

# Методология

## Выборочная совокупность

Всего социологическим исследованием было охвачено 1000 малых и средних субъектов частной предпринимательской деятельности, в том числе: 31% физических лиц (частных предпринимателей) и 69% юридических лиц.

Респонденты были отобраны из всех крупных городов и основных секторов экономики. Усилия были направлены на то, чтобы включить предпринимателей и фирмы, которые представляли бы различные сектора экономики и регионы, но в некоторых случаях это не представлялось возможным. Информация, взятая из национальных баз данных не всегда была точна в отношении вида деятельности или местонахождения предпринимателей или фирм, так как она изменилась со времени регистрации этих предпринимателей и фирм. Кроме того, вне крупных населенных пунктов предприниматели и фирмы не всегда достаточно репрезентативны в отношении выборки. Несмотря на эти проблемы, мы считаем, что выборка достаточно репрезентативна и точна в статистическом отношении.

## Распределение респондентов по регионам и сферам деятельности

	Всего	Бишкек	Кара-Балта	Кант	Токмак	Ош	Джалал-Абад	Кара-кол	Нарын	Талас	Узген
Всего респондентов	1000	400	50	50	50	150	113	55	46	46	40
Производство	130	47	3	7	4	23	9	8	6	8	15
Сфера услуг	346	135	14	19	15	50	49	25	15	15	9
Строительство	19	5	0	2	2	1	2	3	4	0	0
Оптовая торговля	107	64	2	3	5	14	7	3	4	3	2
Розничная торговля	316	127	22	13	16	54	28	15	16	16	9
Переработка пищевой продукции	35	13	2	1	2	5	2	4	2	1	3
Общественное питание	151	60	9	10	8	21	25	6	1	8	3
Транспорт	21	8	0	0	0	1	1	2	6	0	3
Консалтинг	9	3	0	1	1	1	0	1	0	2	0

Связь и доступ в Интернет	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
---------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

**Распределение респондентов по времени регистрации** явилось достаточно равномерным, с постепенной тенденцией возрастания, что доказывает достаточную репрезентативность проведенного исследования.

**Распределение по количеству сотрудников** явилось следующим:

**По основным видам деятельности** опрошенные фирмы разделились на следующие группы: