

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК

**ЛАБОРАТОРИЯ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ
ЭКСПЕРТИЗЫ**

109544, г. Москва, ул. Библиотечная, д. 11/5.
<http://www.socexpertiza.ru>

Тел./факс: 8 (800) 500-97-95
E-mail: info@socexpertiza.ru

Заключение № 56-2021 от «24» мая 2021 г.

Подготовлено по результатам информационно-аналитического обзора рынка, проведенного с «29» марта 2021 года по «14» апреля 2021 года, и полевого наблюдения, проведенного с «28» апреля 2021 года по «10» мая 2021 года, с целью сравнить размеры магазинов сантехники г. Москвы.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий
лабораторией социологической экспертизы
Института социологии ФНИСЦ РАН,
кандидат социологических наук

И. В. Батыков

Москва, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|--------|
| ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ | - 3 - |
| ВОПРОСЫ, ПОСТАВЛЕННЫЕ ПЕРЕД ЭКСПЕРТАМИ | - 3 - |
| МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР | - 4 - |
| РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ... | - 5 - |
| МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОЛЕВОЕ НАБЛЮДЕНИЕ..... | - 14 - |
| РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОЛЕВОЕ НАБЛЮДЕНИЕ..... | - 17 - |
| СВЕДЕНИЯ ОБ ЭКСПЕРТЕ..... | - 40 - |
| СВЕДЕНИЯ ОБ ЭКСПЕРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ | - 46 - |
| Приложение 1. Магазины сантехники..... | - 48 - |

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования свидетельствуют о том, что магазином сантехники с самой большой торговой площадью в г. Москве является магазин Blumart. Площадь большей из двух торговых точек, согласно данным информационно-аналитического исследования, составляет 5 800 м², а совокупная площадь двух торговых точек – 10 400 м². Полевое наблюдение в свою очередь продемонстрировало несколько меньшие значения, а именно: 5 432 м² и 9 652 м² соответственно. С учетом неизбежности погрешности в измерениях данные расхождения можно считать незначительными.

Заключение основано на фактах, установленных с помощью признанных, надежных и достоверных социологических методик. Экспертиза проведена лабораторией социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН.

ВОПРОСЫ, ПОСТАВЛЕННЫЕ ПЕРЕД ЭКСПЕРТАМИ

1. Провести сравнительный анализ размеров торговых площадей магазинов сантехники в г. Москве в настоящее время с помощью анализа открытых источников.
2. Провести сравнительный анализ размеров торговых площадей магазинов сантехники в г. Москве в настоящее время методом полевого наблюдения.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Для решения одной из задач исследования был применен социологический метод анализа документов – исследовательская техника для получения выводов путем сбора, систематизации и интерпретации информации, содержащейся в письменных источниках¹. В качестве источников в исследовании рассматривались документы открытого доступа, отражающие ситуацию на потребительских рынках Российской Федерации, а именно: сайты торговых сетей, магазинов, интернет-магазинов, производителей и иных участников рынка, информационные порталы, связанные с потребительскими рынками, сайты отзывов потребителей о товарах, средства массовой информации и т.п. Информация из этих источников структурировалась по такому параметру, как торговая площадь магазинов сантехники г. Москвы.

Если на официальных сайтах магазинов сантехники не было указания размера торговой площади, но присутствовало указание на то, что данный магазин расположен на территории торгового центра или комплекса, то площадь исследуемого магазина вычислялась с опорой на наличие данных о площади торгового центра и количества используемых на его территории торговых площадок. Например, на официальном сайте торгового центра указывалась информация об общем размере его торговой площади и о количестве магазинов, находящихся на его территории. Зачастую торговые центры также предоставляют схемы своих торговых помещений, исходя из которых можно определить, насколько сильно они отличаются между собой по размерам. Если визуально площади казались приблизительно одинаковыми, то величина общей торговой площади делилась на количество магазинов в данном торговом центре. Полученное число указывает на приблизительный размер торговой площади одного магазина в данном торговом центре.

¹ Маслова О. М., Пугачева М. Г. Виды документальных источников и методы их анализа // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова. М.: Наука, 1990. С. 39-46.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Целью исследования было определить, какой магазин сантехники г. Москвы является самым большим, по этой причине был проведен сравнительный анализ торговых площадей данных магазинов. В поисковой системе Google поиск магазинов сантехники осуществлялся по запросам: «большие магазины сантехники в Москве», «магазины сантехники в Москве» и др. Наиболее крупные и развитые компании указывают о себе достаточно информации – по этой причине данные магазины не были оставлены без внимания со стороны эксперта. Небольшие и локальные магазины, а также те магазины, поисковые запросы которых не являются достаточно популярными, в ходе исследования рассмотрены не были.

Данные о торговых площадях были взяты из следующих открытых источников:

- официальные сайты магазинов сантехники;
- сайты торговых центров или других торговых пространств, в которых находятся магазины сантехники или шоурумы;
- рейтинги и списки магазинов сантехники, расположенных в г. Москве.

В таблице 1 приведены данные размеров торговых площадей магазинов сантехники г. Москвы, а именно таких магазинов, как Blumart, Perfekto, «Мир Сантехники», «Макслевел», «Сантехмол», «Дом Сантехники», Vodopadoff, Wodolei.ru, «М. Ванна», Trend, «Сантемо.py», VodoParad, «Сантехника-МСК», «Сатра», MrSАНТЕН, Aquanet. Кроме того, в таблице 1 указано количество торговых точек данных магазинов (более подробную информацию о магазинах см. «Приложение 1. Магазины сантехники»).

Стоит сделать некоторые уточнения по расчетам торговых площадей ряда указанных в таблице магазинов. Например, «Сантехмол» располагается на территории торгово-развлекательного центра «Город II» (ТЦ Декоратор), общая торговая площадь которого составляет 33 000 м² и который вмещает в себя около 100 магазинов². Если разделить общую торговую площадь на количество магазинов, получим среднее значение торговой площади одного магазина данного ТРЦ, равное 330 м². Очевидно, что магазины в крупных ТРЦ отличаются по площади друг от друга. Однако, если взглянуть на схему 2-

² URL: <http://www.metr-kv.ru/shop/magazin-mir-santehniki-ip-ryazanov-vv-8-495-66-917-33-8-495-66-917-44-8-499-899-14-14>, <http://estet-online.ru/> (дата обращения: 12.04.2021).

го этажа указанного ТРЦ, на котором располагается «Сантехмол» (см. Рисунок 1, пав. 214), и обратить внимание на занимаемую им площадь, можно сделать вывод о том, что торговая площадь данного магазина имеет средние характеристики. Значение площади данного магазина, указанное в таблице, приблизительное.

