"Утверждено"
Директора Агентства по статистике
при Президенте Республики Таджикистан
Дж. Нурмахмадзода _____

ФИНАЛЬНЫЙ ОТЧЁТ

об организации и проведении выборочного статистического обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере оказания услуг

Пдготовил: Директор ООО «Орзухои Шохона»

Хикматов Ш. _____

Рассмотрено:
Наджибуллаев А. _____
Управление статистики торговля и услуг
Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан

Душанбе 2026

АГЕНТСТВО ПО СТАТИСТИКЕ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

ПРОЕКТ «МОДЕРНИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ТАДЖИКИСТАНА»
(#STAT/MNSSP/QCBS/2021-01)

ФИНАЛЬНЫЙ ОТЧЁТ

об организации и проведении выборочного статистического обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере оказания услуг

Душанбе -2026

Данный анализ подготовлен ООО «Орзухои Шохона»

С О Д Е Р Ж А Н И Е

	стр.
Благодарности	4
Список сокращений и терминологии	5
I. **Введение**	6-8
II. **Краткая информация о выполненной работе**	9-11
III. **Оценка текущей ситуации по статистическому учёту в сфере услуг**	11-13
IV. **Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT-анализ)**	14-15
V. **Методология и дизайн выборки**	15-17
VI. **Организация полевых работ и контроль качества**	17-18
VII. **Обработка данных и выходные таблицы**	18-19
VIII. **Аналитические выводы по результатам обследования**	20-26
IX. **Основные выводы и рекомендации**	27
X. **Выходные таблицы (скриншот)**	28-30
XI. **Приложения**	31-51
ПРИЛОЖЕНИЕ: ВОПРОСНИК И ДРУГИЕ ИНСТРУМЕНТАРИИ ОБСЛЕДОВАНИЯ	

БЛАГОДАРНОСТЬ

ООО «Орзухои Шохона» выражает глубокую благодарность Директору Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан г-ну Дж. Нурмахмадзода за постоянную поддержку и общее руководство при проведении обследования индивидуальных предпринимателей в сфере услуг Республики Таджикистан.

Особая признательность выражается сотрудникам Проекта модернизации национальной статистической системы Республики Таджикистан, в том числе координатору проекта г-ну А. Бобизода, а также всем специалистам, участвовавшим в подготовке методологии, организации обучения полевого персонала и сопровождении полевого этапа.

Благодарим государственные органы центрального и местного уровней, местные исполнительные органы государственной власти городов и районов республики — за содействие в предоставлении необходимой информации, согласовании доступа к точкам оказания услуг и поддержку процесса сбора данных.

Команда обследования признательна всем респондентам — индивидуальным предпринимателям, согласившимся принять участие в опросе и предоставившим сведения, необходимые для формирования достоверной статистической картины сектора услуг. Их участие сделало возможным получение репрезентативных данных на национальном и региональном уровнях.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

РТ — Республика Таджикистан

АС — Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан

ГБАО — Горно-Бадахшанская автономная область

РРП — Районы республиканского подчинения

ОКЭД / ОКЭД — Общий (общий) классификатор видов экономической деятельности

МНСС — Модернизация национальной статистической системы

ВВП — Валовой внутренний продукт

ИП — Индивидуальный предприниматель

ТЗ — Техническое задание

ПО — Программное обеспечение

ГСП — Государственная статистическая программа

STSRS — Стратифицированная случайная выборка без возврата (Stratified Simple Random Sampling)

PPS — Вероятность отбора, пропорциональная размеру (Probability Proportional to Size)

deff — Эффект дизайна выборки (design effect)

QA — Контроль качества (Quality Assurance)

I. ВВЕДЕНИЕ

Сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики Республики Таджикистан и играет важную роль в обеспечении занятости населения, формировании доходов домохозяйств, развитии предпринимательской инициативы и повышении уровня жизни граждан. Расширение рынка услуг способствует диверсификации национальной экономики, повышению деловой активности, созданию дополнительных рабочих мест, развитию малого и среднего предпринимательства, а также укреплению социально-экономического потенциала регионов страны.

В современных условиях развитие сферы услуг приобретает особое значение в контексте структурных преобразований экономики, цифровизации хозяйственной деятельности, расширения внутреннего потребительского рынка и повышения конкурентоспособности национальных производителей. Предприятия и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в данной сфере, обеспечивают население и организации разнообразными услугами, участвуют в формировании валового внутреннего продукта, создают источники доходов и вносят вклад в развитие региональной инфраструктуры.

Сфера услуг охватывает широкий спектр видов экономической деятельности: транспортные услуги, связь, информационные и коммуникационные технологии, финансовую деятельность, образование, здравоохранение, ремонт и техническое обслуживание, бытовые услуги, общественное питание, услуги по размещению, парикмахерские и косметические услуги, а также иные виды деятельности, ориентированные на удовлетворение потребностей населения и организаций. Многообразие указанных направлений обусловливает необходимость комплексных подходов к сбору, обработке и анализу статистических данных.

Особое место в структуре сферы услуг занимает деятельность индивидуальных предпринимателей, работающих на основании патента или свидетельства. Данная категория субъектов предпринимательства характеризуется значительным количеством участников, разнообразием видов деятельности, неравномерным территориальным размещением и различиями в масштабах хозяйственных операций. Индивидуальные предприниматели обеспечивают предоставление услуг непосредственно населению, в том числе в отдалённых населённых пунктах, и тем самым способствуют развитию

местных рынков, повышению доступности услуг и расширению возможностей самозанятости.

Вместе с тем получение полной, достоверной и детализированной статистической информации о деятельности индивидуальных предпринимателей в сфере услуг остаётся одной из актуальных задач государственной статистики. Особенности организации их деятельности, небольшие масштабы хозяйственных операций, территориальная рассредоточенность и различия в характере предоставляемых услуг требуют совершенствования существующих подходов к формированию статистических данных — прежде всего более полного охвата действующих предпринимателей, повышения качества информации об объёмах и структуре оказываемых услуг и формирования надёжной информационной основы для оценки вклада данного сегмента в национальную экономику.

В целях решения указанных задач в рамках проекта «Модернизация национальной статистической системы Таджикистана» Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан организовано выборочное статистическое обследование индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность на основании патента или свидетельства. Исполнителем работ выступает ООО «Орзухои Шохона».

Цель обследования

Формирование достоверной информационной базы о деятельности индивидуальных предпринимателей в сфере услуг для последующего использования при подготовке официальной статистической информации, совершенствовании статистических оценок и повышении качества показателей национальных счетов Республики Таджикистан.

Основные задачи

определение фактического уровня охвата индивидуальных предпринимателей, работающих в сфере услуг на основании патента или свидетельства;

получение информации о видах осуществляемой деятельности, территориальном размещении и основных характеристиках обследуемых субъектов;

сбор данных об объёмах оказанных услуг, поступлениях от предпринимательской деятельности и других предусмотренных программой обследования экономических показателях;

изучение структуры деятельности индивидуальных предпринимателей в разрезе видов услуг, регионов и иных аналитических группировок;

повышение полноты и качества статистических данных о деятельности субъектов малого предпринимательства, недостаточно охваченных существующими источниками;

формирование дополнительной информационной основы для оценки объёмов производства и оказания услуг, а также вклада индивидуальных предпринимателей в экономику страны;

совершенствование методологических подходов к оценке деятельности субъектов, по которым отсутствует полная и детализированная статистическая информация;

обеспечение сопоставимости результатов обследования с другими источниками официальной статистики при соблюдении установленных методологических требований.

При организации обследования особое внимание уделялось соблюдению принципов официальной статистики: объективности, профессиональной независимости, научной обоснованности, прозрачности методологии и обеспечению статистической конфиденциальности. Сведения, собираемые от индивидуальных предпринимателей, используются исключительно в статистических целях в соответствии с законодательством Республики Таджикистан о государственной статистике и защите конфиденциальных данных.

Результаты обследования могут быть использованы для совершенствования системы статистического наблюдения за сферой услуг, уточнения оценок объёмов оказанных услуг, повышения качества расчётов отдельных показателей национальных счетов и улучшения информационного обеспечения анализа предпринимательской деятельности. В долгосрочной перспективе проведение подобных обследований будет способствовать повышению полноты статистического охвата индивидуальных предпринимателей и укреплению аналитического потенциала национальной статистической системы.

II. КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЕ

1. Анализ текущей ситуации

В рамках выполнения задач проведён детальный анализ текущей ситуации по статистическому учёту в сфере услуг в системе статистики Республики Таджикистан. Изучены действующие отчёты, формы статистической отчётности и основные источники данных. Анализ позволил выявить ключевые особенности учёта субъектов сферы услуг, существующие пробелы в сборе информации, а также определить направления совершенствования методологии учёта.

2. Консультации с Агентством по статистике

Для уточнения и детального изучения текущей ситуации проведены рабочие встречи с представителями Агентства по статистике. Обсуждены вопросы организации статистического учёта в секторе услуг, особенности учёта деятельности индивидуальных предпринимателей, проблемные аспекты и возможные пути их решения. Полученные сведения позволили выработать рекомендации по подготовке и проведению обследования, включая формирование выборочной совокупности, структуру вопросника и требования к выходным таблицам.

3. Подготовка методологической базы

На подготовительном этапе разработан детализированный план-график проведения обследования, включающий последовательность всех необходимых действий — от подготовки нормативно-методической документации до формирования итоговых аналитических таблиц, — а также расчёт необходимого количества интервьюеров, супервайзеров и технических специалистов.

Разработан комплексный вопросник, охватывающий:

регистрационные данные субъектов услуг;
виды и объёмы деятельности;
численность работников;
условия ведения бизнеса;
финансовые показатели;
использование технологий и инфраструктуры;
особенности расчётов (наличные и безналичные);
наличие оборудования.

Вопросник сопровождается методологическими инструкциями для интервьюеров и супервайзеров, полевым мануалом и инструкциями по контролю качества данных. Электронная версия интегрирована в программное обеспечение для планшетных компьютеров, обеспечивающее работу в онлайн- и офлайн-режимах, автоматическую проверку логических связей, валидацию и передачу информации в центральную базу.

Перед полевым этапом проведено многоэтапное тестирование электронного вопросника: проверка корректности всех полей, логических связей, интерфейса и пилотная обработка данных. По результатам тестирования внесены корректировки для оптимизации работы.

4. Подготовка персонала

Интервьюеры и супервайзеры обеспечены планшетными средствами синхронизации данных с сервером (с автоматическим обновлением и резервным копированием). Все специалисты прошли обучение, включающее:

освоение методологии обследования;
технику интервьюирования;
работу с электронным вопросником и планшетами;
процедуры передачи и контроля данных;
информационно-разъяснительную работу с респондентами;
соблюдение этических норм и принципов статистической конфиденциальности.

Интервьюеры сопровождаются супервайзерами для обеспечения надлежащего проведения сбора данных. Перед началом опроса участник информируется о целях обследования; опрос проводится только с согласия респондента.

5. Информационно-разъяснительная работа

Информационно-разъяснительная работа являлась ключевым элементом подготовки к полевому этапу. Она обеспечивала своевременное информирование респондентов, формирование у предпринимателей понимания целей обследования, повышение готовности к сотрудничеству и снижение уровня отказов.

Работа проводилась в нескольких взаимодополняющих форматах с координацией на уровне центрального аппарата и территориальных органов статистики. Разработаны тематические информационные материалы: памятки для респондентов, краткие методические листы, информационные письма и презентационные материалы. Материалы разъясняли цели обследования,

перечень собираемой информации, гарантии конфиденциальности и порядок проведения интервью.

Параллельно проведены организационные консультации с представителями местных органов власти и администраций рынков для согласования доступа интервьюеров к точкам оказания услуг и определения мест, где опросы возможны без нарушения рабочего процесса предпринимателей. В программу обучения полевого персонала включён блок по информационно-разъяснительной работе, что обеспечило единый подход к взаимодействию с респондентами.

6. Полевые работы

Полевые работы проведены в полном объёме в соответствии с утверждённым планом-графиком. Данные собирались в электронном виде на планшетах, что позволило минимизировать ошибки при последующей обработке. Обеспечен непрерывный контроль качества: проверка заполнения полей, выявление пропусков и противоречий, выборочные повторные визиты, сопоставление с административными регистрами. Сформирована структурированная база первичных данных, готовая к анализу.

III. ОЦЕНКА ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ ПО СТАТИСТИЧЕСКОМУ УЧЁТУ В СФЕРЕ УСЛУГ И ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛЕДОВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

1. Общая характеристика статистического учёта

Сфера услуг — один из ключевых секторов экономики Республики Таджикистан, обеспечивающий занятость населения, формирование доходов и насыщение внутреннего рынка. В системе государственной статистики сектор охватывается через комплекс статистических наблюдений, административных источников и расчётных показателей, формируемых Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан.

В настоящее время статистический учёт в сфере услуг основывается на данных текущей статистической отчётности, результатах выборочных обследований, а также информации административных регистров. Существенную долю субъектов сферы услуг составляют индивидуальные предприниматели, деятельность которых характеризуется высокой мобильностью, разнообразием форм организации и, в ряде случаев, недостаточной полнотой отражения в официальной статистике.

2. Проблемы учёта деятельности индивидуальных предпринимателей

Индивидуальные предприниматели играют значимую роль в объёме услуг страны, особенно в сегменте платных услуг населению. Вместе с тем действующая система статистического учёта не в полной мере отражает масштабы и структуру их деятельности. Основные проблемы включают:

неполный охват всех видов деятельности в сфере услуг;
ограниченную детализацию показателей по видам услуг, формам расчётов и условиям ведения бизнеса;
зависимость от административных данных, которые не всегда позволяют отразить фактические объёмы деятельности;
сложности получения достоверной информации вследствие опасений респондентов в отношении возможного налогового или контрольного воздействия.

В результате часть операций, осуществляемых индивидуальными предпринимателями, не находит полного отражения в официальных статистических показателях объёма услуг, занятости и доходов.

3. Необходимость специализированного обследования

Проведённый анализ показал, что для повышения качества и полноты статистической информации в сфере услуг требуется организация специализированного выборочного статистического обследования субъектов услуг, включая индивидуальных предпринимателей. Основными целями такого обследования являются:

получение достоверных данных о масштабах и структуре деятельности индивидуальных предпринимателей;
уточнение показателей платных услуг, численности занятых и финансовых результатов;
выявление особенностей ведения бизнеса по различным сегментам;
совершенствование методологии статистического учёта услуг и интеграция полученных данных в действующую систему официальной статистики.

4. Ожидаемые результаты и значение обследования

Результаты обследования позволят:

существенно повысить полноту и достоверность статистического учёта в сфере услуг;

улучшить качество показателей национальных счетов, включая оценку валового внутреннего продукта;

обеспечить более точное отражение вклада индивидуальных предпринимателей в экономику страны;

сформировать аналитическую базу для разработки государственной политики в сфере услуг и предпринимательства;

усилить сопоставимость статистических данных Республики Таджикистан с международными стандартами.

В целом текущая ситуация характеризуется наличием институциональной и методологической базы при одновременном наличии ограничений, связанных с неполным охватом индивидуальных предпринимателей и недостаточной детализацией информации. Организация единовременного выборочного обследования рассматривается как необходимый и своевременный инструмент совершенствования системы официальной статистики.

IV. АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН, ВОЗМОЖНОСТЕЙ И УГРОЗ- SWOT-АНАЛИЗ

Сильные стороны (Strengths)

- Наличие действующей системы государственной статистики и институциональной базы для проведения выборочных статистических обследований.
- Опыт Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан в организации обследований субъектов предпринимательства и неформального сектора экономики.
- Сформированная генеральная совокупность индивидуальных предпринимателей на основе административных регистров.
- Использование современных цифровых инструментов сбора данных (электронные вопросники, планшеты, автоматическая валидация).
- Применение методологии выборочного наблюдения, обеспечивающей репрезентативность результатов на национальном и региональном уровнях.
- Наличие обученного полевого персонала (интервьюеров и супервайзеров) и разработанных методических материалов.
- Поддержка обследования со стороны государственных органов и местных исполнительных властей.

Слабые стороны (Weaknesses)

- Неполный охват индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в неформальном секторе.
- Ограниченная готовность отдельных респондентов предоставлять достоверную информацию о финансовых показателях и объёмах деятельности.
- Возможные расхождения между данными административных регистров и фактическим состоянием деятельности.
- Ограниченные временные рамки проведения единовременного обследования.
- Неравномерный уровень цифровой грамотности респондентов, влияющий на процесс электронного сбора данных.

Возможности (Opportunities)

- Получение актуальных и детализированных данных о деятельности индивидуальных предпринимателей в сфере услуг.
- Совершенствование методологии статистического учёта услуг и интеграция результатов обследования в текущую статистическую отчётность.
- Использование результатов для уточнения показателей национальных счетов, в том числе валового внутреннего продукта.

- Расширение применения цифровых технологий и автоматизированных систем сбора и обработки статистических данных.
- Укрепление доверия предпринимателей к органам государственной статистики через информационно-разъяснительную работу.
- Создание базы для разработки и внедрения регулярных обследований услуг и малого бизнеса.
- Повышение сопоставимости статистических данных Республики Таджикистан с международными стандартами и практиками.

Угрозы (Threats)

- Сохранение высокого уровня неформальной экономики и теневой деятельности в секторе услуг.
- Риски отказов респондентов от участия вследствие опасений контрольных или фискальных последствий.
- Ограниченность финансовых и кадровых ресурсов для расширения и регулярного проведения обследований.
- Влияние внешних факторов (изменения экономической ситуации, миграционные процессы, сезонные колебания) на стабильность сбора данных.
- Возможные технические сбои при использовании электронных средств сбора данных в отдалённых районах.
- Риски снижения качества данных при недостаточном контроле полевого этапа.

V. МЕТОДОЛОГИЯ И ДИЗАЙН ВЫБОРКИ

1. Генеральная совокупность

Генеральная совокупность для проведения единовременного статистического обследования субъектов услуг сформирована на основе данных административных регистров и составила 69448 индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в сфере услуг и смежных видах деятельности. Из них:

по свидетельству — 9 580;
по патенту — 59 868.

Основа выборки подготовлена с использованием данных Единого окна Налогового комитета и материалов Агентства по статистике. Отбор производился отдельно по городской и сельской местности для обеспечения равномерности территориального распределения.

2. Дизайн выборки

Базовый дизайн — одноступенчатая стратифицированная случайная выборка без возврата (STSRS). Стратообразующие признаки:

регион (область / г. Душанбе / РРП / ГБАО);
укрупнённая группа услуг по ОКЭД.

В отдельных районах с неполным охватом реестра допускается двухступенчатый кластерный дизайн с вероятностью отбора, пропорциональной размеру (PPS).

Объём выборки определён исходя из требований к точности ключевых показателей (объём платных услуг и др.) с учётом эффекта дизайна (deff ≈ 1,3–1,5) и ожидаемого уровня ответа (около 80 %). Плановый нетто-объём — порядка 5 200–6 000 единиц; с учётом резерва и ожидаемых потерь на неответ валовой объём сформирован на уровне 6 126 единиц (примерно 10 % генеральной совокупности).

Распределение выборки по территориям выполнено пропорционально численности ИП в основе выборки. Одновременно с основной выборкой сформирован резервный список (около 30 % от объёма страты) для замен в случае отказов и недоступности единиц. Замены производятся строго внутри той же страты.

3. Распределение выборки по территориям

Территория	Всего ИП	Свидетельство	Патент	Отобрано
Республика Таджикистан	**69 448**	**9 580**	**59 868**	**6 126**
г. Душанбе	19 124	2 665	16 459	1119
Хатлонская область	11 841	2 010	9 831	1366
Согдийская область	27 138	3 354	23 784	2436
РРП	9 023	1 282	7 741	937
ГБАО	2 304	261	2 043	268

Примечание. Полная детализация по районам и городам приведена в приложении к отчёту. Отобранный объём по территориям составляет примерно 10 % численности ИП в основе выборки, что обеспечивает пропорциональное представление всех регионов.

4. Обеспечение репрезентативности

Сформированная выборка по всем группам респондентов обеспечивает репрезентативность данных, необходимую полноту охвата и возможность получения статистически достоверных оценок для последующего анализа, формирования выходных таблиц и подготовки аналитического отчёта. Отбор респондентов обеспечил равные шансы попадания каждого субъекта услуг в выборку, что гарантирует применимость результатов для анализа ситуации в целом по республике.

VI. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОЛЕВЫХ РАБОТ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

1. Инструментарий сбора данных

Сбор информации осуществлялся с использованием электронных средств — планшетных компьютеров. Программное обеспечение для ввода данных разработано на базе C# и MS SQL Server и обеспечивает:

логический и арифметический контроль показателей вопросника;
работу в онлайн- и офлайн-режимах;
автоматическую синхронизацию с сервером;
резервное копирование данных;
передачу информации в центральную базу.

Для постоянного контроля и мониторинга полевых работ в режиме реального времени использовалась платформа http://savdo.stat.tj. Платформа позволяла координатору проекта отслеживать ход работ, полноту охвата и своевременность передачи данных.

2. Организация полевого этапа

Интервьюеров сопровождали супервайзеры (наблюдатели) для обеспечения надлежащего проведения сбора данных. Интервьюеры следовали рекомендациям методологических инструкций и Заявления об этике, чётко информировали участников перед началом опроса. Опрос проводился только с согласия респондента.

В большинстве случаев, если респондент предпочитал заполнить анкету самостоятельно, интервьюер предоставлял планшет, обеспечивая конфиденциальность ответов. Такой подход способствовал повышению полноты ответов и соблюдению социальных норм.

3. Контроль качества

В процессе сбора данных обеспечивался непрерывный контроль качества, включавший:

проверку правильности заполнения всех полей анкеты;
выявление пропущенных или противоречивых данных и их уточнение путём повторного контакта с респондентами;
выборочные визиты для проверки достоверности информации;
сопоставление собранных данных с официальными регистрами предпринимателей;
логический контроль базы данных после объединения анкет (пропущенные поля, недопустимые числовые значения, противоречия между показателями).

Выявленные несоответствия корректировались на основе дополнительных уточнений у респондентов. После завершения полевых работ все планшеты сданы в офис исполнителя; заполненные анкеты объединены в единую базу данных. Исходная база передана в Агентство по статистике.

4. Итоги полевого этапа

Полевые работы выполнены в полном объёме в соответствии с планом. Собраны первичные данные с высокой степенью достоверности, проведён контроль качества, выявлены и устранены несоответствия, сформирована структурированная база данных, готовая к дальнейшему анализу. Отмечена высокая эффективность стандартизированного электронного сбора данных, что позволило минимизировать ошибки, ускорить обработку информации и повысить качество конечного продукта.

VII. ОБРАБОТКА ДАННЫХ И ВЫХОДНЫЕ ТАБЛИЦЫ

1. Схема обработки

Схема обработки данных обследования предусматривала:

разработку постановки задач для ввода данных и получения результатов;
разработку выходных таблиц для анализа итогов обследования;
подготовку программы формирования сводных итогов;
формирование агрегированных данных;
логический контроль на выявление несоответствий в ответах респондентов.

Итоговая база данных представлена в формате Excel с необходимой классификацией на таджикском языке в соответствии со спецификациями Агентства по статистике. База содержит полные сведения о каждом

респонденте: адрес, ФИО индивидуального предпринимателя, вид деятельности, объёмы реализации и контактные данные.

2. Выходные таблицы

На основании собранных данных разработано около 10 выходных таблиц, позволяющих проводить анализ результатов:

по географическому расположению (регион, район, тип местности — город/село);
по видам экономической деятельности (в соответствии с ОКЭД);
по типу регистрации (патент / свидетельство);
по полу и иным социально-демографическим признакам (по запросу).

Для подготовки выходных аналитических таблиц проведена сверка показателей с Агентством по статистике, определены показатели для агрегирования на уровне районов, регионов и страны, разработаны форматы сводных таблиц и процедуры корректировки первичных данных.

3. Выявленные проблемы и их устранение

На этапе логического контроля выявлены отдельные ошибки: нарушения последовательности анкет, неправильное обозначение кодов регионов (ОКАТО). Ошибки устранены. Проведены дополнительные консультации с интервьюерами о методах работы с респондентами, в том числе в случаях, когда предприниматели воздерживались от ответов или неполно сообщали о показателях деятельности.

Рекомендовано продолжить контроль качества на этапе интеграции базы, провести углублённый анализ собранных данных с использованием визуализации и обеспечить полное покрытие выходных таблиц всеми предусмотренными группировками.

VIII. *АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ*

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБСЛЕДОВАНИЯ

В настоящей главе представлены основные результаты выборочного обследования индивидуальных предпринимателей в сфере услуг. Каждая таблица сопровождается диаграммой и аналитическим комментарием.

(а) Метод отбора

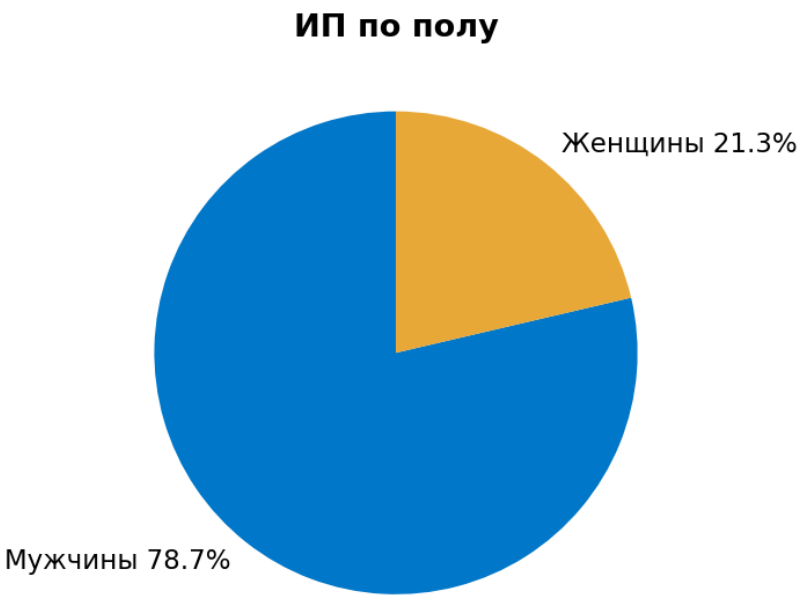
Опросом охвачено 6126 индивидуальных предпринимателей в сфере услуг. Генеральная совокупность — 69448 ИП (по патенту — 59868, по свидетельству — 9580). Объём выборки — около 10 %. Дизайн — одноступенчатая стратифицированная случайная выборка (STSRS) по региону и группе услуг.

(б) Сбор данных

Анкеты заполнялись интервьюерами на основе добровольно предоставленной информации. Сбор — в электронном виде на планшетах с автоматической валидацией. Опрос проводился только с согласия респондента при гарантии статистической конфиденциальности.

Таблица 1. Количество обследованных ИП по полу

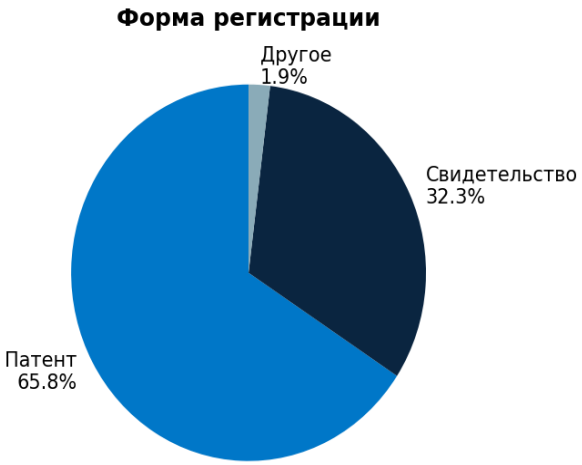
Показатель	Всего	Мужчины	Женщины
ИП	6 126	4 819	1 307
Доля, %	100,0	78,7	21,3

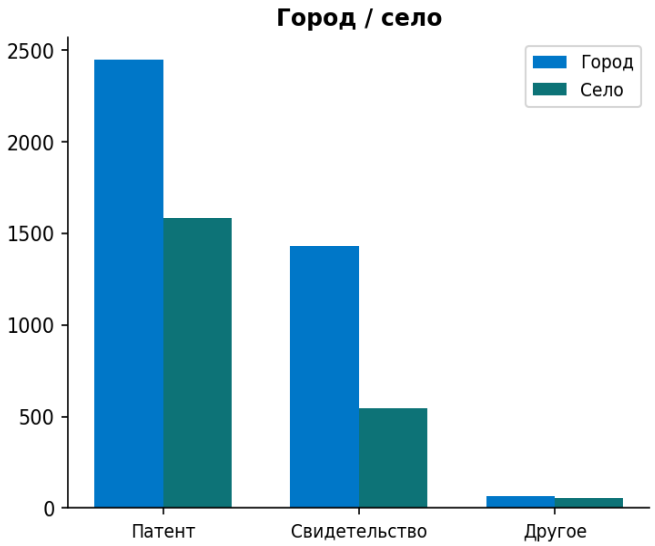


Доля мужчин — 78,7 %, женщин — 21,3 %. Преобладание мужчин связано со спецификой видов услуг (транспорт, ремонт). Каждая пятая ИП — женщина; доля женщин выше среди лиц с высшим образованием (26,8 %).

Таблица 2. Число ИП по форме регистрации и типу местности

Форма	Всего	Город	Село	Доля села, %
По патенту	4 029	2 447	1 582	39,3
По свидетельству	1 978	1 432	546	27,6
Другое	119	65	54	45,4
ИТОГО	6 126	3 944	2 182	35,6

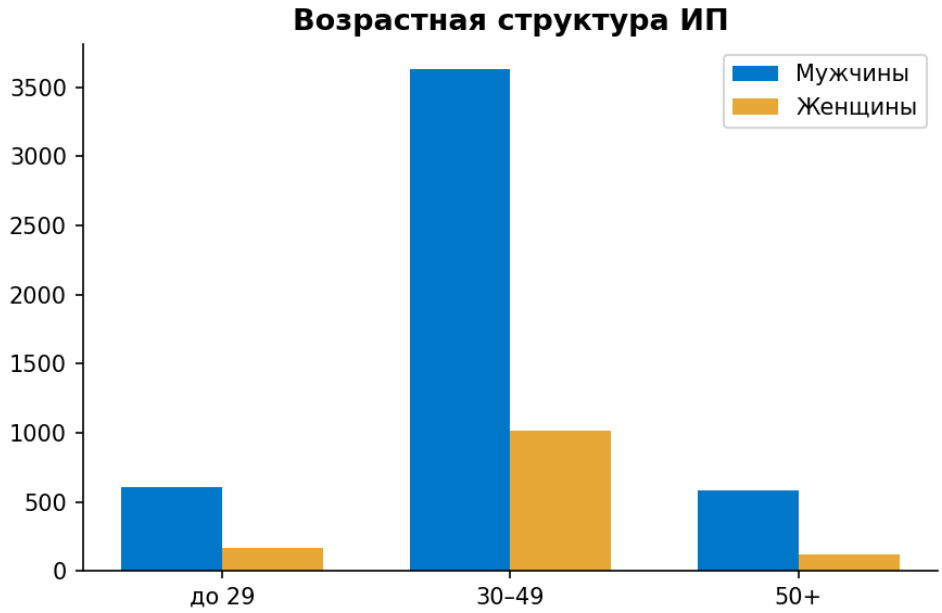




Патент — 65,8 %; свидетельство — 32,3 %. Город — 64,4 %, село — 35,6 %. Доля села выше среди патентщиков (39,3 %). Оценки по патентному сегменту сильнее зависят от качества охвата сельской местности.

