

Статистическа оценка за бизнес средата на основата на данни от анкетни проучвания

доц. г-р Георги Мишев

*УНСС, катедра „Статистика
и иконометрия”*

e-mail: gmishev.unwe.acad.bg

Резюме: Обичайна практика е при изследвания на бизнес средата, нейните съществени страни, които са в ролята на статистически признаци да се формулират като въпроси. Те се характеризират с използването на номинална или ординална скала. При това положение като резултат от анкетните проучвания се получават съответни разпределения на относителните дялове на анкетиранията по отговорите на отделните въпроси. В такава ситуация количествено характеризирани на редица изследвани явления се оказва непосилно за изследователите. В статията се разглежда, предложен от автора подход за изчисляване на обобщаваща количествена характеристика както за отделните елементи на бизнес средата, така и за бизнес средата като цяло. Тя е ненаименувана величина и се нарича нормирана бална оценка. Предлаганият подход се основава на квантификацията на многомерни признаци [2]. От гледна точка на компонентите на неговото съдържание той е типична форма на познавателен процес. Негова характерна черта е реализацията му на основата на единството на анализа и синтеза. Анализът има за задача разчленяването на цялото на части, в ре-

зултат на което се стига до същностните страни на бизнес средата, които са в ролята на едномерни признаци. На основата на нормираните бални оценки за последните чрез синтеза се реализира обединяването на частите на цялото, в резултат на което се изчислява обобщена нормирана бална оценка за бизнес средата.

Ключови думи: бизнес среда, бизнес изследвания, едномерни признаци, многомерни признаци, квантификация на многомерни признаци, номинална скала, ординална скала, баланс на оценките, бизнес климат, нормирана бална оценка.

JEL: C43, M21.

Бизнес изследванията са значим ресурс на икономическа информация. Те осигуряват информация, която не може да се получи от традиционните статистически изследвания на икономиката. По принцип информацията от бизнес изследванията съдържа оценки на стопански ръководители за миналото, състоянието и краткосрочното бъдеще на бизнес средата. Въпреки субективната природа на отговорите, произтичаща от идеите и намеренията на респондентите, тези изследвания осигуряват надеждни данни, защото се отнасят до страни от икономическата дейност, които са ежедневно на вниманието на стопанските ръководители.

По своята същност бизнес изследванията са статистически изучавания. За разлика от обичайните статистически изследвания на икономиката те са опростени и бързи изследвания, чието провеждане се основава на наблюдението на ограничен брой специфични въпроси и са предназначени да задоволяват потребностите на краткосрочни икономически анализи.

Специфичната природа на бизнес изследванията и тяхната значимост за обществената практика са предпоставка за тяхното провеждане както от държавни, така и от неправителствени институции.

За първи път подобни изследвания в Европа се провеждат в края на 40-те години на 20-и век в Германия. Те са реализирани от Института за стопански изследвания (IFO). Впоследствие тези изследвания се разпространяват и в други европейски страни.

Бизнес наблюденията са разпространени в целия свят. В Европа те се провеждат по схемата на обща хармонизирана програма на ЕС.

Авторът има идеята да предложи подход за характеризиране на бизнес средата на основата на информация от анкетни проучвания. До момента са провеждани и прогължават да се провеждат както редовно, така и инцидентно подобни проучвания било от държавни, било от неправителствени институции. Позицията на автора е конструктивна. Това ще рече, че ние не си поставяме за цел да търсим слабостите на досегашните подходи и да ги отричаме. Всяка идея има право на съществуване. Ние определено считаме, че всяка промяна в дадена система трябва да се постига на основата на нейното усъвършенстване. Така че подходът, който ще предложим в последващото изложение, е резултат на тази наша позиция. Естествено е определени предло-

жения за усъвършенстване на дадена система да се основават на слабости в нейното функциониране. Затова в изложението, което следва, ще се опитаме да акцентираме върху основните моменти на известни подходи за характеризиране на бизнес средата. Това ще ни позволи да очертаем различията на предлагания от нас подход за характеризиране на бизнес средата.

Характеризирането на бизнес средата от Националния статистически институт се основава на изчислените баланси на оценките по отделните показатели и пресметнатия на базата на тях показател за бизнес климата. При пресмятането на балните оценки се вземат предвид само екстремалните стойности от тристепенната скала на отговорите по отделните въпроси [7]. При това положение не се взема предвид делът на анкетиранията лица, които не са посочили промяна. Обикновено той има значими стойности. Освен това този подход е приложим само при тристепенна ординална скала.

Оценките за бизнес средата при индекса „Естат“ се правят на основата на петстепенна скала, която е в граници от -100 до +100, като диапазонът от -20 до +20 показва неутрално състояние на бизнес климата [8].