Рисунок 1. Схема 2-го этажа торгово-развлекательного центра «Город II».



Торговая площадка магазина Wodolei.ru расположена в Центре ремонта и дизайна «Метр квадратный»³. На его территории находится около 350 магазинов, а площадь всего торгового центра составляет более 16 000 м²⁴. С учетом того, что в подобных торговых

³ URL: <https://wodolei.ru/contacts/> (дата обращения: 12.04.2021).

⁴ URL: <https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/moscow/shops/35907> (дата обращения: 12.04.2021).

центрах магазины имеют примерно одинаковую площадь, можно рассчитать приблизительную площадь магазина Wodolei.ru – 45 м² (16 000 / 350).

Магазин сантехники «М.Ванна» находится в ТЦ «Гвоздь», торговая площадь которого составляет около 15 000 м²⁵. Самый большой размер торговой площадки 2-го этажа указанного ТЦ составляет 155 м² (см. Рисунок 2). С учетом того, что все магазины в подобных торговых комплексах имеют не сильные различия по площади, можно предположить, что торговая площадь магазина «М.Ванна» – не более 155 м².

Рисунок 2. Схема 2-го этажа ТЦ «Гвоздь»



Шоурумы «Сантемо.ру» находятся в торговом комплексе «Конструктор» и торговом комплексе «Каширский двор»⁶. Торговый комплекс «Конструктор» предлагает для аренды помещения площадью от 15 до 100 м², значит, что максимально возможная площадь шоурума «Сантемо.ру» в данном торговом комплексе будет составлять 100 м². Торговый комплекс «Каширский двор» (см. Рисунки 3-7, пав.3-В57) имеет общую площадь 63 600 м². В то время, как его территорию занимают около 600 магазинов. Отсюда следует, что

⁵ URL: https://shopandmall.ru/torgovye-centry/gvozd-diskont-moskva-volokolamskoe_shosse_103 (дата обращения: 12.04.2021).

⁶ URL: <https://santemo.ru/contacts/stores/> (дата обращения: 12.04.2021).

приблизительная площадь шоурума «Сантемо.ру» в данном торговом комплексе будет составлять 106 м². (63 600 / 600).

Рисунок 3. Схема 0 этажа ТК «Каширский двор 1»



Рисунок 4. Схема 1 этажа ТК «Каширский двор 1»



Рисунок 5. Схема 2 этажа ТК «Каширский двор 1»



Рисунок 6. Схема 3 этажа ТК «Каширский двор 1»



Рисунок 7. Схема 4 этажа ТК «Каширский двор 1»⁷



Магазин VodoParad размещается на территории ЦДиИ «Экспострой»⁸, площадь которого составляет 53 000 м² ⁹, а количество представленных магазинов немногим превышает 1000 единиц¹⁰. Отсюда следует, что приблизительная торговая площадь магазина VodoParad составляет 53 м². (53 000 / 1000).

Магазин «Сантехника-МСК» расположен в ЦД Ленинградском «Family room» и в ТОГК «Славянский мир»¹¹. Общая площадь «Family room» составляет более 32 000 м², и на территории данного торгового пространства представлены более 150 магазинов¹². Значит, средняя величина площади одной торговой точки составляет приблизительно 213 м². Средняя площадь одной торговой точки, расположенной в ТОГК «Славянский мир» –

⁷ Схема всего ТК «Каширский двор 1» по ссылке: <https://kdvor.ru/about/schema/> (дата обращения: 12.04.2021).

⁸ URL: <https://www.vodoparad.ru/contacts/> (дата обращения: 12.04.2021).

⁹ Схема всего ЦДиИ «Экспострой» по ссылке: <https://www.expostroy.ru/scheme/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁰ URL: <https://www.cmpfm.ru/objects/ekspo/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹¹ URL: <https://santehnika-msk.ru/contact> (дата обращения: 12.04.2021).

¹² URL: <https://mebel-leningradka.ru/complex/> (дата обращения: 12.04.2021).

около 100 м²¹³. Следовательно, приблизительная величина крупнейшей из приведенных торговых точек магазина сантехники «МСК» составляет около 213 м².

Шоурум магазина сантехники «Сатра» также находится на территории ТОГК «Славянский мир»¹⁴, следовательно, его площадь аналогично составляет приблизительно 100 м².

Магазин MrSANTEN располагается в уже ранее упомянутом ТК «Каширский двор»¹⁵, следовательно, приблизительная величина торговой площади данного магазина сантехники также будет равна 106 м².

Салоны магазина Aquanet по г. Москве расположены в таких торговых центрах, как ТК «Каширский двор», ТЦ Декоратор, ЦДИИ «Экспострой», ТЦ «Твой дом» (24 км МКАД), БП «Румянцево» (Рисунок 8, пав. 216). С учетом приведенных выше расчетов, демонстрирующих приблизительный размер одной торговой площадки таких торговых центров, как ТК «Каширский двор», ТЦ Декоратор, ЦДИИ «Экспострой», можно сделать вывод, что максимальный размер салона магазина Aquanet имеет размер, не превышающий величину в 330 м². В одном из выпусков «ЛесПромИнформ» есть статья, посвященная развитию мебельной фабрики Aquanet. В рамках данной статьи упоминаются в том числе и планы по открытию новых торговых площадок как по России, так и по Москве, площадью от 150 до 500 м². каждая¹⁶. Следовательно, максимальная площадь одной торговой точки данного магазина не будет превышать 500 м².

¹³ URL: <https://slavyanskiymir.ru/arenda/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁴ URL: <https://satra.ru/contacts/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁵ URL: <https://mrsanteh.ru/about/contacts/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁶ Мебельная фабрика Aquanet. Там, где вода // ЛесПромИнформ № 4 (134), 2018. URL: <https://lesprominform.ru/jarticles.html?id=5009> (дата обращения: 12.04.2021).