Таблица 3. Распределение ИП по возрасту

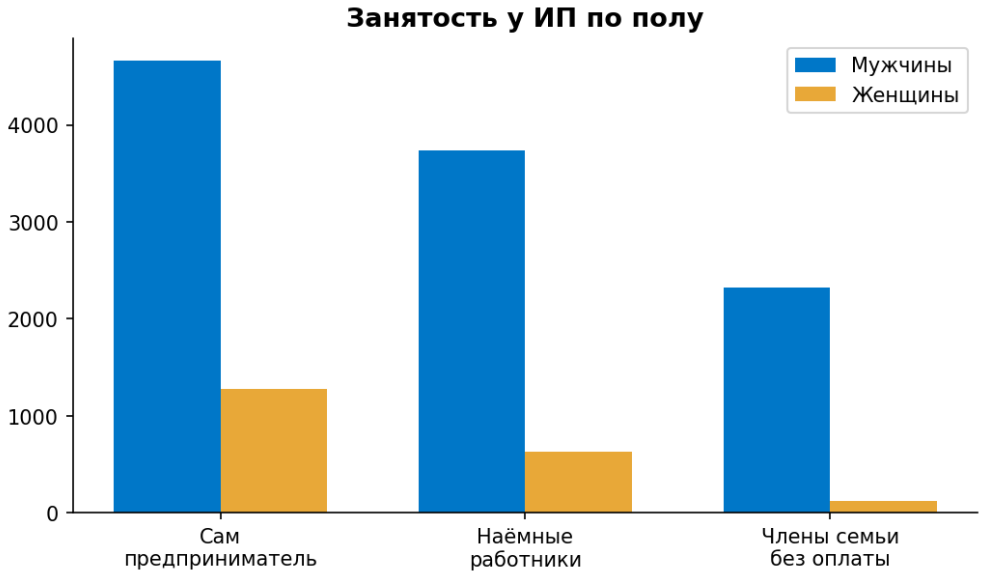
Возраст	Всего	Мужчины	Женщины	Доля женщин, %
до 29 лет	769	604	165	21,5
30–49 лет	4 652	3 633	1 019	21,9
50 лет и старше	705	582	123	17,4



Основная группа — 30–49 лет (75,9 %). До 29 лет — 12,6 %, 50+ — 11,5 %. Типичный портрет: мужчина 30–49 лет со средним общим или высшим образованием.

Таблица 4. Занятость у индивидуальных предпринимателей

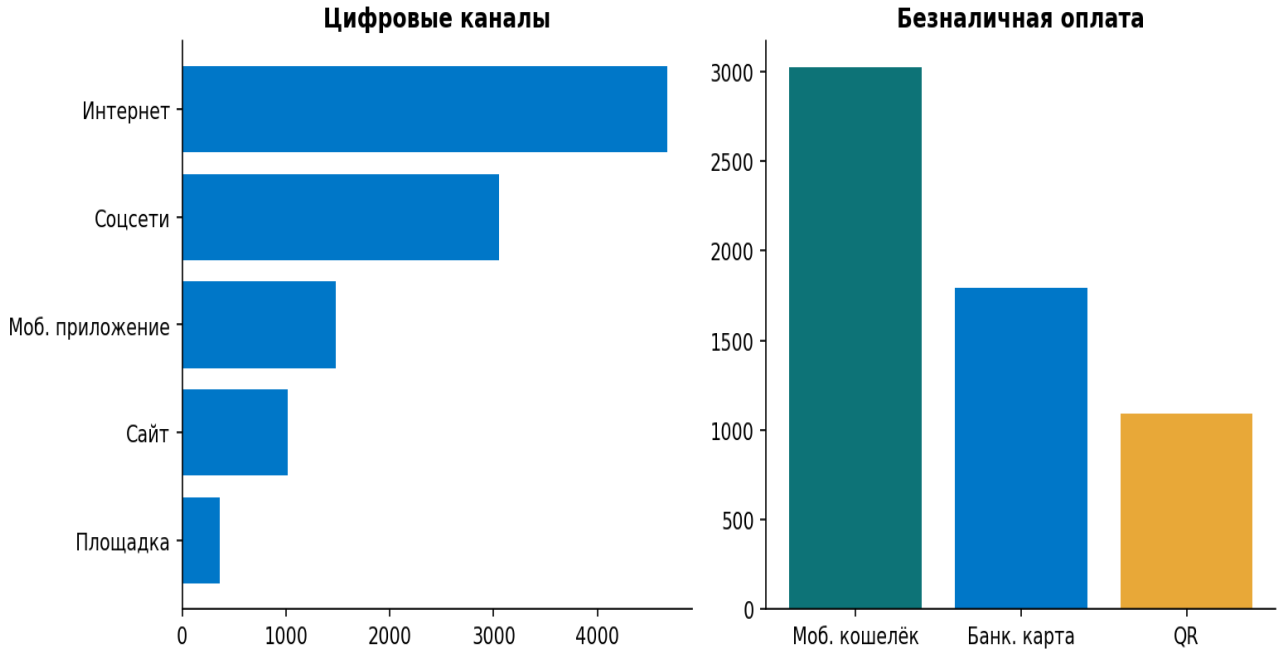
Категория	Всего	Мужчины	Женщины
Сам предприниматель	5 936	4 661	1 275
Наёмные работники	4 367	3 741	626
Члены семьи без оплаты	2 450	2 324	126



Суммарно около 12753 занятых. Наёмная занятость сопоставима с числом самих ИП — сегмент выступает работодателем. Доля женщин снижается от статуса предпринимателя (~21 %) к наёмным (~14 %) и помогающим членам семьи (~5 %).

Таблица 5. Цифровизация деятельности ИП

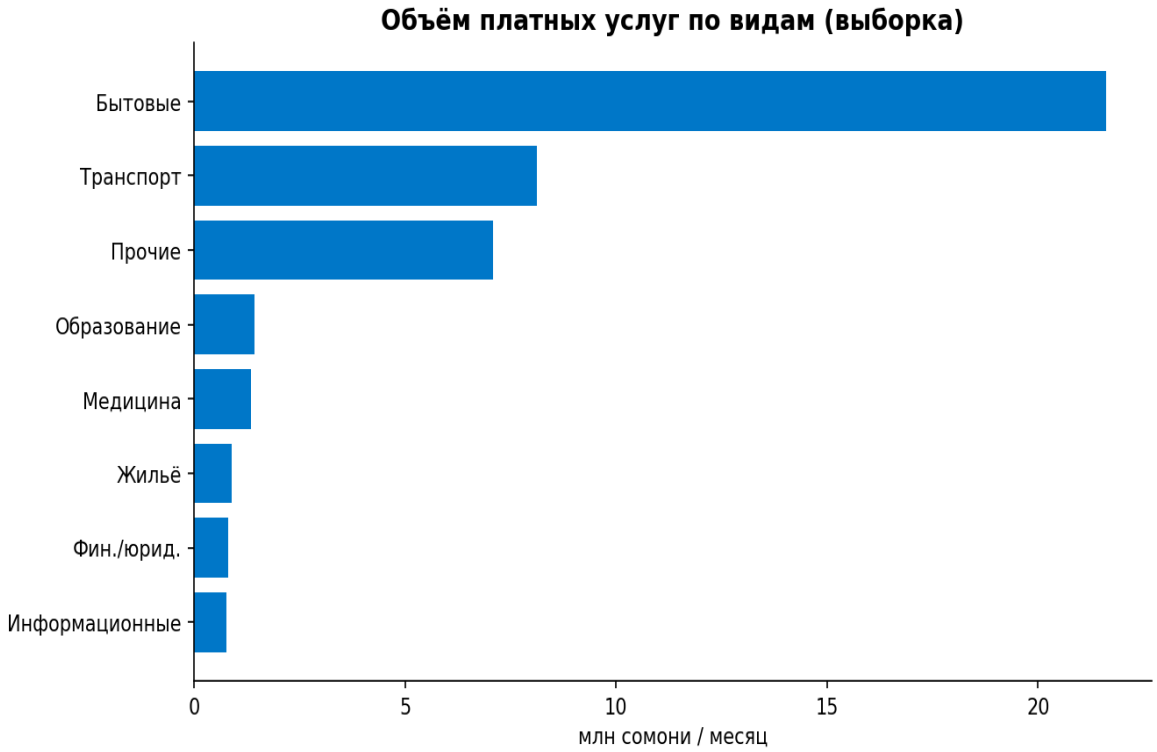
Показатель	Число ИП	Доля, %
Интернет	4 676	76,3
Социальные сети	3 053	49,8
Мобильное приложение	1 481	24,2
Сайт	1 019	16,6
Торговая площадка	360	5,9
Мобильный кошелёк	3 024	49,4
Банковская карта	1 793	29,3
QR-платёж	1 092	17,8
Средняя доля онлайн-продаж	—	21,8



Интернет — у 76,3 % ИП. Структура смещена к соцсетям и мобильным кошелькам. Онлайн-продажи — около 22 %. Приоритет политики: безналичные платежи и платформенная торговля.

Таблица 6. Объём платных услуг по видам

Вид услуги	Объём, сомони	Число ИП
Бытовые услуги	21 606 734	3 364
Транспортные	8 132 714	1 194
Прочие	7 091 382	897
Образовательные	1 443 985	139
Медицинские	1 353 253	120
Всего (выборка)	44 149 015	6 126
Оценка по генеральной совокупности, тыс. сом.	1 150 587,6	—



Объём по выборке — 44,1 млн сомони/месяц; по генеральной совокупности — свыше 1,15 млрд. сомони. Бытовые услуги — 48,9 %, транспорт — 18,4 %. Приоритет поддержки МСБ — бытовой и транспортный сегменты.

Таблица 7. Структура потребителей услуг

Категория	Число ИП	Средняя доля услуг, %
Население	5 901	83,7
Организации	176	59,8
Госучреждения	34	51,9
Иностранные граждане	15	53,7



Население — основной потребитель (96,3 % ИП). Сектор преимущественно B2C. Меры, ориентированные на корпоративный спрос, затронут лишь небольшую часть выборки.

Таблица 8. Сезонность и основные препятствия

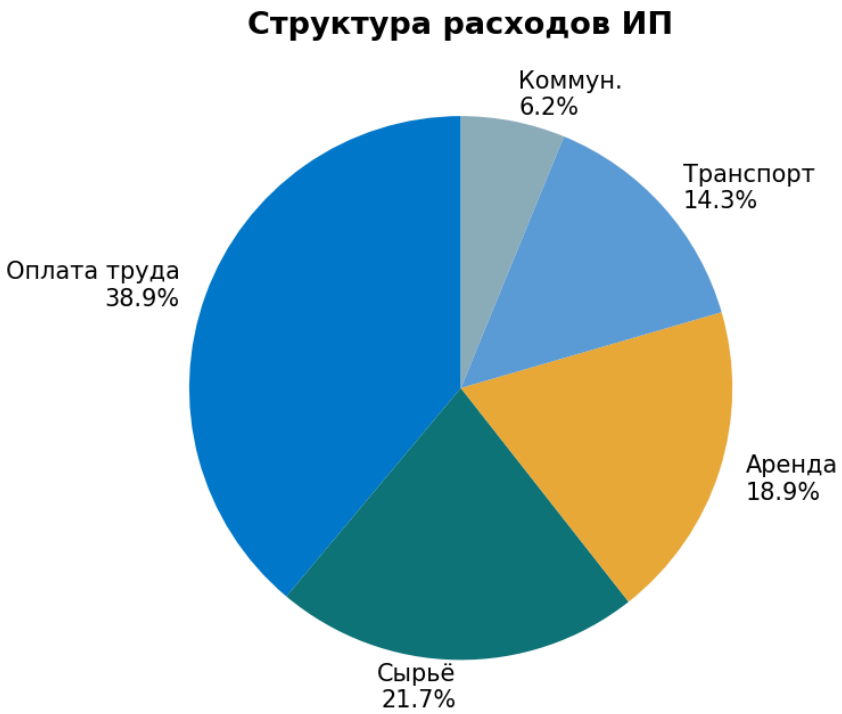
Показатель	Число ИП	Доля, %
Сезонные изменения	1 589	25,9
Высокая конкуренция	1 103	18,0
Недостаток финансов	958	15,6
Отсутствие помещений	555	9,1
Нехватка кадров	203	3,3
Другие	2 858	46,7



Сезонность — у 25,9 % ИП. Среди барьеров лидируют конкуренция и нехватка финансов. Категория «другие» требует уточнения кодификатора в следующих раундах.

Таблица 9. Доходы и расходы ИП (за месяц)

Показатель	Сомони	Структура, %
Общая выручка	37 677 113	—
Расходы — всего	18 848 063	100,0
Оплата труда	7 328 568	38,9
Сырьё и материалы	4 096 300	21,7
Аренда помещений	3 555 172	18,9
Транспорт	2 704 295	14,3
Коммунальные	1 163 728	6,2



Расходы — около 50 % выручки. Крупнейшая статья — оплата труда (38,9 %), далее сырьё и аренда. Сегмент чувствителен к росту зарплат и стоимости аренды.

IX. СВОДНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Обследовано 6126 ИП (≈10 % от 69 448). Мужчины — 78,7 %; патент — 65,8 %; город — 64,4 %.

2. Ядро возраста — 30–49 лет. Сектор создаёт значительную наёмную и семейную занятость (~12,8 тыс. занятых).

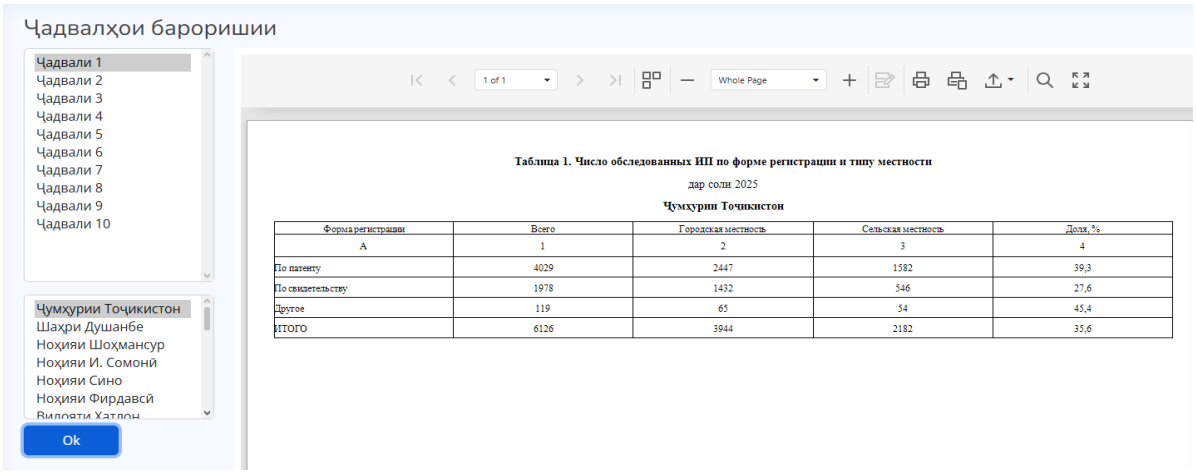
3. Объём услуг по генеральной совокупности — свыше 1,15 млрд сомони/месяц. Доминируют бытовые (48,9 %) и транспортные (18,4 %) услуги. Потребитель — население (B2C).

