

## **Маркетинговый анализ мирового и регионального рынка моющих средств**

### **I. Введение**

Товары бытовой химии объединяют в себе товары различного назначения, материалы, которые получены путем синтеза или химических преобразований.

Современный мировой рынок бытовой химии условно можно разделить на два субрынка:

**1. Моющие средства** – предназначены для мытья, чистки от загрязнений и уходу за поверхностями. К этому субрынку можно отнести смеси-детергенты (*мыло, стиральный порошок*), жидкие моющие средства (*гели и шампуни*), а также дополняющие средства при стирке (*отбеливатели, кондиционеры, соли для стирки, восстановители цвета, средства для замачивания и удаления пятен*).

**2. Чистящие средства** – предназначены для ухода за жилищем, чистки различных поверхностей и домашней принадлежности (*посуды, пола, унитаза, ковров, стекол*), дезинфицирующие, универсальные средства и т.д.

Моющие средства (*детергенты*) – это высокоэффективные материалы для очистки различных поверхностей от практически любых видов загрязнений, обладающие специально-заданными свойствами и предназначенные как для ручной, так и машинной мойки. Они могут быть различной консистенции: жидкие, пастообразные, порошкообразные.

#### **Виды сырья для бытовой химии**

В основном для производства продукции бытовой химии применяются множество видов сырья. Главные из них следующие:

a) **Эмульгаторы.** За счет их применения можно значительным образом повысить качество готовой продукции. Их особенность заключается в том, что они имеют свойство образовывать и сохранять эмульсии нескольких веществ, которые не смешиваются между собой. К примеру, масло и вода. Также данные элементы способствуют повышению концентрации.

b) **Отдушки.** Такие вещества представляют собой непосредственно ароматизаторы с целью придания специфического запаха. Они могут быть натуральными или производиться на основе нескольких искусственно полученных веществ.

c) **Растительные масла и жиры.** Они используются в процессе создания шампуней, мыл. Получить такие элементы можно из семян или плодов, а также посредством применения метода экстрагирования.

d) **Гликоли.** Данные элементы применяются для повышения увлажняющих свойств. В основном применяются в гелях, лосьонах.

е) **Карбополы (карбомеры).** Используются в качестве загустителей и стабилизаторов в косметике.

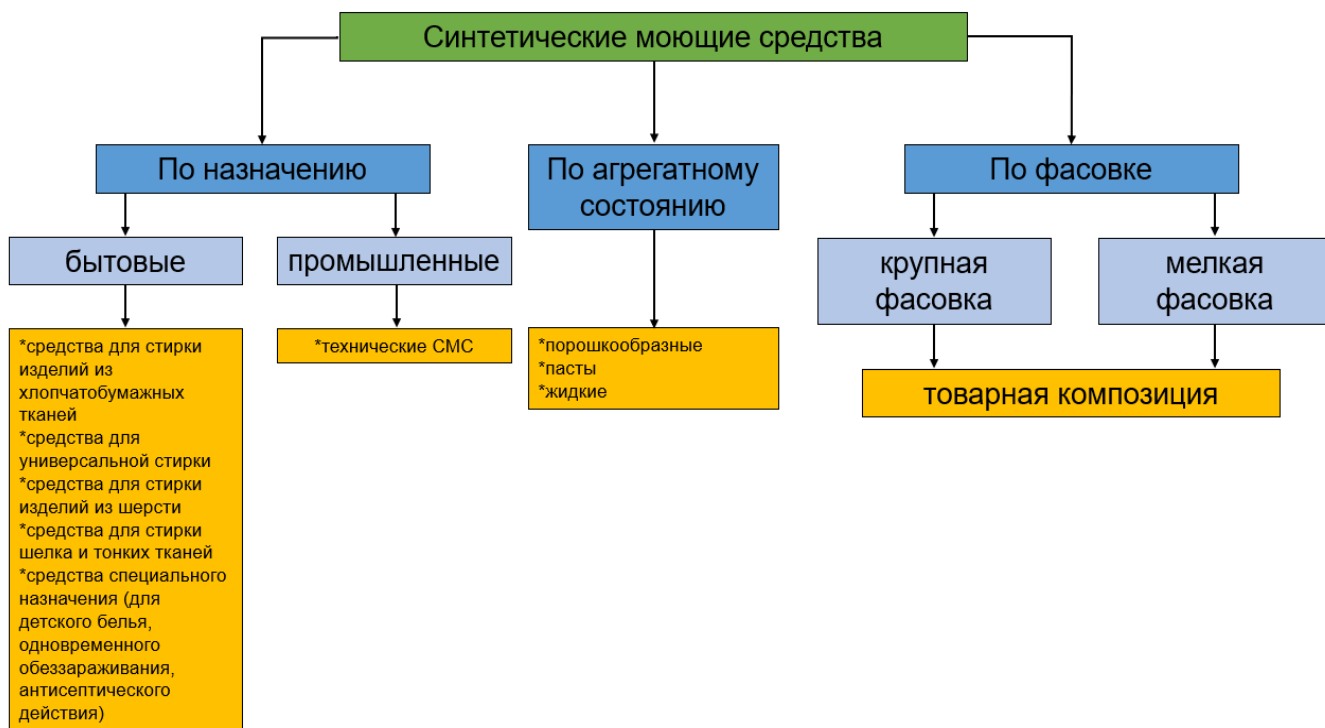
ф) **Вещества, способствующие образованию пленки.** Применяются с целью облегчения нанесения косметического средства.