Рисунок 8. БП «Румянцево». корпус «В», 2 этаж

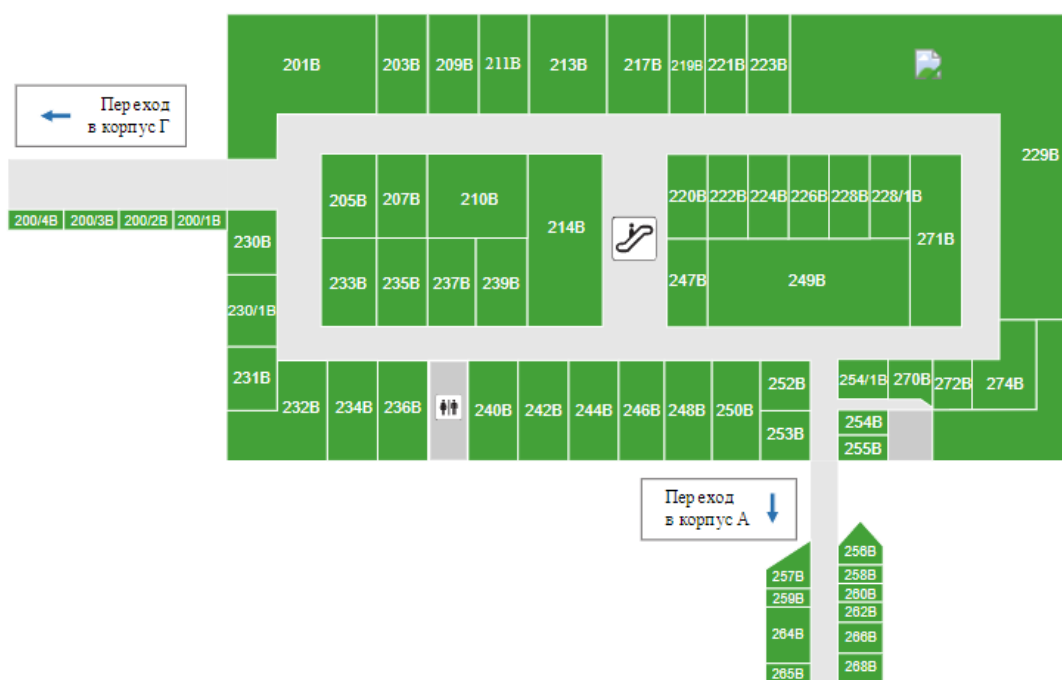


Таблица 1. Размеры торговых площадей магазинов сантехники в г. Москве.

| № | Название магазина | Количество торговых точек | Размер площади одной торговой точки, м ^{2*} | Общий размер торговых площадей, м ² |
|---|--|---------------------------|--|--|
| 1 | Blumart ¹⁷ | 2 | 5 800 | 10 400 |
| 2 | Perfekto ¹⁸ | 4 | ≈ 1 803 | 7 212 |
| 3 | «Мир Сантехники» (ИП Рязанов В.В.) ¹⁹ | 1 | 1 000 | |
| 4 | Макслевел ²⁰ | 18 (Москва, Екатеринбург) | ≈ 1 388 | 25 000 |
| 5 | Сантехмол ²¹ | 1 | ≈ 400 | |

¹⁷ URL: <https://www.blumart.ru/contacts/fr/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁸ URL: <https://www.perfekto.ru/retail/> (дата обращения: 12.04.2021).

¹⁹ URL: <http://www.metr-kv.ru/shop/magazin-mir-santehniki-ip-ryazanov-vv-8-495-66-917-33-8-495-66-917-44-8-499-899-14-14>, <http://estet-online.ru/> (дата обращения: 12.04.2021).

²⁰ URL: <https://www.maxlevel.ru/about/> (дата обращения: 12.04.2021).

²¹ URL: <http://www.gorod.tc/zagruzki/ryazanka/arendatoram-ryazanka2.pdf?rnd=22509983826368908> (дата обращения: 12.04.2021).

| № | Название магазина | Количество торговых точек | Размер площади одной торговой точки, м ² * | Общий размер торговых площадей, м ² |
|----|------------------------------|-----------------------------|---|--|
| 6 | Дом Сантехники ²² | 1 | 200+ | |
| 7 | Vodopadoff ²³ | 1 | 1 500 | |
| 8 | Wodolei.ru | 1 | ≈ 45 | |
| 9 | М. Ванна | 1 | 155 | |
| 10 | Trend ²⁴ | 2 (Москва, Санкт-Петербург) | Данные отсутствуют | 5 000 |
| 11 | Сантемо.ру | 2 | ≈ 106 | ≈ 206 |
| 12 | VodoParad | 1 | ≈ 53 | |
| 13 | Сантехника-МСК | 2 | ≈ 213 | 313 |
| 14 | Сатра | 1 | ≈ 100 | |
| 15 | MrSАНTEH | 1 | ≈ 106 | |
| 16 | Aquanet ²⁵ | 5 (Москва) | > 500 | Данные отсутствуют |

* При отсутствии в открытых источниках информации о площади одной торговой точки указывалась площадь средней величины по формуле (общая площадь / количество торговых точек).

Полученные данные свидетельствуют о том, что самым крупным магазином сантехники в г. Москве является магазин Blumart. Он имеет две торговые точки, площадь крупнейшей из которых составляет 5 800 м², а общая торговая площадь двух точек – 10 400 м².

²² URL: <https://dom-san.ru/contacts> (дата обращения: 12.04.2021).

²³ URL: <https://vodopadoff.ru/shourum/> (дата обращения: 12.04.2021).

²⁴ URL: <https://www.santehtrend.ru/contacts/> (дата обращения: 12.04.2021).

²⁵ URL: <https://www.aquanet.ru/shops/> (дата обращения: 12.04.2021)

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОЛЕВОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

В ходе информационно-аналитического обзора были отобраны 16 крупных по торговым площадям магазинов сантехники в г. Москве. Для проведения дальнейшей части исследования методом полевого наблюдения из этих 16 магазинов были отобраны 6 (см. Таблицу 2), площадь которых точно или предположительно составляет 500 и больше м².

Таблица 2 – магазины сантехники, примерная площадь которых составляет более 500 м².

| № | Название магазина | Размер площади одной торговой точки, м ^{2*} |
|---|---------------------------------------|--|
| 1 | Blumart | 4 600 5 800 |
| 2 | Perfekto Макслевел | ≈ 1 388 |
| 3 | «Мир Сантехники» (ИП Рязанов В.В.) | 1 000 |
| 4 | Vodopadoff | 1 500 |
| 5 | Trend | > 2500 |
| 6 | Aquanet | ≈ 500 |

Как видно из таблицы, площади некоторых магазинов представленных магазинов указаны в приблизительных значениях. Для их уточнения экспертом было принято решение обратиться к методу полевого наблюдения.

Согласно классическому определению полевого наблюдения в социальных науках, оно представляет собой «наблюдение, осуществляемое в естественных условиях реальной деятельности членов изучаемой группы»²⁶. Однако, с учетом того, что объектами нашего исследования выступают не группы или их участники, а торговые площади, соответственно, полевое наблюдение – просто наблюдение за площадью и

²⁶ Кравченко С.А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь: Более 10 000 единиц / С.А. Кравченко. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзиткнига», 2004. С. 230.