4. Интернет — у 76,3 %; онлайн-продажи — ~22 %. Безналичные платежи распространены (мобильный кошелёк — 49,4 %).

5. Барьеры — конкуренция и финансы; сезонность — у 26 %. Расходы трудоёмкие: ~40 % — оплата труда.

6. Приоритеты поддержки: бытовой и транспортный сегменты; безналичные платежи и платформы; доступ к помещениям и оборотному финансированию; учёт гендера и семейной занятости.

X. ВЫХОДНЫЕ ТАБЛИЦЫ (СКРИНШОТ):



Ҷадвалҳои бароришии

Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10

Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Вилояти Хатлон

Ok

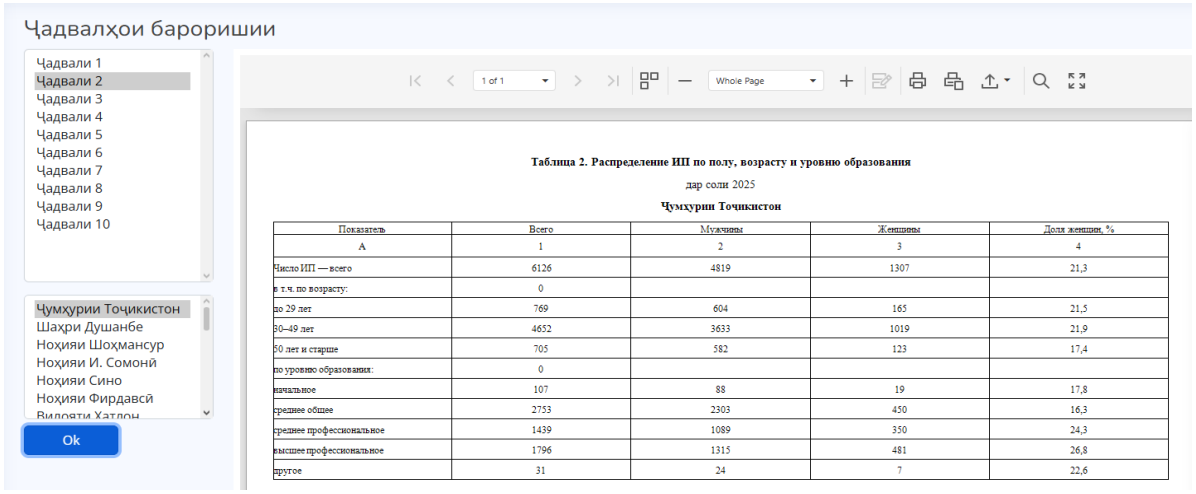
1 of 1 | Whole Page

Таблица 1. Число обследованных ИП по форме регистрации и типу местности

дар соли 2025

Ҷумҳурии Тоҷикистон

Форма регистрации	Всего	Городская местность	Сельская местность	Доля, %
А	1	2	3	4
По патенту	4029	2447	1582	39,3
По свидетельству	1978	1432	546	27,6
Другое	119	65	54	45,4
ИТОГО	6126	3944	2182	35,6



Ҷадвалҳои бароришии

Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10

Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Вилояти Хатлон

Ok

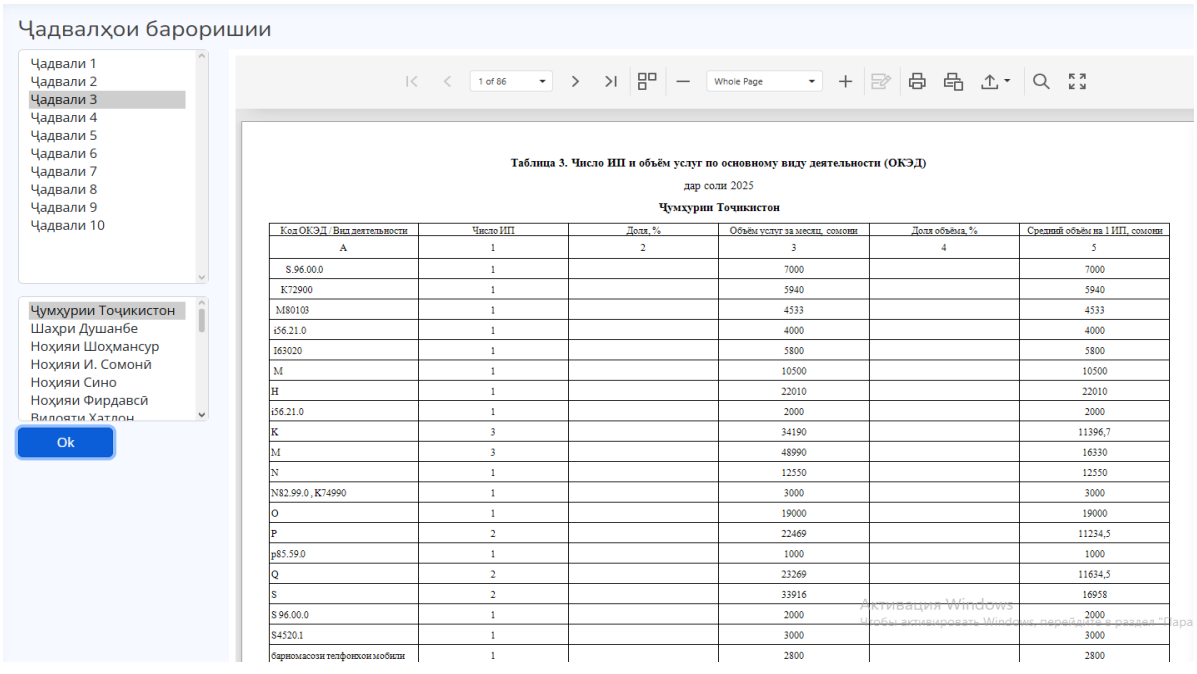
1 of 1 | Whole Page

Таблица 2. Распределение ИП по полу, возрасту и уровню образования

дар соли 2025

Ҷумҳурии Тоҷикистон

Показатель	Всего	Мужчины	Женщины	Доля женщин, %
А	1	2	3	4
Число ИП — всего	6126	4819	1307	21,3
в т.ч. по возрасту:	0			
до 29 лет	769	604	165	21,5
30–49 лет	4652	3633	1019	21,9
50 лет и старше	705	582	123	17,4
по уровню образования:	0			
ачальное	107	88	19	17,8
среднее общее	2753	2303	450	16,3
среднее профессиональное	1439	1089	350	24,3
ысшее профессиональное	1796	1315	481	26,8
ругое	31	24	7	22,6



Ҷадвалҳои бароришии

Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10

Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Вилояти Хатлон

Ok

1 of 86 | Whole Page

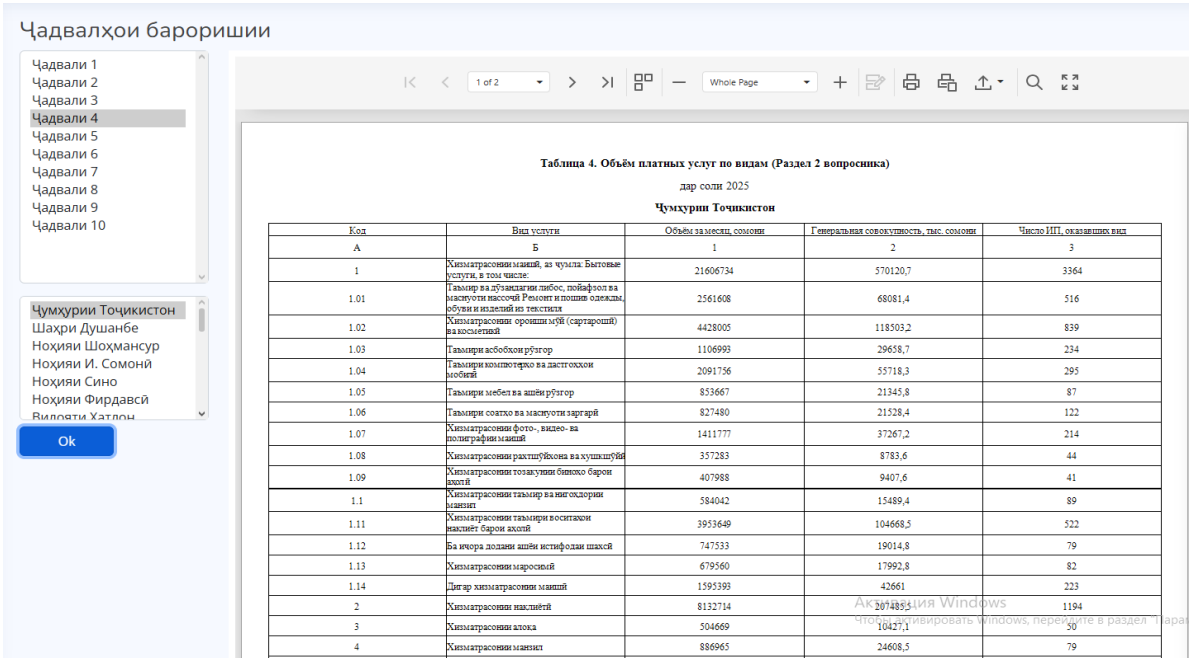
Таблица 3. Число ИП и объём услуг по основному виду деятельности (ОКЭД)

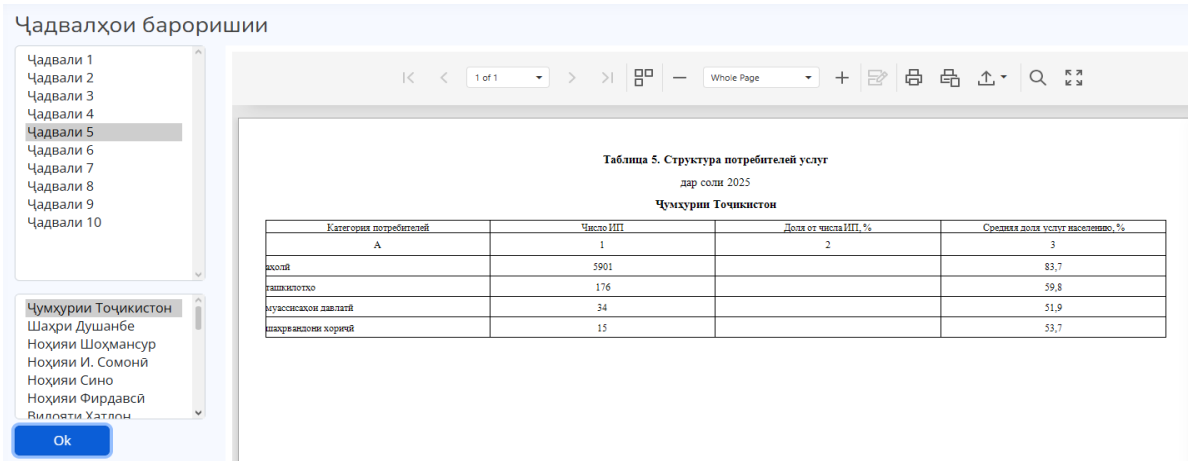
дар соли 2025

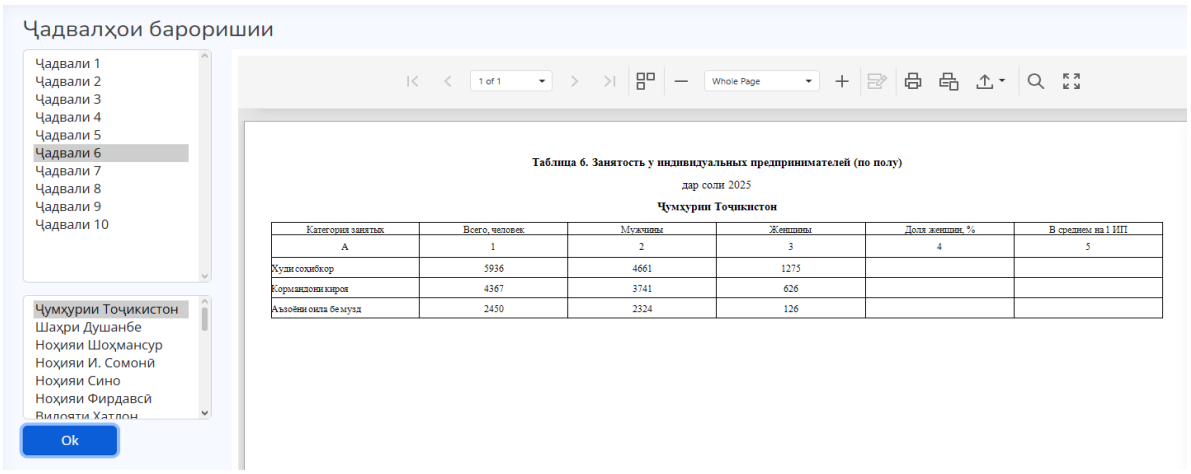
Ҷумҳурии Тоҷикистон

Код ОКЭД / Вид деятельности	Число ИП	Доля, %	Объём услуг за месяц, сомони	Доля объёма, %	Средний объём на 1 ИП, сомони
А	1	2	3	4	5
S.96.00.0	1		7000		7000
K72900	1		5940		5940
M80103	1		4533		4533
i56.21.0	1		4000		4000
I63020	1		5800		5800
M	1		10500		10500
H	1		22010		22010
i56.21.0	1		2000		2000
K	3		34190		11396,7
M	3		48990		16330
N	1		12550		12550
N82.99.0 , K74990	1		3000		3000
O	1		19000		19000
P	2		22469		11234,5
p85.59.0	1		1000		1000
Q	2		23269		11634,5
S	2		33916		16958
S 96.00.0	1		2000		2000
S4520.1	1		3000		3000
барномасози телфонхои мобилги	1		2800		2800

