul style="list-style-type: none"> • Стагнирующий рынок • Высокая конкуренция • Высокий порог для входа на рынок • Покупатели в средней степени ориентируются на цену и на известность бренда

Сегмент	Перечень продукции (рекомендации)	Рекомендуемая цена за 1 г. (мл)	Оценка перспектив развития продаж
	свойствами для салона		
Строительные материалы	<ul style="list-style-type: none"> • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для пористых материалов • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для керамики • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для фасадов • Покрытие с грязе- влагозащитными свойствами для швов при отделке 	От 3,3 руб.	<ul style="list-style-type: none"> • Растущий рынок • Низкая конкуренция • Низкий порог для входа на рынок • Покупатели в большей степени ориентируются на цену, чем на известность бренда