При изчисляването на индекса на Българската стопанска камара се наблюдават 25 признака [9]. В специализираната литература се препоръчва подобни изследвания да се провеждат на основата на ограничен брой специфични въпроси. От друга страна, при пресмятането на тримесечните индекси се съпоставя тримесечието на настоящата година със съответното тримесечие на предходната година. Как при това положение стои въпросът с динамиката в рамките на календарната година? Понякога тези промени са значими. Например в кризисната ситуация през 2008 г.

Предназначението и начинът на изчисляване на индекса на бизнес климата на Института за пазарна икономика го правят непригоден да характеризира бизнес климата в страната [10]. Той характеризира състоянието на бизнес климата на местно ниво в статика. При това положение индексът все пак може да допълва картината на бизнес средата. Възможностите му за това са ограничени, защото той се изчислява на местно ниво и освен това не улавя тенденциите в бизнес климата, които дават важна информация на инвеститорите. Все пак този индекс, на фона на общата оценка за бизнес климата в страната от други изследвания, е подходящ за избора на региона, който е най-добър за правене на бизнес в определени времеви отграничения.

Състоянието и динамиката на бизнес средата са от изключително значение за функционирането и развитието на бизнес организациите. Изучаването на бизнес средата предполага количественото ѝ характеризане в отделни отрязъци от времето. Изчисляването на количествена оценка за бизнес средата е наложително и възможно въпреки нейната многомерност.

В последващото изложение ще предложим подход, с чието приложение е възможно изчисляването на обобщаваща количествена характеристика за бизнес средата, на основата на данни¹ от анкетни проучвания.

Този подход се основава на квантификацията на многомерни признаци [2]. От гледна точка на компонентите на своето съдържание той е типична форма на познавателен процес. Характерна негова черта е реали-

зацията му на основата на единството на анализа и синтеза. Анализът, като страна на процеса на познание, има за задача разчленяването на цялото на части и установяването на връзките, отношенията между тях. На основата на последните, чрез синтеза, се реализира другата страна на процеса на познание, изразяваща се в обединяване на частите на цялото и чийто резултат е характеристиката на многомерния признак.

Характеризирането на проявлението на дадено явление в определени времеви и пространствени граници изисква изясняване на въпроса за неговите същностни страни и начина на тяхното измерване. Същностните страни на дадено явление се свързват с присъщите му свойства и отношения. Свойствата и отношенията са характеристики на явленията, които се наричат още признаци. В зависимост от проявата им те се дефинират като прости, производни и сложни. Простите изразяват само отделна проява, отделна страна на дадено явление, производните – няколко прояви, няколко страни, а сложните – многоаспектни прояви. В резултат на това тяхна особеност е едномерността на простите и многомерността на производните и сложните признаци. На непосредствена регистрация подлежат простите (едномерните) признаци. Затова при изучаването на даден сложен признак най-напред се търсят производните признаци, които характеризират проявата на отделни групи страни на сложния признак. Впоследствие този процес продължава с разкриването на онези прости (едномерни) признаци, които се отнасят само до отделни страни на изследваното явление.

¹ В статистическата литература е възприето регистрираните значения на наблюдаваните признаци при отделните единици на изучаваната статистическа съвкупност да се наричат статистически сведения. Те подлежат на по-нататъшна обработка с определени статистически методи. В резултат на последната се получават статистически данни, които изразяват или резултати от групировка, или сводни характеристики за статистическата съвкупност. В случая данните, за които става дума, изразяват резултати от групировка.

Описаният подход се използва за дефинирането на система от признаци за характеризирани на бизнес средата.

В случая системата от признаци за характеризирани на бизнес средата се дефинира при съблюдаването на две противоположни изисквания. Това са, от една страна, принципът за наблюдението на определен ограничен брой характеристики при подобни изследвания, и от друга страна – фактът, че изчерпателното характеризирани на дадено явление предполага обхващане на всички негови съществени страни.

Характеризирането на сложните процеси и сили, които протичат в обкръжаващата среда, създава предпоставки за изясняване на същностните страни на явлениято „бизнес среда“. Последното може да се разглежда като многомерен признак, чиято идентификация е възможна чрез неговата конкретизация. Основание за това намираме в изложения вече подход за конкретизация на абстрактни понятия и становището, че „реалната обкръжаваща среда е сложно множество от взаимосвързани сили. За по-лесно

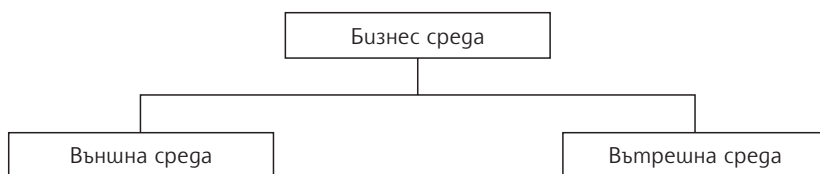
вникване в тяхната същност ги разглеждаме изолирано една от друга“ [4, с. 9].