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Пара


Ҷадвалҳои бароришии
Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Ok
1 of 2
Whole Page
Таблица 4. Объём платных услуг по видам (Раздел 2 вопросника)
дар соли 2025
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Код | Вид услуги | Объём за месяц, сомони | Генеральная совокупность, тыс. сомони | Число ИП, оказавших вид
А | Б | 1 | 2 | 3
1 | Хизматрасонии маиший, аз ҷумла: Бытовые услуги, в том числе: | 21606734 | 570120,7 | 3364
1.01 | Таъмир ва дӯзандагии либос, пойафзол ва маснуоти пасмоҳӣ. Ремонт и пошив одежды, обуви и изделий из текстиля | 2561608 | 68081,4 | 516
1.02 | Хизматрасонии ороиши мӯй (сартарошӣ) ва косметикӣ | 4428005 | 118503,2 | 839
1.03 | Таъмири асбобҳои рӯзгор | 1106993 | 29658,7 | 234
1.04 | Таъмири компютер,ҳо ва дастгоҳҳои мобилӣ | 2091756 | 55718,3 | 295
1.05 | Таъмири мебел ва ашёи рӯзгор | 853667 | 21345,8 | 87
1.06 | Таъмири соатҳо ва маснуоти заргарӣ | 827480 | 21528,4 | 122
1.07 | Хизматрасонии фото-, видео- ва полиграфии маиший | 1411777 | 37267,2 | 214
1.08 | Хизматрасонии рахтшӯйхона ва хушкшӯйӣ | 357283 | 8783,6 | 44
1.09 | Хизматрасонии тозакунии бинҳоҳо барои аҳолӣ | 407988 | 9407,6 | 41
1.1 | Хизматрасонии таъмир ва нигоҳдории мошин | 584042 | 15489,4 | 89
1.11 | Хизматрасонии таъмири воситаҳои наклиёт барои аҳолӣ | 3953649 | 104668,5 | 522
1.12 | Ба ичора додани ашёи истифодаи шахсӣ | 747533 | 19014,8 | 79
1.13 | Хизматрасонии маросимӣ | 679560 | 17992,8 | 82
1.14 | Дигар хизматрасонии маиший | 1595393 | 42661 | 223
2 | Хизматрасонии наклиётӣ | 8132714 | 2674855 | 1194
3 | Хизматрасонии алоқа | 504669 | 10427,1 | 50
4 | Хизматрасонии мошин | 886965 | 24608,5 | 79
Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Пара


Ҷадвалҳои бароришии
Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Ok
1 of 1
Whole Page
Таблица 5. Структура потребителей услуг
дар соли 2025
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Категория потребителей | Число ИП | Доля от числа ИП, % | Средняя доля услуг населению, %
А | 1 | 2 | 3
ҳолӣ | 5901 | | 83,7
ташкилотҳо | 176 | | 59,8
муассисаҳои давлатӣ | 34 | | 51,9
шаҳрвандони хориҷӣ | 15 | | 53,7


Ҷадвалҳои бароришии
Ҷадвали 1
Ҷадвали 2
Ҷадвали 3
Ҷадвали 4
Ҷадвали 5
Ҷадвали 6
Ҷадвали 7
Ҷадвали 8
Ҷадвали 9
Ҷадвали 10
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Шаҳри Душанбе
Ноҳияи Шоҳмансур
Ноҳияи И. Сомонӣ
Ноҳияи Сино
Ноҳияи Фирдавсӣ
Ok
1 of 1
Whole Page
Таблица 6. Занятость у индивидуальных предпринимателей (по полу)
дар соли 2025
Ҷумҳурии Тоҷикистон
Категория занятых | Всего, человек | Мужчины | Женщины | Доля женщин, % | В среднем на 1 ИП
А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5
Ҳуди соҳибкор | 5936 | 4661 | 1275 | |
Кормандони киром | 4367 | 3741 | 626 | |
Аъзоёни оила бемузд | 2450 | 2324 | 126 | |

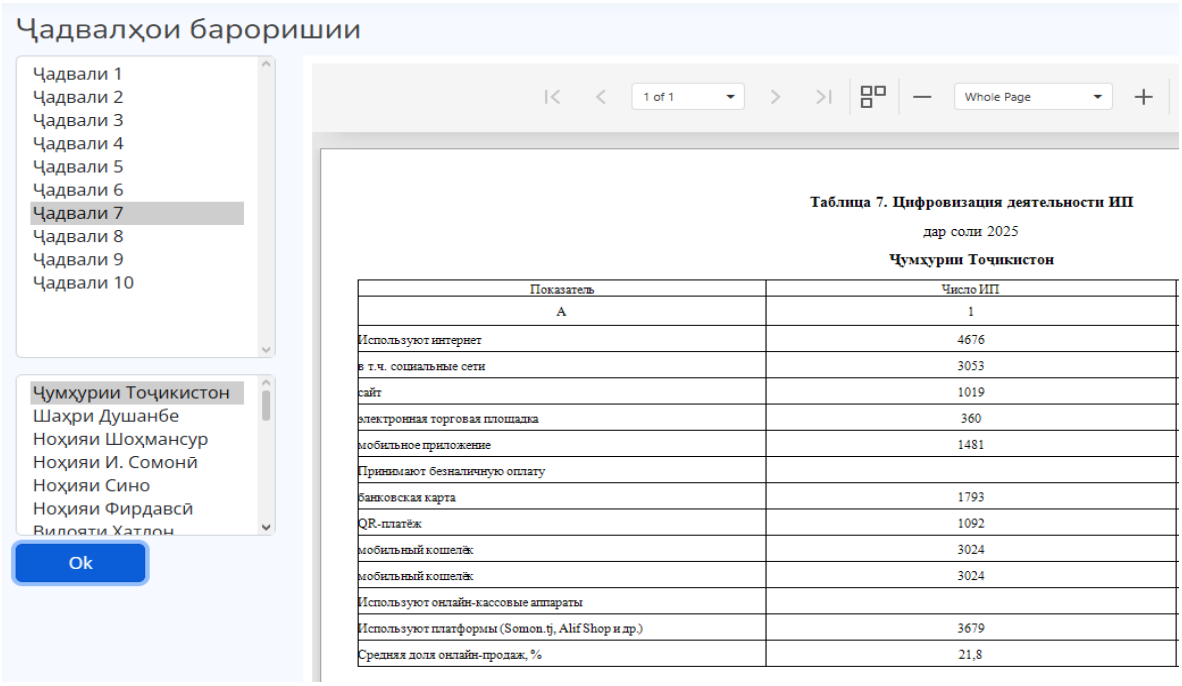


Таблица 7. Цифровизация деятельности ИП

дар соли 2025

Ҷумҳурии Тоҷикистон

Показатель	Число ИП
А	1
Используют интернет	4676
в т.ч. социальные сети	3053
сайт	1019
электронная торговая площадка	360
мобильное приложение	1481
Принимают безналичную оплату	
банковская карта	1793
QR-платёж	1092
мобильный кошелёк	3024
мобильный кошелёк	3024
Используют онлайн-кассовые аппараты	
Используют платформы (Somon.tj, Alif Shop и др.)	3679
Средняя доля онлайн-продаж, %	21,8

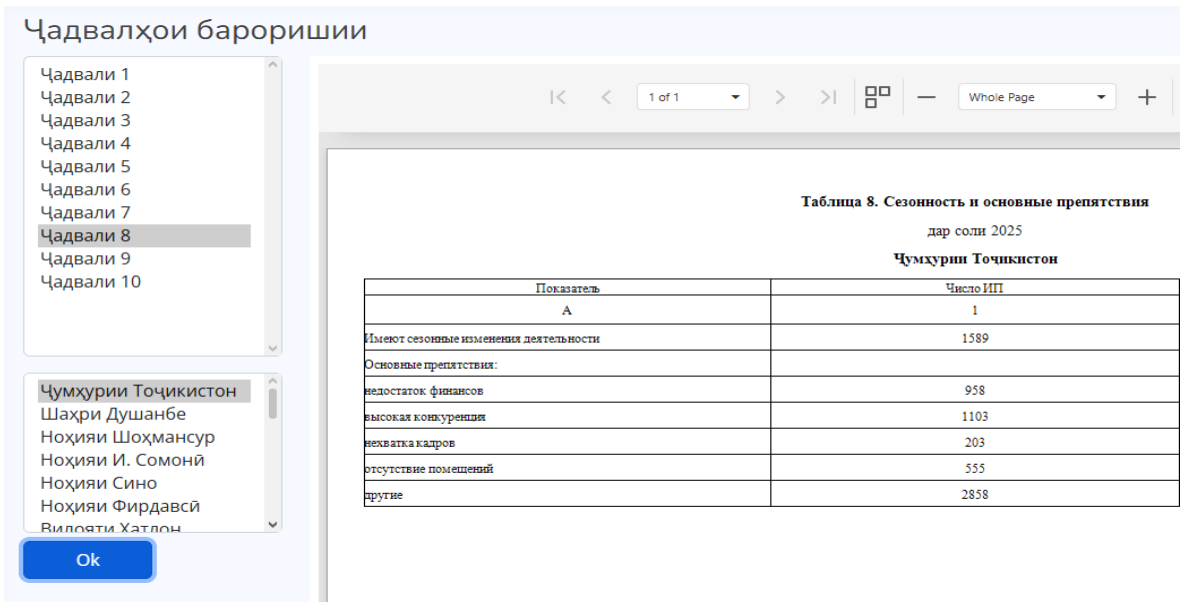


Таблица 8. Сезонность и основные препятствия

дар соли 2025

Ҷумҳурии Тоҷикистон

Показатель	Число ИП
А	1
Имеют сезонные изменения деятельности	1589
Основные препятствия:	
недостаток финансов	958
высокая конкуренция	1103
нехватка кадров	203
отсутствие помещений	555
другие	2858

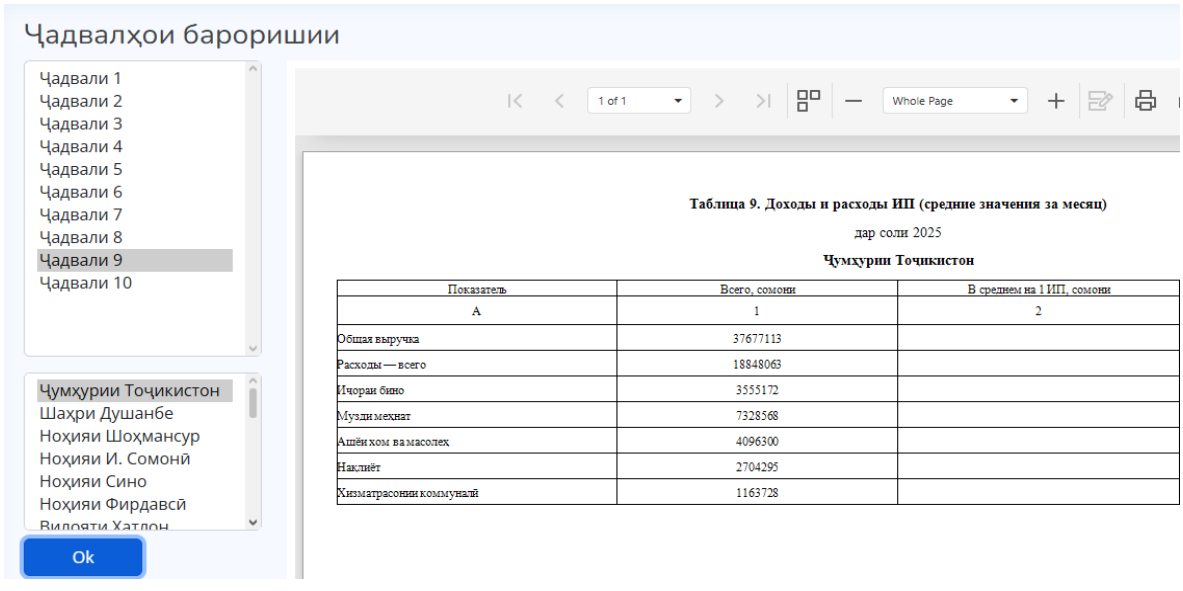


Таблица 9. Доходы и расходы ИП (средние значения за месяц)

дар соли 2025

Ҷумҳурии Тоҷикистон

Показатель	Всего, сомони	В среднем на 1 ИП, сомони
А	1	2
Общая выручка	37677113	
Расходы — всего	18848063	
Ичораи бино	3555172	
Музди меҳнат	7328568	
Ашёи хом ва масолех	4096300	
Наклиёт	2704295	
Хизматрасонии коммуналӣ	1163728	

XI. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1

ПЛАН

проведения статистического обследования сферы услуг (индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность на

№	Наименование мероприятий	Период проведения	Примечание
1.	Проведение обучающего семинара и установка электронной программы на планшеты	а) 21.08.2026 – в Главном управлении статистики Хатлонской области; б) 24–25.08.2026 – в Главном управлении статистики Согдийской области; в) 24 августа – в отделе статистики района Рашт (с охватом городов и районов региона); г) 25 августа – в Главном управлении статистики города Душанбе (с охватом городов и районов региона); д) 25.08.2026 – в Главном управлении статистики ГБАО	
2.	Проведение полевых работ	14 сентября – 21 сентября 2026 года	
3.	Обработка данных и формирование итоговых аналитических таблиц	22 сентября – 29 сентября 2026 года	
4.	Дальнейшее проведение обследования в течение 2027 года в соответствии с Программой статистических работ на 2027 год (май) и в последующие годы ежегодно в сроки, установленные Программой статистических работ на соответствующие годы	май отчётных лет	

Примечание:

Документ переведён с таджикского языка. Оригинальное название: «Нақшаи гузаронидани таҳқиқоти оморӣ соҳаи хизматрасонӣ (соҳибкорони инфиродие, ки дар асоси шаҳодатнома ва патент фаъолият менамоянд)».

Приложение № 2

БО ФАРМОИШИ ДИРЕКТОРИ АГЕНТИИ ОМОРИ НАЗДИ ПРЕЗИДЕНТИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН АЗ «18» АВГУСТИ С.2026, №29 ТАСДИҚ ШУДААСТ/*УТВЕРЖДЕНО РАСПОРЯЖЕНИЕМ ДИРЕКТОРА АГЕНТСТВА ПО СТАТИСТИКЕ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН ОТ «18» АВГУСТА С.2026, №29*



АГЕНТИИ ОМОРИ НАЗДИ ПРЕЗИДЕНТИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН
АГЕНТСТВО ПО СТАТИСТИКЕ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
Кӯч. Бохтар 17, ш. Душанбе, факс 221-43-75, www.stat.tj
Улица Бохтар 17, Душанбе факс: 221-43-75, www.stat.tj

ТАҲҚИҚОТИ ОМОРИ ДАВЛАТӢ
САВОЛНОМА /*ВОПРОСНИК*
барои гузаронидани таҳқиқоти интихобии субъектҳои хизматрасонӣ - соҳибкорони инфиродӣ (дар асоси патент, шаҳодатнома фаъолияткунанда) / *для проведение выборочное обследование субъектов услуг -индивидуальных предпринимателей (работающие на основе патента, свидетельство)*
Дар байни соҳибкорони инфиродӣ дар соҳаи хизматрасонӣ, ки дар асоси патент ва шаҳодатнома дар ҳудуди Ҷумҳурии Тоҷикистон фаъолият мекунанд, бо мақсади муайян намудани шумораи онҳо, шумораи кормандон (аз ҷумла аз рӯи ҷанбаҳои гендерӣ), ҳаҷми хизматрасонӣ ва дигар нишондиҳандаҳое, ки натиҷаи фаъолияти онҳоро дар ҳаҷми умумии омори хизматрасонӣ тавсиф мекунанд, тадқиқоти оморӣ гузаронида мешавад.
Проводится выборочное одноразовое обследование индивидуальных предпринимателей в сфере услуг, которые работают на основе ппатента и ссвидетельство в пределе Республики Таджикистан с целью определение их количество, количество работников (включая по гендерным позициям) средней объем услуг и другие индикаторы характеризующие результаты их деятельности в общем объеме статистики услуг.
Аз Шумо эҳтиромона хоҳиш менамоем, ки дар ин таҳқиқот иштирок намоед. *Просим Вас участвовать в данном обследование*.
Нишондиҳандаҳои саволнома танҳо барои таҳияи натиҷаҳои ҷамъбастӣ дар сатҳи ҷумҳурӣ истифода бурда мешаванд. *Показатели вопросника используется только для итоговых результатов на уровне и республики.*
Махфият ва амнияти маълумоти гирифташуда кафолат дода мешавад. *Конфиденциальность полученных данных гарантируется.*
Қаблан барои иштирокатон изҳори сипос менамоем! *Заранее благодарим за участие!*

Вилоят /*Область*	□□□□
Ноҳия / *Район*	□□□
Рамзи муҳосиб / *Номер респондента*	
Санаи пуркуни (рр/мм/сс)/ *Дата заполнения (дд/мм/гг)*	

БОБИ 1. МАЪЛУМОТИ УМУМӢ ДАР БОРАИ СОҲИБКОРИ ИНФИРОДӢ
РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕ

1. Намуди бақайдгирӣ: / Вы зарегистрированы как:

☐ Соҳибкори инфиродӣ (СИ) / *Индивидуальный предприниматель (ИП):*

1) Дар асоси патент фаъолияткунанда / *работающий по патенту*

2) Дар асоси шаҳодатнома фаъолияткунанда / *работающий по свидетельству*

☐ Дигар (нишон дода шавад) / *Другое (указать)*

_____

a. Рамзи ягонаи мушаххас (РЯМ) / *Код единого идентификационного номера (ЕИН)*

_____

b. Насаб, ном ва номи падар / *Фамилия, имя и отчество*

_____

c. Ҷинс / *Пол*

☐ Мард / *Мужской* ☐ Зан / *Женский*

d. Суроға (маҳали ҷойгиршавӣ) / *Адрес (место нахождения)*

_____

e. Синну соли соҳибкор / *Возраст предпринимателя*

_____ сол / *лет*

f. Маҳали ҷойгиршавӣ / *Тип местности*

☐ Маҳали шаҳрӣ / *Городская местность* ☐ Маҳали деҳот / *Сельская местность*

g. Сатҳи маълумотнокӣ / *Уровень образования*

☐ Ибтидоӣ / *Начальное*

☐ Миёнаи умумӣ / *Среднее общее*

☐ Ибтидоии касбӣ / *Начальное профессиональное*

☐ Миёнаи касбӣ / *Среднее профессиональное*

☐ Олии касбӣ / *Высшее профессиональное*

☐ Дигар / *Другое*_____ *(нишон диҳед, указать)*

h. Маълумоти иловагӣ (телефон, почтаи электронӣ ва ғ.) / *Контактные данные (телефон, e-mail и т.д.)*

_____

2. Намуди фаъолияти асосӣ нишон дода шавад (ТУНФИ) / *Укажите основной вид деятельности (ОКЭД)*

☐☐☐☐ Номгӯи фаъолият / Наименование деятельности: _____

3. Нишондиҳандаҳои умумии иқтисодиро муайян кунед: / *Укажите общие экономические показатели*:

a. Шумораи миёнаи руйхатии якмоҳаи кормандон, нафар / *Списочная численность работников в среднем за месяц, человек*

☐☐

b. Ҳаҷми хизматрасонӣ дар як моҳ (бо сомонӣ) / *Объем услуг в среднем за месяц (в сомони)*

_____

c. Оё шумо мошинҳои хазинадории онлайнро истифода мебаред? / *Используете ли вы онлайн-кассовые аппараты?*

☐ Ҳа / Да ☐ Не / Нет

d. Оё шумо пардохтҳои ғайринақдиро қабул мекунед? / *Принимаете ли безналичную оплату?*

☐ Ҳа / Да ☐ Не / Нет

БОБИ 2. ҲАҶМИ ХИЗМАТРАСОНИИ ПУЛАКӢ
РАЗДЕЛ 2. ОБЪЕМ ПЛАТНЫХ УСЛУГ

2.1. Ҳаҷми хизматрасонии дар давраи ҳисоботӣ расонидашуда / Объем оказанных услуг за отчетный период

Рамз *Код*	**Намуди хизматрасонӣ** *Вид услуги*	**Ҳаҷм дар як моҳ (сомонӣ)** *Объем за месяц (сомони)*
01	**Хизматрасонии маишӣ, аз ҷумла:** *Бытовые услуги, в том числе:*	
01.01	Таъмир ва дӯзандагии либос, пойафзол ва маснуоти нассоҷӣ *Ремонт и пошив одежды, обуви и изделий из текстиля*	
01.02	Хизматрасонии ороиши мӯй (сартарошӣ) ва косметикӣ *Парикмахерские и косметические услуги*	
01.03	Таъмири асбобҳои рӯзгор *Ремонт бытовых приборов*	
01.04	Таъмири компютерҳо ва дастгоҳҳои мобилӣ *Ремонт компьютеров и мобильных устройств*	
01.05	Таъмири мебел ва ашёи рӯзгор *Ремонт мебели и предметов домашнего обихода*	
01.06	Таъмири соатҳо ва маснуоти заргарӣ *Ремонт часов и ювелирных изделий*	
01.07	Хизматрасонии фото-, видео- ва полиграфии маишӣ *Фото-, видео- и полиграфические бытовые услуги*	
01.08	Хизматрасонии рахтшӯйхона ва хушкшӯйӣ *Услуги прачечных и химчистки*	
01.09	Хизматрасонии тозакунии биноҳо барои аҳолӣ *Услуги уборки помещений для населения*	
01.10	Хизматрасонии таъмир ва нигоҳдории манзил *Услуги по ремонту и обслуживанию жилья*	
01.11	Хизматрасонии таъмири воситаҳои нақлиёт барои аҳолӣ *Услуги по ремонту транспортных средств для*	

Рамз *Код*	**Намуди хизматрасонӣ** *Вид услуги*	**Ҳаҷм дар як моҳ (сомонӣ)** *Объем за месяц (сомони)*
	населения	
01.12	Ба иҷора додани ашёи истифодаи шахсӣ *Прокат предметов личного пользования*	
01.13	Хизматрасонии маросимӣ *Ритуальные услуги*	
01.14	Дигар хизматрасонии маишӣ _____ *Другие бытовые услуги _____*	
02	**Хизматрасонии нақлиётӣ** *Транспортные услуги*	
03	**Хизматрасонии алоқа** *Услуги связи*	
04	**Хизматрасонии манзил** *Жилищные услуги*	
05	**Хизматрасонии коммуналӣ** *Коммунальные услуги*	
06	**Хизматрасонии таълимӣ** *Образовательные услуги*	
07	**Хизматрасонии тиббӣ** *Медицинские услуги*	
08	**Хизматрасонии сайёҳӣ (туристӣ)** *Туристские услуги*	
09	**Хизматрасонии молиявӣ ва ҳуқуқӣ** *Финансовые и юридические услуги*	
10	**Хизматрасонии иттилоотӣ** *Информационные услуги*	
11	**Таъмир ва хизматрасонии техникӣ** *Ремонт и техническое обслуживание*	
12	**Хизматрасонии ҳаммом (сауна)** *Услуги бан (сауна)*	
13	**Дигар хизматрасонӣ _____** *Другие услуги _____*	
14	**ҲАМАИ ХИЗМАТРАСОНӢ ДАР ЯК МОҲ (01+02+...+12)** ***УСЛУГИ ВСЕГО ЗА МЕСЯЦ (01+02+...+12+13) = п.3b***	

БОБИ 3. МИЗОҶОН ВА ИСТЕЪМОЛКУНАНДАГОНИ ХИЗМАТРАСОНӢ
РАЗДЕЛ 3. КЛИЕНТЫ И ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ

3.1. Истеъмолкунандагони асосии хизматрасонӣ: / 3.1 Основные потребители услуг:

☐ аҳолӣ / *население*

☐ ташкилотҳо / *организации*

☐ муассисаҳои давлатӣ / *государственные учреждения*

☐ шаҳрвандони хориҷӣ / *иностранные граждане*

3.2. Ҳиссаи хизматрасонӣ ба аҳолӣ, % / 3.2 Доля услуг населению, %

_____

БОБИ 4. ШУҒЛ ВА ЗАХИРАҲОИ МЕҲНАТӢ
РАЗДЕЛ 4. ЗАНЯТОСТЬ И ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ

4.1. Шумораи машғулин: / Количество занятых:

Категория *Категория*	**Ҳамагӣ** *Всего*	**Мардон** *Мужчины*	**Занон** *Женщины*
Худи соҳибкор *Сам предприниматель*			
Кормандони кироя *Наемные работники*			
Аъзоёни оила бе музд *Члены семьи без оплаты*			

БОБИ 5. РАҚАМИКУНОНИИ ФАЪОЛИЯТ
РАЗДЕЛ 5. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5.1. Оё соҳибкор интернетро истифода мебарад? / 5.1 Использует ли предприниматель интернет?

☐ Ҳа / *Да*

☐ Не / *Нет*

5.2. Воситаҳои рақамии истифодашаванда: / 5.2 Используемые цифровые инструменты:

☐ шабакаҳои иҷтимоӣ / *социальные сети*

☐ сомона (сайт) / *сайт*

☐ платформаи савдои электронӣ / *электронная торговая площадка*

☐ замимаи мобилӣ / *мобильное приложение*

5.3. Пардохтҳои электронӣ: / 5.3 Электронные платежи:

☐ корти бонкӣ / *банковская карта*

☐ пардохти QR / *QR-платеж*

☐ ҳамьёни мобилӣ / *мобильный кошелек*

☐ нақдӣ / *наличные*

БОБИ 6. ФАЪОЛИЯТИ ОНЛАЙН ВА ПЛАТФОРМАҲО
РАЗДЕЛ 6. ОНЛАЙН-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПЛАТФОРМЫ

6.1. Оё платформаҳо истифода мешаванд? / 6.1 Используются ли платформы:

☐ Somon.tj / *Somon.tj*

☐ Alif Shop / *Alif Shop*
☐ дигар / *другие*

6.2. Ҳиссаи фурӯши онлайн, % / 6.2 Доля продаж онлайн, %

_____

БОБИ 7. МАВСИМИИ ФАЪОЛИЯТ
РАЗДЕЛ 7. СЕЗОННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1. Оё тағйироти мавсимӣ вуҷуд дорад? / 7.1 Есть ли сезонные изменения?

☐ Ҳа / *Да*
☐ Не / *Нет*

7.2. Моҳҳои фаъолтарин / 7.2 Наиболее активные месяцы

_____

БОБИ 8. МУШКИЛОТ ВА МАҲДУДИЯТҲО
РАЗДЕЛ 8. ПРОБЛЕМЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ

8.1. Монеаҳои асосӣ: / 8.1 Основные препятствия:

☐ норасоии маблағ / *недостаток финансов*
☐ рақобати баланд / *высокая конкуренция*
☐ норасоии кадрҳо / *нехватка кадров*
☐ набудани бино/ҷой / *отсутствие помещений*
☐ дигар / *другие*

БОБИ 9. ДАРОМАД ВА ХАРОҶОТ
РАЗДЕЛ 9. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ

9.1. Даромади умумӣ (сомонӣ) / 9.1 Общая выручка (сомони)

_____

9.2. Харочот: / 9.2 Расходы:

• иҷораи бино / *аренда помещения* _____ сомонӣ
• музди меҳнат / *заработная плата* _____ сомонӣ
• ашёи хом ва масолеҳ / *сырье и материалы* _____ сомонӣ
• нақлиёт / *транспорт* _____ сомонӣ
• хизматрасонии коммуналӣ / *коммунальные услуги* _____ сомонӣ

РОҲНАМО / УКАЗАНИЯ

оид ба пуркунии саволномаи таҳқиқоти интихобии соҳибкорони инфиродӣ дар соҳаи хизматрасонӣ

по заполнению вопросника выборочного обследования индивидуальных предпринимателей в сфере услуг

1. МУЛОҲИЗАҲОИ УМУМӢ
1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Ин роҳнамо барои соҳибкорони инфиродӣ (СИ), ки дар асоси патент ё шаҳодатнома дар соҳаи хизматрасонӣ фаъолият мекунанд, инчунин барои корманди оморшинос (интервюер), ки саволномаро пур мекунад ё пуркунии онро назорат мекунад, пешбинӣ шудааст.

1.1 Настоящие указания предназначены для индивидуальных предпринимателей (ИП), работающих на основе патента или свидетельства в сфере услуг, а также для сотрудника-статистика (интервьюера), который заполняет вопросник или контролирует его заполнение.

1.2. Таҳқиқот хусусияти интихобӣ дорад, яъне на ҳамаи СИ, балки танҳо доираи муайяни онҳо, ки аз рӯи усули оморӣ интихоб шудаанд, ба саволнома ҷавоб медиҳанд.

1.2 Обследование носит выборочный характер, то есть анкету заполняют не все ИП, а только определённый круг респондентов, отобранных статистическим методом.

1.3. Иштирок дар таҳқиқот барои СИ, ки ба хониш даъват шудаанд, ҳатмист. Маълумоти пешниҳодшуда танҳо барои мақсадҳои оморӣ (ҳисоб кардани нишондиҳандаҳои умумиҷумҳуриявӣ) истифода мешавад ва ба мақомоти андоз ё дигар мақомот интиқол дода намешавад.

1.3 Участие в обследовании обязательно для ИП, включённых в выборку. Предоставленные данные используются исключительно в статистических целях (расчёт общереспубликанских показателей) и не передаются в налоговые или иные органы.

1.4. Махфияти маълумоти инфиродӣ кафолат дода мешавад — дар нашрияҳои оморӣ танҳо натиҷаҳои ҷамъбастӣ (агрегатсионӣ) чоп мешаванд, на маълумоти алоҳидаи ҳар як СИ.

1.4 Конфиденциальность индивидуальных данных гарантируется — в статистических публикациях печатаются только сводные (агрегированные) результаты, а не данные отдельного ИП.

2. ТАРТИБИ УМУМИИ ПУРКУНИИ САВОЛНОМА
2. ОБЩИЙ ПОРЯДОК ЗАПОЛНЕНИЯ ВОПРОСНИКА

2.1. Саволнома бо хати даст, бо ранги равшан (ба гала кабуд ё сиёҳ) ва бо ҳарфҳои хонда мешаванда пур карда мешавад. Истифодаи қалами сурх манъ аст.

Вопросник заполняется от руки, чернилами тёмного цвета (синим или чёрным), разборчивым почерком. Использование красной пасты не допускается.

2.2. Барои ишора кардани вариант мебояд дар дохили катаки ☐ аломати «√» ё «Х» гузошта шавад. Дар як савол, агар дигар нишон дода нашуда бошад, танҳо як вариант интихоб карда мешавад.

Для отметки варианта ответа в квадрате ☐ ставится знак «√» или «Х». По каждому вопросу, если не указано иное, выбирается только один вариант ответа.

2.3. Агар савол чанд вариантро иҷозат диҳад («ишора кардани якчанд вариант мумкин аст»), метавон якчанд катакро қайд кард.

Если вопрос допускает несколько вариантов («можно отметить несколько»), допускается отметить несколько квадратов.

2.4. Ҳамаи саволҳо бояд пур карда шаванд. Агар нишондиҳанда ба фаъолияти СИ дахл надошта бошад ё арзиши он сифр бошад, дар ҷои холӣ «0» ё «нест» навишта мешавад — на тире, на холигӣ.

Все вопросы должны быть заполнены. Если показатель не относится к деятельности ИП или равен нулю, в соответствующей графе указывается «0» или «нет данных» — не прочерк и не пустая клетка.

2.5. Ҳамаи маблағҳои пулӣ бо сомонӣ ва бо ду рақами баъди вергул (то сентӣ) нишон дода мешаванд.