Первое синтетическое моющее средство изобрёл русский химик Г.С. Петров в 1908 г. Разработка Петровым методов получения и применения нефтяных сульфокислот известна в мировой технике под названием «Контакт Петрова» – самое дешевое средство для расщепления жиров в мыловарении и лучшее средство при белении и крашении суровых тканей, заменяющее мыло.

Моющие эффекты определенных синтетических ПАВ были отмечены в 1913 г. бельгийским химиком А. Рейхлером. Первым коммерчески доступным детергентом, использующим те наблюдения, была смесь Nekal, продававшаяся в Германии в 1917 г., чтобы облегчить нехватку мыла в первой мировой войне. В конце 1960-х биологические моющие средства, содержащие ферменты, расщепляющие белки, появились в США.

Моющие средства делятся по назначению на бытовые и промышленные, по агрегатному состоянию – на порошкообразные, пасты и жидкие, по фасовке – на крупную и мелкую фасовку.

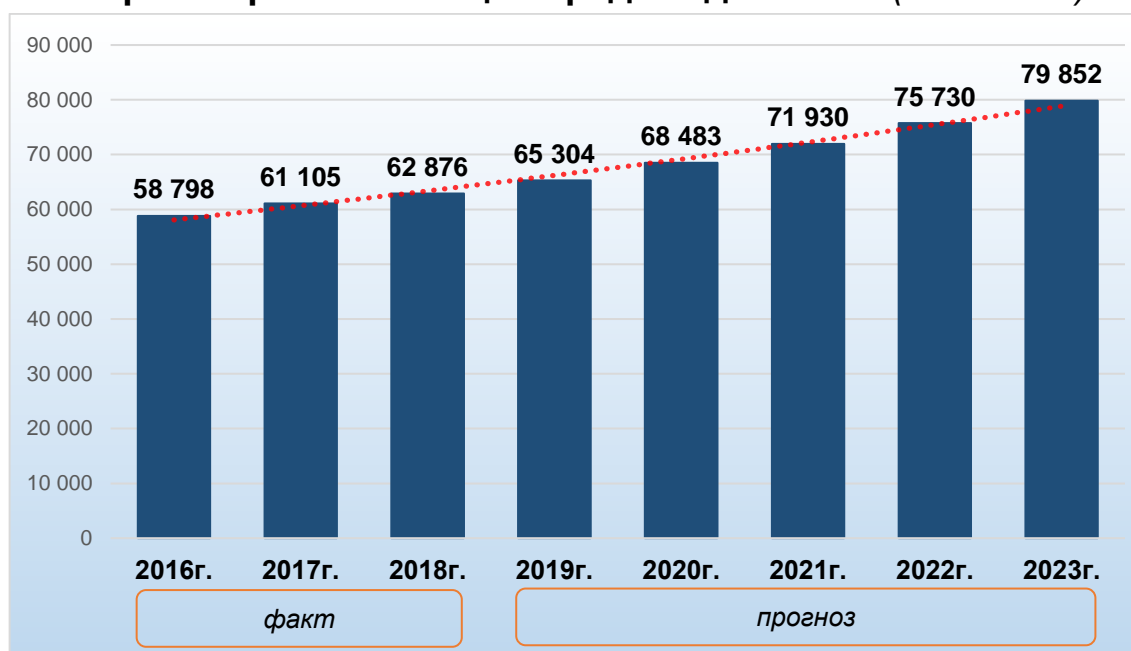
### Классификация моющих средств



## II. Мировой рынок моющих средств

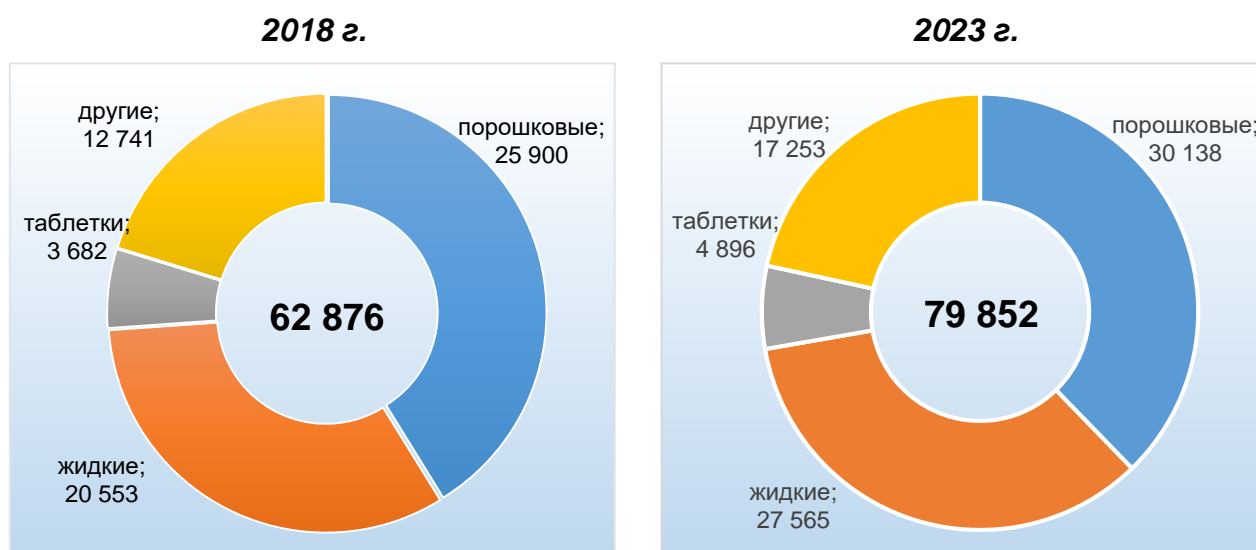
Согласно данным информационно-аналитического агентства «Euromonitor», емкость мирового рынка моющих средств в **2018 г. составил 62,9 млрд. долл.**, что на 2,9% выше по сравнению с 2017 г. (61,1 млрд. долл.). Ожидается, что в 2019 г. данный показатель **увеличится на 4%** по сравнению с 2018 г. и **составит 65,3 млрд. долл.**, а в **2023 г. – 79,9 млрд. долл.**

Мировой рынок моющих средств до 2023 г. (млн. долл)



В 2018 г. порошковые моющие средства заняли 41% мирового рынка, жидкие – 33%, таблетки – 6%. К 2023 г. доля порошковых моющих средств достигнет 38%, жидких – 35%, а таблетки останутся без изменений – 6%.

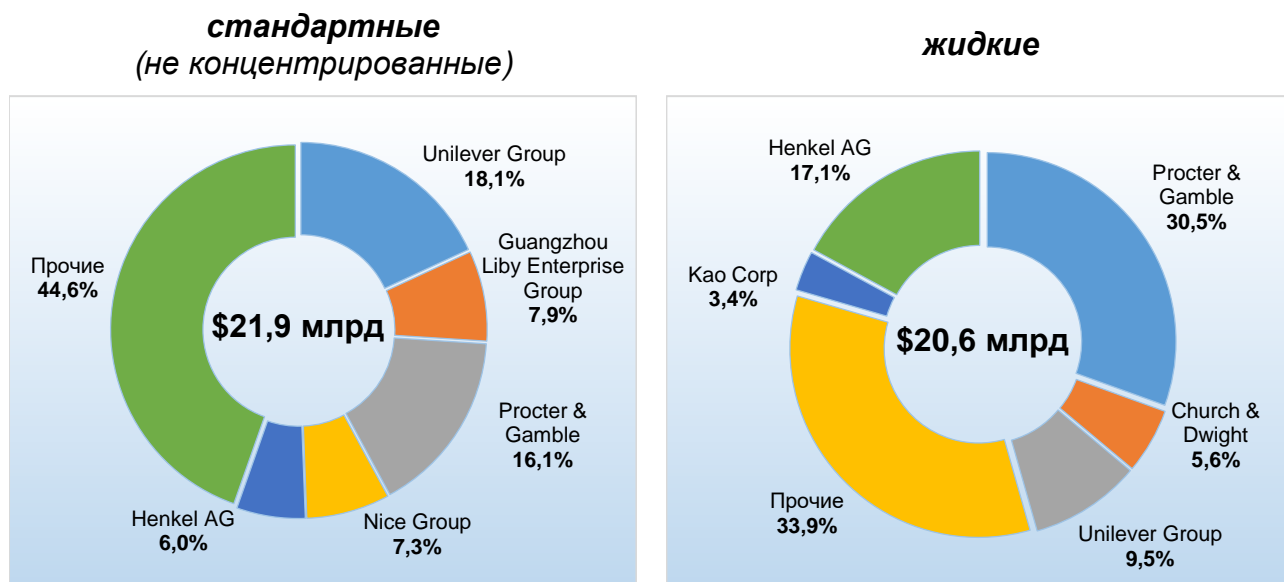
Структура мирового рынка моющих средств (млн. долл)