торговым пространством в естественных условиях. Адреса магазинов представлены в Таблице 4.

Наблюдение осуществлялось посредством измерения длины и ширины торговых залов с помощью мобильных приложений с функцией замера расстояний (Рулетка, CamToPlan и т.д.).

Как правило, торговые пространства в проекции «взгляд сверху» представляют собой простые геометрические фигуры (квадрат, прямоугольник). В связи с этим измерение таких показателей, как их длина, ширина и площадь не представит особых сложностей. Для этого исследователь измерял длину и ширину торговых залов. Свои измерения он фиксировал в специальной таблице 3.

Кроме фиксации длины и ширины торговых залов исследователь фиксировал также такие показатели, как расстояние между прилавками/витринами и стенами, между параллельно расположенными прилавками/ витринами, ширина проходов, а также количество покупателей, находящихся в торговом зале. Полученные значения также фиксировались исследователем в таблице 3.

После того, как по каждому показателю выставлена оценка, исследователь делает несколько фотографий торговой точки с разных углов магазина, из которых открывается наиболее информативный, по мнению исследователя, вид для оценки пространства.

Таблица 3 – показатели для фиксации измерений торговых залов

| |
|--|
| Показатель |
| Ширина |
| Длина |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами |
| Минимальная ширина проходов |
| Максимальная ширина проходов |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра |

Таблица 4 – адреса магазинов для проведения полевого наблюдения.

| Магазин | Официальный сайт | Адреса в г. Москве |
|---------------------------------------|---|---|
| Blumart | https://www.blumart.ru/ | 14 км МКАД, д. 10 23 км Киевского шоссе, 8с1 |
| Perfekto | https://www.perfekto.ru/ | Загородное шоссе, д. 5, корп. 1 |
| «Мир Сантехники» (ИП Рязанов В.В.) | https://estet-online.ru/ | Волгоградский проспект, д.32/25, ТЦ «Метр Квадратный», цокольный этаж, павильон 371 |
| Макслевел | https://www.maxlevel.ru/ | Загородное шоссе, д. 5, корп. 1 |
| Vodopadoff | https://vodopadoff.ru/ | Складочная улица, 1, стр. 5 |
| Trend | https://www.santehtrend.ru/ | ул. Вятская, 27, корп.5 |
| Aquanet | https://www.aquanet.ru/ | Киевское шоссе (1 км от МКАД), БП «Румянцево». Шоу-рум 2: стр. 2, корпус «В», вход 5, 2 этаж, павильон 213 |

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОЛЕВОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

Полевое наблюдение проводилось с 28 апреля по 10 мая 2021 года. Помимо непосредственных измерений в ходе исследования необходимо было оценить визуальное восприятие пространства торговых залов. С этой целью исследователем были сделаны их фотографии.

Blumart (14 км МКАД)

Так, например, на фото торгового зала магазина Blumart, расположенного по адресу 14 км МКАД, отчетливо видны его протяженность (см. Рисунки 9 и 10) и достаточное расстояние от одной витрины до другой (см. Рисунок 11). Максимальная ширина проходов в торговом зале данного магазина составляет 3,6 м. Более подробные показатели расстояний между витринами отображены в таблице 5. Площадь данного магазина по данным полевого наблюдения составляет 4 220 м² (34 м x 76 м + 24 м x 65 м).

Таблица 5. Показатели торгового зала магазина Blumart (14 км МКАД).

| Показатель | Значение |
|--|--------------|
| Ширина 1 этаж | 35 м |
| Длина 1 этаж | 76 м |
| Ширина 2 этаж | 24 м |
| Длина 2 этаж | 65 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,6 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,4 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 3,6 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,5 м |
| Максимальная ширина проходов | 3,6 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 4 человек |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 100 человек |

Рисунок 9. Фото торгового зала магазина Blumart (14 км МКАД)



Рисунок 10. Фото торгового зала магазина Blumart (14 км МКАД)



Рисунок 11. Фото торгового зала магазина Blumart (14 км МКАД)



Blumart (23 км Киевского шоссе)

На фотографиях торгового зала магазина Blumart, расположенного по адресу Киевское шоссе, 23 (см. Рисунки 12, 13), также отчетливо видно, что он просторный. Ширина проходов в торговых залах магазина по указанному адресу составляет 3 м (Таблица 6) – несколько меньше, чем в ранее упомянутом филиале Blumart. Его площадь, согласно данным полевого наблюдения, составляет 5 432 м² (72 м x 62 м + 44 м x 22 м). Согласно результатам информационно-аналитического обзора, она составляет 5 800 м². Подобные расхождения могут быть связаны с тем, что на официальном сайте магазина, откуда была взята информация о его площади при анализе открытых источников, могут

быть учтены в том числе те площади, которые не в полной мере доступны покупателям, либо которые еще не вмещают в себя выставленные товары. Кроме того, нельзя исключать погрешность в подсчетах в ходе полевого наблюдения.

Таблица 6. Показатели торгового зала магазина Blumart (23 км Киевского шоссе).

| Показатель | Значение |
|--|-----------------|
| Ширина 1 | 72 м |
| Длина 1 | 62 м |
| Ширина 2 | 44 м |
| Длина 2 | 22 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,2 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,6 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,5 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 3 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,5 м |
| Максимальная ширина проходов | 3 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 3 человек |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 25 человек |

Рисунок 12. Фото торгового зала магазина Blumart (Киевское шоссе, 23)



Рисунок 13. Фото торгового зала магазина Blumart (Киевское шоссе, 23)



«Мир Сантехники»

Площадь магазина «Мир Сантехники», по итогам полевого наблюдения, составляет 576 м² (32 м x 18 м). В ходе анализа открытых источников было определено, что его площадь составляет около 1000 м². Вероятно, подобное расхождение в показателях площади обусловлено тем, что на сайте магазина была указана не только площадь торгового зала, но и складские помещения. На фотографиях (см. Рисунки 14, 15) видно, что торговый зал также достаточно просторный, однако, в меньшей степени, чем упомянутый ранее Blumart – здесь вероятность столкновения покупателей намного выше. Максимальная ширина проходов в данном торговом зале составляет 2,5 м (Таблица 7).

**Таблица 7. Показатели торгового зала магазина «Мир сантехники»
(Волгоградский проспект, д.32/25).**

| Показатель | Значение |
|--|-----------------|
| Ширина 1 | 32 м |
| Длина 1 | 18 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,2 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,4 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 2,2 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,6 м |
| Максимальная ширина проходов | 2,5 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 2 человек |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 10 человек |

Рисунок 14. Фото торгового зала магазина «Мир сантехники»



Рисунок 15. Фото торгового зала магазина «Мир сантехники»



Vodopadoff

Также в ходе полевого наблюдения была измерена площадь торгового зала магазина Vodopadoff – она составляет 1 040 м² (26 м x 40 м). По фотографиям, сделанным в данном магазине (см. Рисунки 16, 17), заметно, что он уже не настолько просторный, как ранее приведенные примеры магазинов. Максимальная ширина проходов составляет 2 м (Таблица 8), что также проигрывает в «просторе» выше рассмотренным магазинам сантехники.

**Таблица 8. Показатели торгового зала магазина Vodopadoff
(Складочная улица, 1, стр. 5).**

| Показатель | Значение |
|--|-----------------|
| Ширина 1 | 26 м |
| Длина 1 | 40 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,2 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,4 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 1,3 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,7 м |
| Максимальная ширина проходов | 2 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 2 человек |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 12 человек |

Рисунок 16. Фото торгового зала магазина Vodopadoff



Рисунок 17. Фото торгового зала магазина Vodopadoff



Trend

Площадь торгового зала магазина Trend, согласно данным полевого наблюдения, составляет 1 185 м² (15 м x 41 м + 15 м x 38 м), а максимальная ширина проходов – 2 м (Таблица 9). На представленных фотографиях (см. Рисунки 18, 19) заметно, что магазин достаточно просторный, и по своим показателям превосходит «Мир сантехники» и Vodopadoff, но не превосходит ни один из филиалов магазина Blumart.

Таблица 9. Показатели торгового зала магазина Trend (ул. Вятская, 27, корп.5).

| Показатель | Значение |
|--|--------------------------|
| Ширина 1 этаж | 15 м |
| Длина 1 этаж | 41 м |
| Ширина 2 этаж | 15 м |
| Длина 2 этаж | 38 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,3 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,4 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 1,5 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,5 м |
| Максимальная ширина проходов | 2 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | Покупатели отсутствовали |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | Покупатели отсутствовали |

Рисунок 18. Фото торгового зала магазина Trend



Рисунок 19. Фото торгового зала магазина Trend



Aquanet

Шоурум Aquanet, находящийся по адресу Киевское шоссе (1 км от МКАД), имеет площадь 100 м² (10 м x 10 м). С учетом того, что на официальном сайте магазина и в других источниках не указаны конкретные площади каждой торговой точки данного магазина, экспертом для посещения был выбран адрес из соображений удобства расположения. Допускается, что другие торговые точки данной сети могут иметь несколько большую площадь. На представленных фотографиях (см. Рисунки 20, 21) видно, что шоурум находится в торговом центре и, как следствие, не отличается простором.

Таблица 10. Показатели торгового зала магазина Aquanet (шоурум, Киевское шоссе; 1км МКАД).

| Показатель | Значение |
|--|-----------------|
| Ширина 1 | 10 м |
| Длина 1 | 10 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,2 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,4 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,8 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,5 м |
| Максимальная ширина проходов | 0,8 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 1 человека |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 1 человек |

Рисунок 20. Фото торгового зала магазина Aquanet



Рисунок 21. Фото торгового зала магазина Aquanet



«Макслевел» / Perfekto

В ходе информационно-аналитического обзора магазины Perfekto и «Макслевел» были представлены, как разные и независимые друг от друга. Однако в ходе проведения полевого наблюдения выяснилось, что данные магазины связаны между собой и фактически являются одним и тем же. Площадь торгового зала, представленного на Рисунках 22 и 23, составляет 742 м² (22 м x 29 м + 14 м x 26 м). Несмотря на то, что зал достаточно просторный, по всем параметрам проведенных замеров он тем не менее уступает таким магазинам, как Trend, Vodopadoff и Blumart.

**Таблица 11. Показатели торгового зала магазина «Макслевел/Perfecto»
(Загородное шоссе, д. 5, корп. 1).**

| Показатель | Значение |
|--|-----------------|
| Ширина 1 этаж | 22 м |
| Длина 1 этаж | 29 м |
| Ширина -1 этаж | 14 м |
| Длина -1 этаж | 26 м |
| Минимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,1 м |
| Максимальное расстояние между прилавками/витринами и стенами | 0,8 м |
| Минимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 0,5 м |
| Максимальное расстояние между параллельно расположенными прилавками/ витринами | 2 м |
| Минимальная ширина проходов | 0,6 м |
| Максимальная ширина проходов | 2 м |
| Среднее количество покупателей у одного прилавка | до 1 человека |
| Общее количество покупателей в магазине на момент осмотра | 1 человек |

Рисунок 22. Фото торгового зала магазина «Perfekto / Макслевел»



Рисунок 23. Фото торгового зала магазина «Perfekto / Максвелл»



Таким образом, данные, собранные в ходе полевого наблюдения, демонстрируют следующие значения торговых площадей исследуемых магазинов (Таблица 12).

Таблица 12 – значения торговых площадей

| Показатель Магазин | Ширина 1 этаж, м | Длина 1 этаж, м | Ширина 2 этаж, м | Длина 2 этаж, м | Общая площадь, м² |
|-------------------------------------|---|----------------------------------|---|----------------------------------|-------------------------------------|
| Blumart 14 км МКАД | 35 | 76 | 24 | 65 | 4 220 |
| Blumart 23 км Киевского шоссе | 72 | 62 | 44 | 22 | 5 432 |
| Мир Сантехники | 32 | 18 | | | 576 |
| Vodopadoff | 26 | 40 | | | 1 040 |
| Trend | 15 | 41 | 15 | 38 | 1 185 |
| Aquanet | 10 | 10 | | | 100 |
| Perfekto Макслевел | 14 | 26 | 22 | 29 | 742 |

Полученные в ходе полевого наблюдения результаты свидетельствуют о том, что самым большим магазином сантехники в г. Москве является магазин Blumart.

СВЕДЕНИЯ ОБ ЭКСПЕРТЕ

Экспертно-аналитическую работу в исследовании осуществлял заведующий лабораторией социологической экспертизы Батыков Иван Владимирович, магистр юриспруденции, кандидат социологических наук, дипломированный оценщик, дипломированный специалист в областях защиты интеллектуальной собственности и стандартизации, сертифицированный судебный эксперт. Опыт работы в области социологических исследований — с 2002 года, опыт экспертной деятельности — с 2011 года. Обладание И. В. Батыковым специальными знаниями в области организации и методики социологических исследований подтверждается дипломом о высшем профессиональном образовании и дипломом кандидата социологических наук по специальности 22.00.01 — теория, методология и история социологии (см. «Приложение. Документы, подтверждающие квалификацию и специальные знания эксперта в области социологических исследований»). Обладание дополнительными специальными знаниями, необходимыми для экспертизы средств индивидуализации, в том числе специальными знаниями в области экономики и права, подтверждается дипломами о профессиональной переподготовке и высшем образовании, сертификатом судебного эксперта (см. «Приложение. Документы, подтверждающие квалификацию и специальные знания эксперта в области экономики и права, необходимые для проведения исследований средств индивидуализации»). Эксперт является старшим научным сотрудником ФГБУН «Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук», дипломированным специалистом в области защиты интеллектуальной собственности. В должности доцента преподает курс, посвященный социологической экспертизе, в магистратуре социологического факультета Государственного академического университета гуманитарных наук. Эксперт руководил проведением более 300 социологических исследований в области интеллектуальной собственности, конкуренции, рекламы и СМИ, в том числе для целей экспертиз по назначению судов. Имеет ряд научных публикаций (в том числе в изданиях перечня ВАК), посвященных проблемам социологической экспертизы интеллектуальной собственности, среди которых:

- Выбор исполнителя производства судебной социологической экспертизы оценки объектов интеллектуальной собственности // Мир юридической науки. 2012. № 10. С. 72-79.

- Защита имён государственных и исторических деятелей: проблема использования распространённых фамилий // Авторское право и смежные права. 2012. № 9. С. 22-28.
- Использование ретроспективных вопросов в социологической экспертизе средств индивидуализации // Законность и правопорядок в современном обществе / Под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск: НГТУ, 2012. С. 117-121.
- Социологическая экспертиза объектов интеллектуальной собственности: проблема анонимности // Теория и практика общественного развития. 2012. № 12. С. 569-572.
- Социологическая экспертиза смешения средств индивидуализации в сознании потребителя: обзор методических приёмов // Биржа интеллектуальной собственности. 2012. № 9. С. 15-18.
- Ценообразование социологической экспертизы интеллектуальной собственности // Биржа интеллектуальной собственности. 2012. № 12. С. 8-10.
- Объем выборки, достаточный для принятия решения о сходстве до степени смешения // Гуманитарные науки в XXI веке / Ред. кол.: Н. М. Арсентьев, Н. В. Дергунова, П. С. Кабытов, И. А. Чуканов, Р. Б. Казакова. М.: Спутник+, 2013. С. 98-100.
- Опросный подход к оценке убытков правообладателей от сходства до степени смешения // Вопросы экономики и права. 2013. № 10. С. 30-32. (Соавтор – Г. П. Посыпай).
- Неявные преимущества регистрации общеизвестного товарного знака // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2014. № 3. С. 32-35.
- Планирование социологической экспертизы средств индивидуализации // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2014. № 3 (46). С. 103-110.
- Метод эталонов в применении данных социологической экспертизы для принятия решений о нарушении законодательства // Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 853-856.
- Методы принятия решений о нарушении законодательства на основе данных социологической экспертизы // Теория и практика общественного развития. 2014. № 2. С. 422-424.

- Пороговые значения сходства товарных знаков для установления наличия или отсутствия степени смешения // Интеллектуальная собственность: взгляд в будущее / Отв. ред. О. Ю. Митин. М.: РГАИС, 2014. С. 33-36.
- Роль социологических доказательств сходства до степени смешения в арбитражных судах // Копирайт. Вестник Российской академии интеллектуальной собственности. 2014. № 4. С. 63-71.
- Достоверность социологических опросов потребителей: проблема получения ретроспективной информации // Теория и практика общественного развития. 2014. № 20. С. 14-18. (Соавтор – Н. С. Бабич)
- Требования арбитражных судов к социологическим доказательствам сходства до степени смешения // Копирайт. Вестник Российской академии интеллектуальной собственности. 2015. № 1. С. 118-125.
- Достоверность социологических опросов потребителей: получение информации об ассоциациях марки с производителем и правообладателем // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12. С. 63-66. (Соавтор – Н. С. Бабич).
- Маркетинговые исследования при доказывании общеизвестности товарных знаков // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2017. № 9. С. 22-26.
- Юридические риски предпринимателей, связанные с широко известными "советскими" торговыми марками в современной России // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. № 4. С. 115-119.
- Баланс прав потребителей и предпринимателей в контексте потребительской грамотности // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 9 (62). С. 58-63.
- Правовые основы определения срока полезного использования общеизвестных товарных знаков // Теория и практика общественного развития. 2018. № 10 (128). С. 82-87.
- Методика автоматизированного установления однородности товаров и услуг для целей защиты прав на товарные знаки // Журнал правовых и экономических исследований. 2018. № 3. С. 217-223.
- Правовые основы определения ставки роялти для общеизвестных товарных знаков // Финансовая экономика. 2018. № 6. 1535-1538.
- Косвенные доказательства приобретения товарным знаком общеизвестности // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 11. С. 80-87.
- Проблемы экспертизы товарных знаков при защите прав потребителей и предпринимателей. М.: Этносоциум, 2018.

- Логика построения доказательств, основанных на мнении потребителей, в спорах о защите прав на товарные знаки // Проблемы экономики и юридической практики. 2019. № 1. С. 125-129.
- Прямые доказательства приобретения товарным знаком общеизвестности // Право и практика. 2019. № 1. С. 180-185.
- Правовая роль фактора известности в функционировании товарных знаков // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: экономика и право. 2019. № 5. С. 95-100.
- Правовые основы определения пороговых значений для уровня известности общеизвестного товарного знака // Пробелы в российском законодательстве. 2019. № 2. С. 59-62.
- Социологическое измерение сходства до степени смешения: анализ влияния фактора однородности товаров и услуг // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. № 2. С. 35.
- Торговые марки в свете теоремы Томаса: модель онтологии социального феномена // Коммуникология. 2020. № 2. С. 155-166. (Соавтор – Н. С. Бабич).
- Измерение сходства до степени смешения в социологических исследованиях: влияние фактора различительной способности // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 7. С. 15-21.
- Сходство до степени смешения: социологический анализ влияния фактора цены // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 7 (75). С. 18-23.
- Сходство товарных знаков до степени смешения: социологический анализ влияния факторов вовлеченности и компетентности потребителей // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 10 (78). С. 27-34.
- Факторы смешения товарных знаков: социологический анализ // Теория и практика общественного развития. 2020. № 10 (152). С. 18-22.
- Социологическая диагностика приобретенной различительной способности средств индивидуализации // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 2 (82). С. 28-32.

Список значимых дел с участием экспертизы, проведенной лабораторией социологической экспертизы ФНИСЦ РАН:

1. дело № А40-48564/2002;
2. дело № СИП-107/2015;
3. дело № 09АП-3478/2006-АК;
4. дело № СИП-311/2015;
5. дело № 09АП-809/2007-АК;
6. дело № СИП-83/2014;
7. дело № А40- 54452/07-27-496;
8. дело № СИП-102/2014;
9. дело № А40- 56023/07-51-363;
10. дело № СИП-269/2014;
11. дело № А40-29051/2009;
12. дело № СИП-173/2016;
13. дело № А40-3631/09-93-28;
14. дело № СИП-97/2016;
15. дело № А40-23060/09-51-274;
16. дело № СИП-305/2016;
17. дело № А40-22499/10-19-132;
18. дело № СИП-150/2016
19. дело № А40-29051/09-26-332;
20. дело № А08-489/2014;
21. дело № А40-174635/09-26-1257;
22. дело № А45-22866/2014;
23. дело № А41-16044/10;
24. дело № А40-240157/2015;
25. дело № А40-156326/09-154-1045;
26. дело № А41-11045/14
27. дело № А40-161307/09-12-1016;
28. дело № А41-12768/17;
29. дело № А40-174633/09-12-1077;
30. дело № А40-3113/16-26-21;
31. дело № А40-7729/10-51-30;
32. дело № А57-9186/2016;
33. дело № А55-10442/2010;
34. дело № А40-77572/16-110-662;
35. дело № А45-12802/2011;
36. дело № А40-196306/2015;
37. дело № А40-145823/10-15-1196;
38. дело № А40-51618/16-12-316;
39. дело № А45-18016/2011;
40. дело № А62-2023/2016;
41. дело № А40-52156/2011;
42. дело № А56-16284/2016;
43. дело № А40-146561/10-154-980;
44. дело № СИП-286/2013;
45. дело № А40-45102/10-143-385;
46. дело № СИП-383/2013;
47. дело № А40-94520/10-12-601;
48. дело № СИП-33/2014;
49. дело № А36-4347/2010;
50. дело № СИП-711/2014;
51. дело № А32-26093/2010;
52. дело № СИП-608/2014;
53. дело № А60-33062/2010;
54. дело № СИП-611/2014;
55. дело № А32-26093/2010;
56. дело № СИП-248/2014;
57. дело № А40-98118/11-72-635;
58. дело № СИП-9/2013;
59. дело № А40-116212/10-19-1023;
60. дело № СИП-71/2013;
61. дело № А40-84723/11-27-701
62. дело № СИП-21/2013;

63. дело № А08-489/2014;
64. дело № СИП-210/2013;
65. дело № А45-22866/2014;
66. дело № СИП-286/2013;
67. дело № А40-240157/2015;
68. дело № СИП-383/2013;
69. дело № А41-11045/14;
70. дело № СИП-107/2015;
71. дело № А41-12768/17;
72. дело № СИП-311/2015;
73. дело № А40-3113/16-26-21;
74. дело № СИП-83/2014;
75. дело № А57-9186/2016;
76. дело № СИП-102/2014;
77. дело № А40-196306/2015;
78. дело № СИП-269/2014;
79. дело № А40-51618/16-12-316;
80. дело № СИП-173/2016;
81. дело № А62-2023/2016;
82. дело № СИП-97/2016;
83. дело № А56-16284/2016;
84. дело № СИП-305/2016;
85. дело № СИП-286/2013;
86. дело № СИП-150/2016
87. дело № СИП-383/2013;
88. дело № СИП-589/2016;
89. дело № СИП-33/2014;
90. дело № СИП-590/2016;
91. дело № СИП-711/2014;
92. дело № СИП-562/2014;
93. дело № СИП-608/2014;
94. дело № СИП-149/2016;
95. дело № СИП-611/2014;
96. дело № СИП-70/2016;
97. дело № СИП-248/2014;
98. дело № СИП-515/2016;
99. дело № СИП-9/2013;
100. дело № СИП-562/2014;
101. дело № СИП-71/2013;
102. дело № СИП-420/2016;
103. дело № СИП-21/2013;
104. дело № СИП-427/2016;
105. дело № СИП-210/2013;
106. дело № СИП-78/2017;
107. дело № СИП-286/2013;
108. дело № СИП-69/2017;
109. дело № А41-73714/17
110. дело № СИП-28/2017
111. дело № СИП-411/2017
112. дело № СИП-110/2017
113. дело № А07-10720/17
114. дело № А40-77572/2016
115. дело № СИП-591/2016
116. дело № А40-116160/2019
117. дело № А40-50338/2018
118. дело № А83-12130/2018
119. дело № СИП-186/2019
120. дело № СИП-878/2018
121. дело № СИП-855/2018

СВЕДЕНИЯ ОБ ЭКСПЕРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ФГБУН «Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук» является федеральным государственным бюджетным учреждением науки и ведущим академическим социологическим учреждением страны. Активная разработка методик и усовершенствование стандартов качества социологических исследований данного учреждения ведется с 1968 г., когда был образован Институт социологии РАН. В 2017 г. решением ФАНО России статус Института социологии РАН повышен до уровня Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (ФНИСЦ РАН). При этом проведена реорганизация Института социологии РАН путем присоединения к нему Социологического института РАН г. Санкт-Петербург. В 2019 году в состав ФНИСЦ РАН вошли Институт социально-политических исследований РАН (ИСПИ РАН) и Институт социально-экономических проблем народонаселения (ИСЭПН РАН). Таким образом, кадровая, организационная и научно-исследовательская база существенно расширена.

На сегодняшний день ФНИСЦ РАН возглавляет Горшков Михаил Константинович, академик РАН, лауреат Государственной премии РФ. Главным органом управления Федерального центра является ученый совет. Научно-исследовательскую работу здесь ведут более 80 докторов и свыше 120 кандидатов наук. В структуре ФНИСЦ РАН функционирует более 20 исследовательских центров, в том числе специализированный центр методологии социологических исследований, а также специализированная лаборатория социологической экспертизы.

Согласно действующему Уставу, утвержденному Министерством науки и высшего образования Российской Федерации, в число видов деятельности ФНИСЦ РАН входят научные исследования, информационные и консультационные услуги, экспертизы, к числу которых относятся опросы общественного мнения и изучение поведения потребителей.