Все денежные суммы указываются в сомони с точностью до двух знаков после запятой (до дирамов).

2.6. Санаҳо бо формати рӯз/моҳ/сол (рр/мм/сс) навишта мешаванд.

Даты указываются в формате день/месяц/год (дд/мм/гг).

2.7. Хатогиҳо на бо тарзи сиёҳкунӣ, балки бо як хат зада мешаванд, дар паҳлӯи он вариантӣ дуруст навишта, бо имзои пуркунанда тасдиқ карда мешавад.

Ошибки исправляются не путём затирания, а зачёркиванием одной чертой; рядом вписывается верный вариант, исправление заверяется подписью заполнившего.

2.8. Пуркунандаи саволнома дар охири он имзо мегузорад ва рамзи худро (агар интервюер бошад) нишон медиҳад.

Заполнивший вопросник ставит подпись в конце документа и указывает свой код (если это интервьюер).

3. ШАРҲ ОИД БА ПУРКУНИИ БОБҲОИ САВОЛНОМА
3. ПОЯСНЕНИЯ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ РАЗДЕЛОВ ВОПРОСНИКА

Боби 1. Маълумоти умумӣ дар бораи соҳибкори инфиродӣ
Раздел 1. Общая информация об индивидуальном предпринимателе

Дар банди 1 намуди бақайдгирӣ (патент ё шаҳодатнома) нишон дода мешавад. Рамзи ягонаи мушаххас (РЯМ) аз шаҳодатномаи бақайдгирии давлатӣ гирифта мешавад. Ҷинсият, синну сол ва сатҳи маълумотнокӣ мутобиқи ҳуҷҷати шахсият пур карда мешаванд.

В пункте 1 указывается форма регистрации (патент или свидетельство). Единый идентификационный номер (ЕИН) переносится из свидетельства о государственной регистрации. Пол, возраст и уровень образования заполняются согласно документу, удостоверяющему личность.

Дар банди 2 рамзи чоррақамаи ТУНФИ (Таснифоти умумиии намуди фаъолияти иқтисодӣ) навишта мешавад — ин рамзро дар шаҳодатнома ё патент дидан мумкин аст. Агар рамз номаълум бошад, ба омори ноҳиявӣ муроҷиат карда шавад.

В пункте 2 указывается четырёхзначный код ОКЭД (Общегосударственный классификатор видов экономической деятельности) — его можно найти в свидетельстве или патенте. Если код неизвестен, следует обратиться в районный отдел статистики.

Дар банди 3(а) шумораи миёнаи якмоҳаи кормандон — бо назардошти худи соҳибкор, кормандони кироя ва аъзоёни оила, ки дар фаъолият иштирок мекунанд — нишон

дода мешавад. Дар банди 3(b) ҳаҷми миёнаи хизматрасонӣ дар як моҳ (бо сомонӣ) навишта мешавад; ин нишондиҳанда бояд ба сатри 13 (Боби 2) мувофиқат кунад.
В пункте 3(a) указывается среднемесячная численность работников — с учётом самого предпринимателя, наёмных работников и участвующих в деятельности членов семьи. В пункте 3(b) указывается средний объём услуг за месяц (в сомони); этот показатель должен совпадать со строкой 13 (Раздел 2).

Боби 2. Ҳаҷми хизматрасонии пулакӣ
Раздел 2. Объём платных услуг

Ҳаҷми хизматрасонӣ аз рӯи ҳар як намуд (рамзи 01–12) бо арзиши воқеан расонидашуда дар моҳи ҳисоботӣ (на пардохти пешакӣ, на фармоиш) нишон дода мешавад. Агар СИ якчанд намуди хизматро расонад, маблағ аз рӯи ҳар як сатр алоҳида пур карда мешавад. Сатри 13 — ҷамъи ҳамаи сатрҳо (01+02+…+12) буда, бояд бо банди 3(b) баробар бошад.
Объём услуг по каждому виду (коды 01–12) указывается по стоимости фактически оказанных услуг за отчётный месяц (не предоплата и не заказ). Если ИП оказывает несколько видов услуг, сумма указывается отдельно по каждой строке. Строка 13 — итог по всем строкам (01+02+…+12) и должна совпадать с пунктом 3(b).

Боби 3–4. Мизоҷон ва шуғли кормандон
Раздел 3–4. Клиенты и занятость работников

Дар Боби 3 категорияи асосии истеъмолкунандагон қайд карда мешавад (мумкин аст якчанд вариант интихоб карда шавад). Ҳиссаи хизматрасонӣ ба аҳолӣ бо фоиз (аз ҳаҷми умумии хизматрасонӣ) ҳисоб карда мешавад. Дар Боби 4 шумораи шахсони дар фаъолият иштироккунанда аз рӯи категория ва ҷинсият тақсим карда мешавад — ҷамъи «Мардон» ва «Занон» бояд бо сутуни «Ҳамагӣ» баробар бошад.
В Разделе 3 отмечается основная категория потребителей (можно выбрать несколько вариантов). Доля услуг населению рассчитывается в процентах от общего объёма услуг. В Разделе 4 численность занятых распределяется по категориям и полу — сумма столбцов «Мужчины» и «Женщины» должна совпадать со столбцом «Всего».

Боби 5–7. Воситаҳои асосӣ, рақамикунонӣ ва платформаҳо
Раздел 5–7. Основные средства, цифровизация и платформы

Дар Боби 5 мавҷудияти воситаҳои асосӣ (бино, таҷҳизот, нақлиёт барои фаъолият) ва маблағи сармоягузории соли ҷорӣ нишон дода мешавад. Дар Бобҳои 6–7 истифодаи Интернет, воситаҳои рақамӣ, тарзи пардохт ва платформаҳои савдои электронӣ қайд карда мешаванд — ҳамаи вариантҳои мувофиқ метавонанд якбора қайд шаванд.
В Разделе 5 указывается наличие основных средств (помещение, оборудование, транспорт для деятельности) и сумма инвестиций за текущий год. В Разделах 6–7 отмечаются использование интернета, цифровых инструментов, способов оплаты и электронных торговых площадок — можно отмечать все подходящие варианты одновременно.

Боби 8–9. Мавсимӣ ва мушкилот
Раздел 8–9. Сезонность и проблемы

Дар Боби 8 мавҷуд будани тағйироти мавсимии фаъолият ва моҳҳои фаъолтарин нишон дода мешаванд (масалан: «май–сентябр»). Дар Боби 9 монеаҳое, ки ба рушди фаъолият халал мерасонанд, интихоб карда мешаванд; агар монеа дар рӯйхат набошад, дар банди «дигар» шарҳ дода мешавад.

В Разделе 8 указывается наличие сезонных колебаний деятельности и наиболее активные месяцы (например: «май–сентябрь»). В Разделе 9 отмечаются препятствия, мешающие развитию деятельности; если препятствие отсутствует в списке, оно описывается в пункте «другое».

Боби 10. Даромад ва харочот

Раздел 10. Доходы и расходы

Даромади умумӣ (10.1) — ин ҳаҷми умумии маблағи бадастомада аз фаъолият дар моҳи ҳисоботӣ буда, бояд ба нишондиҳандаи Боби 2 (сатри 13) наздик бошад. Харочот (10.2) аз рӯи ҳар як моддаи хароҷот (иҷора, музди меҳнат, ашёи хом, нақлиёт, хизматрасонии коммуналӣ) алоҳида нишон дода мешавад; агар моддаи хароҷот вуҷуд надошта бошад, «0» гузошта мешавад.

Общая выручка (10.1) — это общая сумма средств, полученных от деятельности за отчётный месяц, она должна быть близка к показателю Раздела 2 (строка 13). Расходы (10.2) указываются отдельно по каждой статье (аренда, зарплата, сырьё, транспорт, коммунальные услуги); при отсутствии статьи расходов указывается «0».

4. ХАТОГИҲОИ МАЪМУЛӢ ҲАНГОМИ ПУРКУНӢ
4. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ЗАПОЛНЕНИИ

4.1. Номувофиқатии нишондиҳандаи банди 3(b) ва сатри 13-и Боби 2.

Несовпадение показателя пункта 3(b) со строкой 13 Раздела 2.

4.2. Гузоштани тире ё холигузорӣ ба ҷои «0» дар ҷои нишондиҳандаи вуҷуднадошта.

Проставление прочерка или пустой клетки вместо «0» при отсутствии показателя.

4.3. Ҷамъи сутунҳои «Мардон» ва «Занон» дар Боби 4 бо сутуни «Ҳамагӣ» баробар набудан.

Несовпадение суммы столбцов «Мужчины» и «Женщины» со столбцом «Всего» в Разделе 4.

4.4. Интихоб кардани якчанд вариант дар саволе, ки танҳо як ҷавобро иҷозат медиҳад.

Отметка нескольких вариантов в вопросе, допускающем только один ответ.

4.5. Набудани имзо ва санаи пуркунӣ дар саҳифаи аввал.

Отсутствие подписи и даты заполнения на первой странице.

Приложение № 3

АГЕНТИИ ОМОРИ НАЗДИ ПРЕЗИДЕНТИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

734025, ш.Душанбе, Бохтар 17, Тел: 223-02-45; Fax: 221-43-75
E – mail: stat@tojikiston.com, http: www.stat.tj

ФАРМОИШ

аз "18" августи соли 2026 № 29 ш. Душанбе

Дар бораи тасдиқи саволнома ва рохнамои таҳқиқоти интихобии субъектҳои хизматрасонӣ - соҳибкорони инфиродӣ (дар асоси патент, шаҳодатнома фаъолияткунанда)

Мутобиқи моддаи 7 Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи омори давлатӣ ва банди 13 Низомномаи Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, ки бо Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 22 апрели соли 2010, №862 тасдиқ шудааст, **ф а р м о и ш м е д и ҳ а м :**

1. Саволнома оид ба гузарондани таҳқиқоти интихобии субъектхои хизматрасонӣ - соҳибкорони инфиродӣ (дар асоси патент, шаҳодатнома фаъолияткунанда) ва дастурамали он тасдиқ карда шавад. (замима мегарданд);
2. Раёсати омори савдо ва хизматрасонии Агентӣ ва Раёсати омори хоҷагии манзилию коммуналӣ, нақлиёт, алоқа ва хизматрасонии аҳолии МД «Маркази кулли ҳисоббарорӣ»-и Агентӣ вазифадор карда шаванд, ки назорати сари вақт ва дуруст гузаронидани таҳқиқотро бо усули электронӣ мунтазам тибқи Барномаи корҳои оморӣ ба роҳ монанд.
3. Назорати иҷрои фармоиши мазкур ба зиммаи Муовини Директори Агентӣ (сарпарасти соҳа) вогузор карда шавад.

Директор Нурмаҳмадзода Ҷ.

Приложение № 4

МЕТОДОЛОГИЯ ВЫБОРОЧНОГО СТАТИСТИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

План выборки, взвешивание и требования к результатам обследования

1. ВВЕДЕНИЕ И ЦЕЛЬ ДОКУМЕНТА

Настоящий документ является методологическим приложением к техническому заданию (ТЗ) на проведение выборочного обследования индивидуальных предпринимателей (ИП), работающих на основе патента или свидетельства в сфере услуг. Документ детализирует три блока, отсутствующие или недостаточно раскрытые в ТЗ:

- дизайн выборки и процедуры её реализации в поле (раздел 3–4);
- методологию взвешивания и распространения результатов на генеральную совокупность (раздел 5–6);
- состав и формат результатов, подлежащих сдаче Заказчику, включая микроданные, код и оценки точности (раздел 7).

Поскольку результаты обследования предполагается использовать в официальной статистике услуг и в дальнейшем — в национальных счетах, методология выборки, взвешивания и оценивания должна быть формально задокументирована и согласована с Агентством по статистике до начала полевых работ (раздел 8).

2. ОСНОВА ВЫБОРКИ (SAMPLING FRAME)

Генеральная совокупность — все индивидуальные предприниматели, зарегистрированные на основе патента или свидетельства и осуществляющие деятельность в секторе услуг (согласно перечню классов ОКЭД, отнесённых к услугам) на территории Республики Таджикистан на дату формирования основы выборки.

Источник основы выборки — реестр ИП, формируемый по данным налоговых органов (реестр патентов/свидетельств) и статистического регистра хозяйствующих субъектов, актуализируемый Агентством по статистике не реже одного раза в квартал.

Минимальный набор атрибутов, которые должны присутствовать в основе выборки для каждой единицы:

- область/город, район (административно-территориальный код);
- код ОКЭД (4 знака) и укрупнённая группа услуг;
- тип регистрации — патент / свидетельство;
- дата регистрации и статус активности;
- контактные данные (адрес, телефон) для обеспечения доступности в поле.

Перед формированием выборки основа подлежит очистке: удаление дублей, единиц с истёкшим или аннулированным патентом/свидетельством, а также единиц, отнесённых к нерелевантным видам деятельности (вне сферы услуг). Рекомендуется контрольная сверка не менее 5% случайной подвыборки адресов на предмет актуальности перед стартом поля.

3. ДИЗАЙН ВЫБОРКИ

3.1. Тип дизайна

Поскольку основа выборки представляет собой список конкретных единиц (пофамильный/поединичный реестр ИП), базовым дизайном является одноступенчатая стратифицированная случайная выборка без возврата (stratified simple random sampling, STSRS) — из каждой страты извлекается случайная подвыборка без повторного включения единиц.

Если для отдельных районов (как правило, сельская местность с неполным охватом реестра) полный поединичный список недоступен или ненадёжен, применяется двухступенчатый кластерный дизайн с вероятностью отбора, пропорциональной размеру (PPS):

- 1-я ступень: отбор первичных единиц отбора (ПЕО) — джамоатов— методом PPS, где размер измеряется числом зарегистрированных ИП в сфере услуг;
- 2-я ступень: в пределах отобранного ПЕО — простой случайный отбор фиксированного числа ИП (для получения самовзвешивающейся выборки на этой ступени).

Выбор между вариантом STSRS и двухступенчатым PPS-дизайном фиксируется отдельно по каждому региону на этапе построения выборки, в зависимости от полноты и качества основы выборки в данном регионе; это решение отражается в методологическом отчёте (см. раздел 7.4).

3.2. Стратификация

Стратообразующими признаками являются:

- регион (область, гг. Душанбе, РРП, ГБАО) — geo;
- укрупнённая группа услуг по ОКЭД (например: бытовые услуги; транспорт и связь; торговля и финансовые услуги; образование и здравоохранение; туризм и гостеприимство; прочие услуги) — activity.

Страта определяется как пересечение этих двух признаков: h = регион × группа ОКЭД. При наличии надёжной информации о размере деятельности (например, декларируемый годовой доход или численность занятых) может быть добавлено третье измерение — размерный класс (микро/малое), что повышает эффективность выборки за счёт снижения внутристратовой вариации.

Страта (h)	Регион × группа ОКЭД	N_h (ген. совок.)	n_h (выборка)
h1	г. Душанбе × Бытовые услуги	…	…
h2	г. Душанбе × Транспорт и связь	…	…
h3	Хатлон × Бытовые услуги	…	…
…	…	…	…

Таблица 1. Пример структуры страт (иллюстрация; фактическая таблица формируется после получения актуальной основы выборки).

3.3. Определение объёма выборки

Требуемый объём выборки на уровне ключевого показателя (например, объём платных услуг) определяется по стандартной формуле для оценки доли/среднего с заданной точностью:

$$n_0 = z^2 \cdot p \cdot (1 - p) / e^2$$

где z — квантиль нормального распределения для заданного уровня доверия (z = 1,96 для 95%); p — ожидаемая доля признака (при отсутствии априорной оценки используется p = 0,5 как наиболее консервативный вариант); e — предельная допустимая ошибка (например, e = 0,05).

Полученное n_0 корректируется на эффект дизайна (deff) и конечность генеральной совокупности (fpc):

$$n = (n_0 \cdot deff) / (1 + (n_0 \cdot deff - 1) / N)$$

Рекомендуемое значение deff для стратифицированного дизайна данного типа — 1,3–1,5 (уточняется по итогам пилотного этапа на основе внутриклассовой корреляции по ключевым показателям). Итоговый нетто-объём выборки увеличивается с учётом ожидаемого уровня ответа (см. 4.3), чтобы после потерь на неответ и отказы был достигнут целевой объём n.

3.4. Распределение выборки по стратам (allocation)

Пропорциональное распределение (базовый вариант, используется при отсутствии надёжных оценок внутристратовой вариации):

$$n_h = n \cdot (N_h / N)$$

Оптимальное распределение (распределение Неймана) — применяется, если по итогам пилотного обследования или предыдущих раундов имеются оценки стандартного отклонения ключевого показателя (например, объёма услуг) по стратам S_h:

$$n_h = n \cdot (N_h \cdot S_h) / \Sigma(N_h \cdot S_h)$$

Распределение Неймана обеспечивает минимальную дисперсию оценки при заданном общем объёме выборки, но требует надёжных предварительных оценок S_h; при их отсутствии на первом раунде используется пропорциональное распределение с последующим переходом на оптимальное в последующих раундах обследования.

Компромиссный вариант — степенное (power) распределение $n_h \propto N_h^p$ при $0 < p < 1$, позволяющее сбалансировать точность общереспубликанских оценок и минимально приемлемую точность оценок по малым стратам.

3.5. Обработка малых страт (small cells)

- Страты-цензы (take-all): если N_h меньше установленного порога (рекомендуется $N_h \leq 30$), страта обследуется полностью ($n_h = N_h$), без применения выборочного метода.
- Порог минимального размера подвыборки: если расчётное по формуле n_h оказывается ниже практического минимума (рекомендуется $n_h \geq 8–10$ для расчёта стандартной ошибки), страта укрупняется (collapsing) со «смежной» стратой по

одному из признаков — тем же регионом, но соседней/родственной группой ОКЭД, либо той же группой ОКЭД в соседнем регионе.

- Правило укрупнения фиксируется заранее в виде таблицы соответствия («страта-донор» → «страта-реципиент») и включается в методологический отчёт, чтобы обеспечить воспроизводимость дизайна в последующих раундах.
- После укрупнения оценки публикуются только на уровне укрупнённой страты; отдельная публикация показателей по исходной малой страте не производится во избежание статистически ненадёжных (высокая CV) оценок.

4. ПРОЦЕДУРЫ В ПОЛЕ: НЕОТВЕТ, ОТКАЗЫ, ЗАМЕНЫ

4.1. Категории результата контакта

Для каждой единицы выборки фиксируется код итога контакта (аналог стандартных диспозиционных кодов, используемых в международной практике обследований):

Код	Категория	Действие
1	Интервью завершено успешно	Включается в массив ответивших
2	Отказ от участия	Замена по процедуре (4.2); фиксируется причина отказа
3	Единица не найдена / адрес недействителен	Замена по процедуре (4.2)
4	Деятельность временно приостановлена	Повторный контакт в течение периода поля; при неуспехе — замена
5	Единица не соответствует критериям отбора (вне сферы услуг, деятельность прекращена)	Исключается из знаменателя при расчёте уровня ответа (out-of-scope)

Таблица 2. Диспозиционные коды результатов контакта.

4.2. Резервная выборка и процедура замены

Одновременно с основной выборкой из каждой страты формируется резервный список в объёме 30% от n_h, отобранный тем же случайным методом и упорядоченный случайным образом внутри страты.

- При получении кода 2 или 3 (отказ / не найдена) по основной единице интервьюер переходит к следующей единице резервного списка той же страты.
- Допускается не более 3 попыток контакта с единицей до присвоения окончательного диспозиционного кода.
- Замена производится строго внутри той же страты, чтобы не искажать распределение выборки по стратам.
- Если доля замен в страте превышает 50% от n_h, страта помечается для дополнительного контроля качества и рассматривается вопрос о взвешенной корректировке на неответ (см. 5.2) вместо дальнейших замен.

Важно: процедура замены обеспечивает выполнение планового объёма наблюдений, но не заменяет собой формальную корректировку весов на неответ. Все случаи замен и

их причины документируются для последующего расчёта итогового уровня ответа и анализа возможного смещения, связанного с неответом.

4.3. Предположения об ожидаемом уровне ответа

На основе опыта аналогичных обследований субъектов малого предпринимательства в регионе принимается базовое предположение об ожидаемом уровне ответа (response rate, RR) на уровне 80%. Данное предположение подлежит уточнению по результатам пилотного этапа.

$$n_gross = n_net / RR$$

где n_net — целевой (нетто) объём выборки, определённый в разделе 3.3–3.4; n_gross — валовой объём выборки, который необходимо отобрать (включая резерв) с учётом ожидаемых потерь на неответ и отказы.

5. МЕТОДОЛОГИЯ ВЗВЕШИВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ НА ГЕНЕРАЛЬНУЮ СОВОКУПНОСТЬ

Итоговый вес единицы наблюдения формируется последовательно, в три этапа, и используется для распространения выборочных данных на генеральную совокупность и для расчёта агрегированных показателей, публикуемых в официальной статистике.

5.1. Базовый (дизайн-) вес

Базовый вес равен обратной вероятности отбора единицы в выборку:

$$w0_i = 1 / \pi_i, \quad \pi_i = n_h / N_h \quad (\text{для единицы } i \text{ из страты } h)$$

Для двухступенчатого PPS-дизайна вероятность отбора является произведением вероятностей отбора на каждой ступени: $\pi_i = \pi_1(\text{ПЕО}) \times \pi_2(\text{единица} \mid \text{ПЕО})$.

5.2. Корректировка на неответ

Внутри каждой страты (либо более крупной однородной группы ответа, если страта после укрупнения по 3.5 всё ещё содержит мало респондентов) вес корректируется на фактически достигнутое число ответивших:

$$w1_i = w0_i \cdot (n_h / m_h)$$

где m_h — число единиц, по которым получено завершённое интервью (код 1) в страте h; n_h — плановый объём выборки для страты (без учёта замен, использованных для достижения m_h). Такая корректировка предполагает, что неответ внутри страты происходит случайно (missing at random) относительно единиц, включённых в реализованную выборку.

5.3. Пост-стратификация и калибровка весов

После корректировки на неответ веса калибруются таким образом, чтобы взвешенные итоги по выборке совпадали с известными контрольными итогами (control totals) генеральной совокупности, получаемыми из административных источников (реестр ИП, налоговая статистика):

- маргинал 1 — численность зарегистрированных ИП по стратам «регион × группа ОКЭД» (из реестра);

- маргинал 2 (при наличии) — численность занятых или совокупный задекларированный доход по тем же стратам.

Применяется метод калибровки (raking / обобщённая регрессионная калибровка, GREG), обеспечивающий итеративное согласование весов с несколькими контрольными маргиналами одновременно:

$$w2_i = w1_i \cdot g_i, \quad \Sigma\, w2_i \cdot x_i = X \text{ (известный контрольный итог)}$$

где g_i — калибровочный множитель, вычисляемый итеративной процедурой (iterative proportional fitting) до достижения сходимости по всем заданным маргиналам X. Пост-стратификация/калибровка снижает дисперсию оценок и устраняет расхождения между структурой выборки и структурой генеральной совокупности, возникающие из-за неответа и неполноты основы выборки.

5.4. Усечение экстремальных весов (trimming)

Во избежание чрезмерного влияния отдельных единиц с аномально высоким весом (например, из-за малого m_h в страте) применяется усечение: веса, превышающие установленный порог (рекомендуется 3× медианного веса в страте), урезаются до порогового значения, а «избыточная» масса веса перераспределяется пропорционально между остальными единицами той же страты. Все случаи усечения документируются с указанием доли затронутых единиц и итогового влияния на дисперсию оценок.

5.5. Итоговый вес и формула распространения

Итоговый (экстраполяционный) вес w_i = w2_i после усечения используется для распространения выборочных наблюдений на генеральную совокупность:

$$\hat{Y} = \Sigma\, w_i \cdot y_i$$

где $\hat{Y}$ — оценка агрегированного показателя по генеральной совокупности (например, суммарный объём платных услуг по региону), y_i — значение показателя по единице i выборки. Формула применяется как к итоговым показателям республиканского уровня, так и к любым публикуемым разрезам (регион, вид деятельности, тип регистрации и т. д.), при условии соблюдения порога надёжности оценки (раздел 6).

6. ОЦЕНКА ТОЧНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ

В силу сложного дизайна выборки (стратификация, неравные веса, корректировки на неответ и калибровка) стандартные ошибки не могут быть корректно рассчитаны по формулам для простой случайной выборки. Рекомендуется использование одного из следующих методов, учитывающих дизайн:

- линеаризация Тейлора — аналитический метод, реализованный в стандартных пакетах для анализа обследований (R: пакет survey; Stata: команды svyset/svy; SAS: PROC SURVEYMEANS);
- метод повторных выборок (репликации) — джекнайф (JKn) или бутстреп, предпочтителен при сложной процедуре калибровки весов.

Для каждого публикуемого агрегированного показателя рассчитываются и предоставляются Заказчику:

- точечная оценка ($\hat{Y}$) и стандартная ошибка (SE);
- коэффициент вариации, CV = SE / $\hat{Y}$;
- 95%-й доверительный интервал: $\hat{Y} \pm 1{,}96 \cdot SE$.

Рекомендуется следующая шкала надёжности оценок (стандартная практика национальных статистических служб), которая используется при принятии решения о публикации показателя:

CV, %	Оценка надёжности	Рекомендация к публикации
≤ 15	Надёжная	Публикуется без ограничений
15–30	Приемлемая, с осторожностью	Публикуется с пометкой о пониженной точности
> 30	Ненадёжная	Не публикуется / агрегируется с соседней стратой

Таблица 3. Шкала оценки надёжности показателей по коэффициенту вариации.

7. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ (УТОЧНЕНИЕ СОСТАВА ПОСТАВКИ)

Ниже приводится уточнённый и исчерпывающий перечень результатов, подлежащих сдаче Заказчику, включая позиции, не в полной мере раскрытые в техническом задании.

7.1. Электронная анкета

Электронная версия анкеты (CAPI/CAWI либо форма для ввода данных бумажных анкет), идентичная по содержанию утверждённому бланку обследования, с логическим контролем (диапазоны значений, контрольные соотношения между разделами, например п. 3(b) = строка 13 раздела 2).

7.2. База данных микроуровня (обезличенная)

Поставщик обязан предоставить полную базу данных на уровне отдельных записей (unit-record microdata) в машиночитаемом формате (SPSS .sav, Stata .dta и/или CSV с сопроводительным словарём переменных). База данных подлежит деперсонализации перед передачей:

- исключаются прямые идентификаторы — ФИО, точный адрес, телефон, e-mail;
- сохраняются технические идентификаторы — код страты, код района/региона, код ОКЭД, тип регистрации, итоговый вес наблюдения, значения показателей анкеты;
- передача и хранение базы осуществляются в соответствии с требованиями законодательства Республики Таджикистан о государственной статистике и конфиденциальности статистических данных; доступ ограничивается статистическими и методологическими целями.

7.3. Исходный код

Поставляется воспроизводимый пакет программного кода (R/Python/SAS/Stata — по согласованию с Заказчиком), включающий: отбор выборки (случайные seed-значения для воспроизводимости), расчёт весов на всех этапах (5.1–5.4), процедуры калибровки,

расчёт стандартных ошибок, формирование итоговых таблиц. Код сопровождается комментариями и инструкцией по запуску.

7.4. Методологический отчёт

Отдельный документ, обязательный к сдаче до начала полевого этапа (проект) и в окончательном виде — по завершении обследования (финальная версия с фактическими показателями). Отчёт должен содержать:

- описание основы выборки и её качества (полнота, дата актуализации, результаты контрольной сверки);
- окончательный дизайн выборки и таблицу страт с N_h и n_h;
- обоснование объёма выборки и метода распределения (пропорциональное/Неймана) с указанием использованных параметров (deff, e, p);
- правила укрупнения малых страт;
- реализованные показатели ответа (response rate) — в целом и по стратам, с разбивкой по диспозиционным кодам (Таблица 2);
- описание всех этапов взвешивания (5.1–5.5) с использованными контрольными итогами калибровки;
- показатели качества — распределение весов, доля усечённых весов, эффект дизайна (deff) по ключевым показателям.

7.5. Стандартные ошибки и доверительные интервалы для ключевых агрегатов

Для каждой публикуемой итоговой таблицы предоставляется параллельная таблица показателей точности (SE, CV, 95% ДИ) в соответствии с методикой раздела 6, а также отметка о надёжности показателя согласно шкале CV (Таблица 3).

7.6. Метаданные и документация

Передаётся пакет метаданных, достаточный для самостоятельного повторного использования результатов и дизайна в последующих раундах обследования:

- словарь переменных (название, метка, тип, диапазон допустимых значений, соответствие пункту анкеты);
- использованные классификаторы (версия ОКЭД, справочник административно-территориальных единиц);
- определения ключевых понятий и показателей (в соответствии с методологическим отчётом);
- файлы синтаксиса/кода из раздела 7.3 с указанием версий использованного ПО.

8. ПОРЯДОК СОГЛАСОВАНИЯ И УТВЕРЖДЕНИЯ МЕТОДОЛОГИИ

До начала полевого этапа обследования план выборки (раздел 3), процедуры замены (раздел 4) и методология взвешивания (раздел 5) представляются Агентству по статистике при Президенте Республики Таджикистан для рассмотрения и формального утверждения. Изменения в дизайн выборки или методологию взвешивания после начала поля вносятся только по согласованию с Заказчиком и фиксируются в методологическом отчёте с обоснованием.

Этап	Срок / условие
Представление проекта методологического отчёта и дизайна выборки	до начала полевого этапа
Рассмотрение и согласование Агентством по статистике	в течение ____ рабочих дней
Пилотный этап и уточнение допущений (RR, deff, S_h)	по согласованному графику
Сдача финального методологического отчёта, базы данных, кода и таблиц точности	по завершении обследования

Таблица 4. Ориентировочный график согласования методологии (сроки уточняются с Заказчиком).

ПРИЛОЖЕНИЕ. ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ

Термин	Определение
Генеральная совокупность (N)	Полный перечень единиц наблюдения, на которые распространяются результаты обследования.
Страта (h)	Однородная группа единиц генеральной совокупности, выделяемая по признакам региона и вида деятельности для целей отдельного отбора выборки.
Дизайн-вес (w0)	Величина, обратная вероятности отбора единицы в выборку; базовый элемент итогового веса.
Эффект дизайна (deff)	Отношение дисперсии оценки при фактическом дизайне выборки к дисперсии при простой случайной выборке того же объёма.
Калибровка весов	Процедура корректировки весов для согласования взвешенных итогов выборки с известными контрольными итогами генеральной совокупности.
Коэффициент вариации (CV)	Отношение стандартной ошибки оценки к самой оценке; основной индикатор надёжности публикуемого показателя.