На сегодняшний день крупнейшими мировыми производителями моющих средств являются: на европейском рынке – «Henkel AG» (Германия), «Reckitt Benckiser», «Unilever Group», «McBride» (Великобритания); на рынке Северной Америки – «Procter & Gamble», «SC Johnson & Son Inc.», «Church & Dwight Co. Inc», «Colgate-Palmolive», «Seventh Generation» (США), «Clorox Company» (Канада); в Азии – «Kao Corp» (Япония), «Godrej Consumer Products» (Индия) и др.

По данным агентства «Euromonitor», по итогам 2018 г. более 55% мирового рынка стандартных моющих средств пришлось на долю пяти компаний – «Unilever Group» (18,1%), «Procter & Gamble» (16,1%), «Guangzhou Liby Enterprise Group» (7,9%), «Nice Group» (7,3%) и «Henkel AG» (6,0%).

### Структура мирового рынка моющих средств в 2018 г. (в разрезе компаний)



При этом, две трети мирового рынка жидких моющих средств занимают 5 компаний – «Procter & Gamble» (30,5%), «Henkel AG» (17,1%), «Unilever Group» (9,5%), «Church & Dwight» (5,6%) и «Kao Corp» (3,4%).

**Китай** является самым большим рынком сбыта моющих средств в мире. По итогам 2018 г. емкость китайского рынка составил **10,1 млрд. долл** (16,0% от мирового объема), из них 59% порошковые моющие средства, жидкие – 31%. **К 2023 г. ожидается увеличение объема рынка Китая до 13,0 млрд. долл** (рост на 29% по сравнению с показателем 2018 г.).

Вторым крупным рынком сбыта моющих средств являются **США**, где в 2018 г. емкость рынка составил **8,7 млрд. долл** (13,8% от мирового объема). Из них на долю жидких моющих средств пришлось 72%, порошковых – 9%. **К 2023 г. ожидается увеличение объема рынка**

**США до 9,9 млрд. долл** (рост на 14% по сравнению с показателем 2018 г.).

### Мировая торговля

По данным Информационной службы Международного торгового центра «ИТС» («Trade Map»), мировой импорт моющих и чистящих средств в 2017 г. составил **20,2 млрд. долл**, что на 5,6% больше показателя 2016 г.

### Основные страны-импортеры моющих и чистящих средств за 2016-2017 гг. (код ТН ВЭД 340220, 340290)

№	Страны-импортеры	2016 г.	2017 г.		Изм. к пред. году (%)
		Сумма (млн. долл)	Сумма (млн. долл)	Доля в мировом импорте (%)	
<b>Всего в мире</b>		<b>19 085,9</b>	<b>20 152,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,6%</b>
1	Германия	1 529,6	1 633,7	8,1%	6,8%
2	Франция	970,1	991,3	4,9%	2,2%
3	Канада	960,7	970,1	4,8%	1,0%
4	Великобритания	888,1	915,4	4,5%	3,1%
5	Бельгия	890,0	900,6	4,5%	1,2%
6	Китай	700,3	795,2	3,9%	13,6%
7	США	750,1	790,0	3,9%	5,3%
8	Нидерланды	663,1	713,6	3,5%	7,6%
9	Италия	435,0	460,8	2,3%	5,9%
10	ОАЭ	419,5	454,1	2,3%	8,3%
11	Россия	341,5	403,0	2,0%	18,0%
12	Польша	403,0	402,0	2,0%	-0,2%
13	Австрия	344,0	387,2	1,9%	12,6%
14	Испания	332,1	380,5	1,9%	14,6%
15	Япония	293,3	326,2	1,6%	11,2%