На базе ФНИСЦ РАН осуществляет свою деятельность Российское общество социологов, представляющее Российскую Федерацию в Международной социологической ассоциации, и работает факультет социологии Государственного академического университета гуманитарных наук. Российское общество социологов в ходе проведения социологических исследований следит за соблюдением стандартов, установленных Профессиональным кодексом социолога (принят VI Всесоюзной конференцией Советской социологической ассоциации в марте 1987 года), и Этического

кодекса Международной социологической ассоциации (принят исполнительным комитетом МСА в 2001 году).

ФНИСЦ РАН издаются следующие научные журналы: «Социологический журнал», «Социология: методология, методы и математическое моделирование», «ИНТЕР», «Вестник Института социологии», «Социологическая наука и социальная практика». На базе Института работают редакции журналов «Социологические исследования» и «ПОЛИС» («Политические исследования»). «Социологический журнал», «Социология: методология, методы, математические модели» и «Социологические исследования» – это наиболее авторитетные в России научные журналы в области методологии, методов и методик социологических исследований.

ФНИСЦ РАН проводятся крупномасштабные социологические исследования: мониторинг «Динамика массового сознания россиян в условиях трансформационных процессов», «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения». Всего за время работы ФНИСЦ РАН было проведено несколько сотен крупных социологических исследований и опросов общественного мнения. Ежегодно публикуется более 100 сборников и монографий и свыше 800 научных статей. Сотрудники ФНИСЦ РАН написали несколько десятков монографий и несколько сотен статей, посвященных конкретно-методическим стандартам и нормам социологических исследований.

ФНИСЦ РАН также реализуются международные исследования, в том числе совместно с университетами Хельсинки (Финляндия), Ноттингема (Великобритания), Гетеборга (Швеция), Северной Каролины (США). Методики исследования и стандарты качества, которых придерживается ФНИСЦ РАН, получают неизменно высокую оценку от всех международных партнеров.

По данным Научной электронной библиотеки, которая ведет Российский индекс научного цитирования по заданию Министерства образования и науки, публикации ФНИСЦ РАН на 14.05.2021 были процитированы в научных изданиях 274704 раз.

Решением ученого совета в ФНИСЦ РАН создана лаборатория социологической экспертизы, специализирующаяся на исследованиях, предоставляемых в суд, Роспатент, Федеральную антимонопольную службу и другие инстанции. В рамках действующего законодательства лаборатория также участвует в разработке и экспертизе нормативных правовых актов в сфере научной, научно-технической и инновационной деятельности, охраны интеллектуальной собственности. Результаты исследовательской и экспертной деятельности лаборатории социологической экспертизы ФНИСЦ РАН используются многими государственными органами.

Приложение 1. Магазины сантехники.

Таблица 13. Адреса магазинов сантехники.

| Магазин | Официальный сайт | Адреса по г. Москве |
|------------------------------------|---|---|
| Blumart | https://www.blumart.ru/ | 14 км МКАД, д. 10 23 км Киевского шоссе, 8с1 |
| Perfekto | https://www.perfekto.ru/ | Загородное шоссе, д. 5, корп. 1 Нахимовский проспект, д. 24, 1 этаж, пав. 2 - стенд 48, пав. 3 - стенды 120 и 226 Каширское шоссе, д. 19, корпус 2 (-1 этаж) улица Кировоградская д.15, Этаж 0 |
| «Мир Сантехники» (ИП Рязанов В.В.) | https://estet-online.ru/ | Волгоградский проспект, д.32/25, ТЦ «Метр Квадратный», цокольный этаж, павильон 371 |
| Макслевел | https://www.maxlevel.ru/ | 5-й Донской проезд, д. 23, 2 и 3 этаж Оружейный переулок, 15А Новинский бульвар, 18, стр. 1 Загородное шоссе, д. 5, корп. 1 Нахимовский пр-т, д. 24, павильон 1, стенд 18 Комсомольский проспект, д. 19 Нахимовский пр-т, д. 24, павильон 1, стенд 12 |
| Сантехмол | https://santehmoll.ru/ | Рязанский пр-т д. 2, корп. 3, «Декоратор», 3 этаж |
| Дом Сантехники | https://dom-san.ru/ | Калужское шоссе д. 4, стр. 1, Ярмарка Стройматериалов «Славянский МИР», торговый центр ТЦ «СтройЦентр», цокольный этаж, пав.55, |
| Vodopadoff | https://vodopadoff.ru/ | Складочная улица, 1, стр. 5 |
| Wodolei.ru | https://wodolei.ru/ | Волгоградский проспект д. 32, корпус 25 (Центр ремонта и Дизайна - Метр квадратный) 1 этаж, павильон 152 |
| М. Ванна | https://www.m-vanna.ru/ | Волоколамское ш. д.103 |

| | | |
|----------------|---|--|
| Trend | https://www.santehtrend.ru/ | ул. Вятская, 27, корп.5 |
| Сантемо.ру | https://santemo.ru/ | ТК «Конструктор», Шоурум Santemo, 25 км МКАД, пав. 1.26 ТК «Каширский Двор 1», Шоурум Santemo, Каширское шоссе д.19 к.1, пав 3в57, 3в80 |
| VodoParad | https://www.vodoparad.ru/ | ЦДИИ «Экспострой» Нахимовский проспект, д. 24, 2 павильон, 2 этаж, 262/1 |
| Сантехника-МСК | https://santehnika-msk.ru/ | Ленинградское шоссе д.25, 1 этаж магазин сантехники МКАД 41 км, строительный рынок Мельница, 3-я линия Пассаж 20-21 (напротив Д17/2) |
| Сатра | https://satra.ru/ | 41км МКАД ТК «Славянский Мир», Павильон В19/1, В19/1 |
| MrSANTEH | https://mrsanteh.ru/ | ТК «Каширский двор 1», Каширское шоссе 19к1 павильоны 3-А18, 3-А29, 3-С106 |
| Aquanet | https://www.aquanet.ru/ | Киевское шоссе (1 км от МКАД), БП «Румянцево». Шоу-рум 2: стр. 2, корпус «В», вход 5, 2 этаж, павильон 213 Нахимовский пр-т, 24 ЦДИИ «Экспострой», павильон 3, сектор «В», место 295 Каширское шоссе, д. 19/1, ТК «Каширский двор», 3 этаж, павильон 3А39 МКАД 24 км, к1, ВЕГАС Каширское шоссе, ТЦ «Твой Дом», отдел сантехника, магазин AQUANET Рязанский проспект, д. 2, корп. 3 |