*Источник: Данные Международного торгового центра «ИТС».*

Основным рынком сбыта моющих и чистящих средств является Германия, на долю которого приходится 8% мирового импорта (2018 г. – 1,6 млрд. долл). Также крупными импортерами являются: Франция (4,9%), Канада (4,8%), Великобритания (4,5%), Бельгия (4,5%), Китай (3,9%), США (3,9%), Нидерланды (3,5%), Италия (2,3%), ОАЭ (2,3%), Россия (2,0%) и другие страны.

По данным «Trade Map», мировой экспорт моющих и чистящих средств в 2017 г. составил **20,3 млрд. долл** (по сравнению с 2016 г. увеличился на 7,3%).

## Основные страны-экспортеры моющих и чистящих средств за 2016-2017 гг.

№	Страны-экспортеры	2016 г.	2017 г.		Изм. к пред. году (%)
		Сумма (млн. долл)	Сумма (млн. долл)	Доля от суммы (%)	
<b>Всего в мире</b>		<b>18 961,9</b>	<b>20 348,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,3%</b>
1	<i>Германия</i>	2 159,2	2 263,5	11,1%	4,8%
2	<i>США</i>	2 054,3	2 131,9	10,5%	3,8%
3	<i>Бельгия</i>	1 587,5	1 661,5	8,2%	4,7%
4	<i>Франция</i>	1 230,1	1 266,0	6,2%	2,9%
5	<i>Китай</i>	1 095,4	1 134,8	5,6%	3,6%
6	<i>Великобритания</i>	991,1	1 040,6	5,1%	5,0%
7	<i>Нидерланды</i>	858,7	930,7	4,6%	8,4%
8	<i>Италия</i>	780,7	887,0	4,4%	13,6%
9	<i>Польша</i>	816,8	826,1	4,1%	1,1%
10	<i>Испания</i>	572,5	633,4	3,1%	10,6%
11	<i>Россия</i>	226,6	528,6	2,6%	2,3 р.
12	<i>Чехия</i>	394,1	422,2	2,1%	7,1%
13	<i>Венгрия</i>	387,1	405,0	2,0%	4,6%
14	<i>Мексика</i>	415,9	404,5	2,0%	-2,8%
15	<i>Австрия</i>	361,2	372,6	1,8%	3,2%

*Источник: Данные Международного торгового центра «ITC».*

Германия, наряду с импортом, осуществляет поставки моющих и чистящих средств на зарубежные рынки сбыта и является самым крупным экспортером в мире. По итогам 2017 г. сумма экспорта Германии составила **2,3 млрд. долл** (11,1% от мирового экспорта). За ней следуют США (10,5%), Бельгия (8,2%), Китай (5,6%), Великобритания (5,1%), Нидерланды (4,6%), Италия (4,4%) и другие страны.

### III. Региональный рынок

В целях изучения регионального рынка моющих и чистящих средств рассмотрены следующие страны: Россия, Беларусь, Украина, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Туркменистан.

На региональном рынке наблюдается стабильный рост объемов торговли моющими и чистящими средствами. Так, по данным «Trade Map», по итогам 2017 г. объем импорта моющих и чистящих средств на региональном рынке составил **832 млн. долл.** Основными рынками сбыта импортной продукции явились Россия (48% от регионального импорта), Украина (17,0%), Казахстан (16%) и Беларусь (12%).

**Региональная торговля моющими и чистящими средствами  
за 2016-2017 гг. (тыс. долл)**

№	Страна	Импорт			Экспорт		
		2016 г.	2017 г.	Изм. к пред. году	2016 г.	2017 г.	Изм. к пред. году
<b>Всего</b>		<b>710 113</b>	<b>831 658</b>	<b>17,1%</b>	<b>266 804</b>	<b>573 412</b>	<b>2,1 р.</b>
1	<i>Россия</i>	341 491	403 042	18,0%	226 569	528 603	2,3 р.
2	<i>Украина</i>	132 419	143 077	8,0%	15 849	17 160	8,3%
3	<i>Казахстан</i>	99 594	130 195	30,7%	6 266	5 736	-8,5%
4	<i>Беларусь</i>	81 399	99 558	22,3%	17 762	21 841	23,0%
5	<i>Туркменистан</i>	28 397	26 185	-7,8%	235	7	-97,0%
6	<i>Кыргызстан</i>	14 843	17 360	17,0%	123	65	-47,2%
7	<i>Таджикистан</i>	11 970	12 241	2,3%	-	-	-

*Источник: Данные Международного торгового центра «ИТС».*

Россия. По данным агентства «Euromonitor», по итогам 2018 г. емкость рынка моющих и чистящих средств в России составил **1,01 млрд. долл.** По прогнозам, к 2023 г. ожидается **увеличение данного показателя в 1,4 раза, до 37 млрд. долл.**

В 2018 г. спрос на продукцию бытовой химии в России вырос примерно на 7%. Основной объем продаж пришелся на косметические средства и средства личной гигиены (47%), а также бытовую химию (44%), В 2018 г. наблюдалось рост объемов импорта моющих средств на 15%, в то время как экспортные поставки понизились на 5%.

На конец 2017 г., в РФ зарегистрированы 1 510 компаний в данной отрасли. Лидером является международная компания «Henkel Рус» и «Proctor & Gamble Россия», которые занимают почти половину рынка. Несмотря на относительное изобилие представленной продукции, рынок моющих и чистящих средств находится в стадии формирования, о чем свидетельствуют ежегодный рост количества его участников и постепенное снижение уровня рыночной концентрации.

По данным «Trade Map», по итогам 2017 г. объем импорта моющих и чистящих средств России составил **403 млн. долл** (рост на 18,0% по сравнению с показателем 2016 г.). Основными поставщиками моющих и чистящих средств на российский рынок в 2017 г. стали **Германия** – 96,7 млн. долл (24,0% от совокупного импорта), **Франция** – 51,7 млн. долл (12,8%), **ОАЭ** – 27,8 млн. долл (6,9%), **Польша** – 27,0 млн. долл (6,7%), **Бельгия** – 25,6 млн. долл (6,3%) и др. (список компаний импортеров прилагается).



Украина. По данным агентства «Euromonitor», по итогам 2018 г. емкость украинского рынка моющих средств составил **527,1 млн. долл.** По прогнозам, к 2023 г. ожидается **увеличение данного показателя в 1,2 раза, до 648,9 млн. долл.**

При этом, в 2018 г. на украинском рынке объем потребления **порошковых моющих средств составил 416,9 млн. долл (383,8 млн. долл – 2017 г.), жидких – 85,0 млн. долл (71,0 млн. долл – 2017 г.)**.

Объемы производства моющих и чистящих средств украинскими компаниями снижаются из года в год, что связано с девальвацией национальной валюты, повлекшее за собой рост себестоимости продукции.

В 2017 г. компании «Proctor & Gamble Украина», «Винницабытхим» и «Henkel - Украина» обеспечивали более 65% продаж всех моющих средств. При этом, более 70% от общего объема производства моющих средств приходится на долю компаний «Proctor & Gamble Украина» и «Винницабытхим».

По данным «Trade Map», по итогам 2017 г. объем импорта моющих и чистящих средств Украины составил **143 млн. долл (рост на 8,0% по сравнению с показателем 2016 г.)**. Основными поставщиками моющих и чистящих средств на украинский рынок являлись **Польша – 36,0 млн. долл (25,1% от совокупного импорта), Германия – 18,1 млн. долл (12,7%), Австрия – 12,3 млн. долл (8,6%), Россия – 11,2 млн. долл (7,8%), Великобритания – 8,8 млн. долл (6,2%)** и др.

Казахстан. По данным агентства «Euromonitor», по итогам 2018 г. емкость казахстанского рынка моющих и чистящих средств составил **576,8 млн. долл.** По прогнозам, к 2023 г. ожидается **увеличение данного показателя в 1,7 раза, до 978,8 млн. долл.**

При этом, в 2018 г. на казахстанском рынке объем потребления **порошковых моющих средств составил 130,3 млн. долл (125,9 млн. долл – 2017 г.), жидких – 39,5 млн. долл (37,1 млн. долл – 2017 г.)**.

На рынке моющих и чистящих средств в Казахстане в основном представлены импортные продукты. Доля местной продукции составляет менее 5%. Количество производителей моющих средств более 30. Наибольшее количество предприятий по производству моющих и чистящих средств расположены в Южно-Казахстанской и Алматинской областях.

Наряду с этим, на сегодняшний день рынок туалетных средств (*шампунь, зубная паста и др.*), стиральных порошков и парфюмерии полностью зависит от импортных поставок. Так, по данным «Trade Map», по итогам 2017 г. совокупный объем импорта моющих и чистящих средств Казахстана составил **130,2 млн. долл (рост на 30,7% по сравнению с показателем 2016 г.)**.



Основным поставщиком моющих и чистящих средств на казахстанский рынок в 2017г. стал **Россия** – 105,3 млн. долл (80,9% от совокупного импорта). Также импортные поставки осуществлялись из **США** – 3,0 млн. долл (2,3%), **Украины** – 2,7 млн. долл (2,1%), **Беларусь** – 2,7 млн. долл (2,1%), **Турции** – 2,6 млн. долл (2,0%) и др.

#### **IV. Узбекистан**

В Узбекистане имеется практически вся сырьевая база для производства моющих и чистящих средств, в том числе поверхностно-активные вещества, щелочи, кислоты и др.

По данным агентства «Euromonitor», ёмкость рынка моющих и чистящих средств Узбекистана оценивается в объеме более **40 тыс.т или 70-80 млн. долл**, из них порядка **59% местного производства**. Потребление чистящих и моющих средств в Узбекистане намного ниже по сравнению с другими зарубежными странами и составляет **1,25 кг/чел**, для сравнения в **Казахстане** – 5,2 кг/чел, **РФ** – 5,7 кг/чел.

Согласно прогнозам аналитиков, в среднесрочной перспективе рост экономики и доходов населения приведет к **увеличению потребления сегмента синтетических моющих средств в 3,9 раза до 155 тыс.т или 270-310 млн. долл**. С повышением покупательской способности, ожидается увеличение продаж бытовой техники, в т.ч. автоматических стиральных машин, что приведет к более высокому потреблению стиральных порошков.

На сегодняшний день в республике существуют более **25** отечественных предприятий-производителей моющих и чистящих средств, среди которых СП ООО «Lotos Gold», СП ООО «Buma», СП ООО «Bahor Plastics PFK», ООО «Domfresh», ООО «Navroz-PTK», ООО «Buxara Shaten Clean», ИП ООО «My lovely Asia Co», ООО «Sanoat Progress», ООО «Durjaxon Lyuks Savdo», ЧП «Vodiy Kimyo Sanoat», ООО «Cristall Mega Star», ООО «Asia Cleaning Products», ООО «Global Petrochemical Group», ЧП «Rose Diamond», ООО «Nedita Grand», ИП ООО «Loman Star» и др.

Вместе с тем, по данным Государственного комитета по статистике, в целях обеспечения внутреннего спроса в 2018 г. в республику импортировано моющих и чистящих средств на сумму более **12,1 млн. долл** (рост на 6,2% по сравнению с показателем 2017 г.).

При этом, следует отметить, что по оценкам экспертов, более **60% или 17-20 млн. долл** отечественного импорта приходится на долю тех товаров, которые завозятся «серыми» схемами импорта, посредством «челночных» поставок и не учитываются в таможенных органах.

**Информация по импорту моющих и чистящих средств  
в Узбекистан за 2017-2018 гг.**

№	Страна	2017 г.	2018 г.		Изм. к пред. году
		Сумма (тыс. долл)	Сумма (тыс. долл)	Доля от суммы (%)	
<b>Всего</b>		<b>11 846</b>	<b>12 095</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,2%</b>
1	<i>Россия</i>	9 165	9 103	72,3%	-0,7%
2	<i>Турция</i>	919	724	5,8%	-21,2%
3	<i>Бельгия</i>	140	427	3,4%	3,0 р.
4	<i>Украина</i>	215	352	2,8%	1,6 р.
5	<i>Германия</i>	223	315	2,5%	1,4 р.
6	<i>Нидерланды</i>	36	207	1,6%	5,9 р.
7	<i>Китай</i>	190	149	1,2%	-21,5%
8	<i>Беларусь</i>	48	126	1,0%	2,6 р.
9	<i>Польша</i>	137	109	0,9%	-20,3%
10	<i>Италия</i>	16	93	0,7%	5,8 р.
11	<i>Прочие страны</i>	758	490	3,9%	-35,4%

*Источник: Данные ГКС РУ.*

Основным поставщиком моющих и чистящих средств на узбекский рынок в 2018 г. стал **Россия – 9,1 млн. долл (72,3% от совокупного импорта)**. Также импортные поставки моющих и чистящих средств осуществлялись из **Турции – 724 тыс. долл (5,8%), Бельгии – 427 тыс. долл (3,4%), Украины – 352 тыс. долл (2,8%), Германии – 315 тыс. долл (2,5%)** и др.

Наряду с этим, узбекскими предприятиями осуществляются экспортные поставки моющих и чистящих средств на внешние рынки сбыта. Общая сумма экспорта по итогам 2018 г. составила **1,6 млн. долл (2017 г. – 1,5 млн. долл)**. При этом, традиционными рынками сбыта моющих и чистящих средств являются Таджикистан, Казахстан, Афганистан, Кыргызстан, Туркменистан, Россия и Ирак. По данным «Trade Map», в 2017 г. совокупный импорт традиционных рынков сбыта указанной продукции в суммарном выражении составил **917 млн. долл**.

Доля узбекской продукции в этом импорте вышеуказанных стран составила **0,18%**. В случае увеличения доли узбекской продукции в данном сегменте импорта вышеуказанных традиционных рынков сбыта хотя бы до **5%**, сумма экспорта отечественной продукции увеличиться **в 28 раз до 45 млн. долл**.

Также по итогам анализа мирового импорта моющих и чистящих средств, сформированы предложения по освоению следующих новых рынков сбыта: Беларусь, Азербайджан, Армения, Грузия, Латвия, Молдова, Кувейт, ОАЭ, Оман и Пакистан. По данным «Trade Map»,

в 2017 г. совокупный импорт вышеуказанных стран в суммарном выражении составил **1,03 млрд. долл.**

В этой связи, при осуществлении необходимых мероприятий по улучшению качества производимых моющих и чистящих средств, привлечению мировых брендов, снижению стоимости транспортных расходов и получению необходимых разрешительных сертификатов, появится реальная возможность освоения своей ниши на вышеуказанных новых рынках сбыта. В случае освоения доли в данном сегменте импорта указанных стран хотя бы до **3%**, дополнительные валютные поступления от экспорта составят **31 млн. долл.**

## **V. Заключение**

По итогам проведенного анализа выявлено, что ведущие мировые экспортеры моющих и чистящих средств (*Германия, США, Франция, Бельгия, Китай и др.*) одновременно являются и ведущими импортерами.

По официальным данным, основным региональным рынком сбыта моющих и чистящих средств является Россия с объемом импорта **403 млн. долл.** При этом, объем импорта центральноазиатских стран составляет порядка **204 млн. долл.**, где Казахстан имеет самую высокую долю (**64%**).

Вместе с тем, согласно данным Госкомстата РУ, ежегодно в Узбекистан импортируются моющих и чистящих средств на сумму порядка **13 млн. долл.**, основным поставщиком которой является Россия (**свыше 72%**).

Необходимо отметить, что технические возможности отечественных производителей на данном этапе не позволяют удовлетворить спрос внутренних потребителей, как в количественном, так и качественном плане.

С учетом вышеизложенного, а также в целях повышения экспортного потенциала республики в химической промышленности полагается целесообразным:

- освоение новых видов и ассортимента моющих и чистящих средств, а также укрепление сотрудничества с известными мировыми торговыми марками такими как: «Henkel AG» (*Германия*), «Unilever Group», «Reckitt Benckiser», «McBride» (*Великобритания*), «Procter & Gamble», «SC Johnson & Son Inc.», «Church & Dwight Co. Inc.», «Colgate-Palmolive», «Seventh Generation» (*США*), «Clorox Company» (*Канада*), «Kao Corp» (*Япония*) и «Godrej Consumer Products» (*Индия*);

- подготовить бизнес-план для потенциальных инвесторов (лицензиара) проекта;

- проведение тщательного изучения имеющихся передовых технологий ведущих иностранных компаний по производству различных

видов моющих и чистящих средств, а также проведение прямых переговоров для определения лицензиара проекта;

- проработка вопроса включения в Государственную инвестиционную программу на 2020 г. проектов, нацеленных на создание в СЭЗ и МПЗ предприятий по производству моющих и чистящих средств с внедрением передовых технологий зарубежных стран;

- развитие внешнеторговой инфраструктуры путем создания торговых домов, логистических хабов и постоянно действующих шоу-румов на территории крупных стран-импортеров;

- усиление работ по участию на международных выставках и ярмарках за рубежом и в Узбекистане, проведение бизнес-форумов и рекламно-ознакомительных мероприятий с участием отечественных предприятий и потенциальных покупателей, для формирования дополнительных «портфелей заказов»;

- размещение информации об отечественных моющих и чистящих средствах и их производителях в международные электронные торговые площадки и внедрение интернет-технологий с целью продвижения продукции на экспорт.