Джанет Морисон разглежда бизнес средата на пластове, като се започне от непосредственото вътрешно обкръжение в самата организация и се премине навън към външната среда, която обгражда бизнеса и оказва влияние върху неговата организация и нейните операции [3, с. 2]. На тази основа силите на обкръжаващата среда може да се обособят в два основни клъстера.

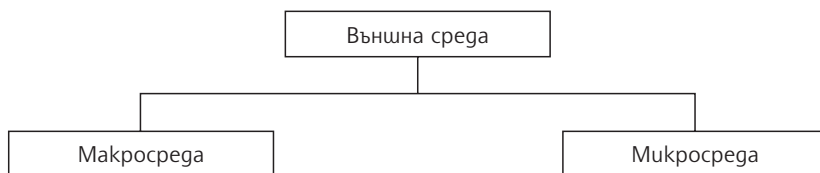
Анализирането на външното обкръжение на фирмата предполага характеризирани на:

- отдалеченото обкръжение, което включва глобални и за страната политически, социални и технологични аспекти;
- индустриалната среда, включваща конкурентни производители;
- оперативната среда, която съставлява смесени групи, включващи доставчици и клиенти.

Като основни клъстери на външната среда при оценяването и анализирането на бизнес средата в страната може да се разглеждат:



Фигура 1. Основни клъстери на бизнес средата



Фигура 2. Основни клъстери на външната среда

- макросредата, която детерминира и конкретизира условията в националната икономика;
- микросредата, която определя и формира условията в конкретна икономическа дейност.

„Макросредата включва разнообразни политически, икономически, социални, технологични, финансови, демографски, природни и други фактори, които оказват сериозно въздействие върху настоящото и бъдещото развитие на организациите“ [5, с. 76]. Нейното формиране зависи в голяма степен от действията на държавата в управлението на обществото. Със своите действия държавата трябва да намалява сеизмичността и да създава по-голяма определеност и предсказуемост на средата, в която оперират фирмите. Те са в основата на действията по осъществяването на правителствената политика на страната и са ориентирани преди всичко към осигуряване на:

- устойчив темп на икономически растеж;
- стабилна макроикономическа среда;
- високо равнище на заетост;
- растеж на доходите на заетите в публичния сектор;
- предпоставки за по-високи доходи в стопанския сектор.

Оценката за степента на тяхната реализация може да се формира на базата на наблюдението на:

- растежа на БВП;
- равнището на инфлацията;
- равнището на безработицата;
- равнището на средния доход;
- равнището на средната работна заплата;
- данъчната тежест;
- възможността за вземане на кредити.

Цитираните характеристики може да се разглеждат в ролята на едномерни признаци за макросредата.

„Микросредата включва разнообразни фактори, които оказват директно или индиректно въздействие върху основната дейност на организацията. Тяхното влияние се осъществява както на нейния вход, така и на нейния изход. Съществено влияние върху входа оказват доставчиците на суровини, материали, горива, енергия и други ресурси. Върху изхода значително влияние оказват клиентите със своите потребности, желания, изисквания, вкусове и др.“ [5, с. 102]. Между организацията и микросредата е налице непрекъснато взаимодействие, което в голяма степен предопределя ефективността на работата. Анализирането на микросредата може да се търси чрез диагностицирането на:

- търсенето на пазара;
- цените на пазара;
- конкуренцията на пазара;
- възможностите за износ;
- качеството на работната сила.

Вътрешното обкръжение се характеризира с взаимодействия, връзки, процедури и правила, присъщи за организацията в процеса на нейното функциониране. Големият въпрос, свързан с процеса на нейното функциониране, е как следва да се разпредели и използва ограниченият ресурс от гледна точка на различните възможни ползи, но така, че да се реализира печалба. Поставената цел се реализира по пътя на предлагането на определен тип продукция, като стоки и услуги, която среща желанията и потребностите на клиентите. В този процес в организацията се наема персонал с необходимата квалификация, разпределят се задачи, дефинират се функции, използва се определено технологично и производствено оборудване, спазват се определени правила на взаимодействие.

Характерните особености на бизнес средата вътре във фирмата, присъщи за бизнеса от индустриалната епоха, се отнасят до:

- растежа на производителността на труда чрез усъвършенстване на планирането;
- организацията и автоматизацията на производствените процеси;
- производството на продукция с все по-високо качество;
- съхраняването на конкурентните позиции на фирмата на пазара;
- осигуряването на работещите и акционерите на доходи, които гарантират лоялността и доверието към фирмата.

В днешно време в диалога „фирма – обкръжаваща среда“ са налице промени, които са резултат от прехода от реалности, характерни за индустриалната епоха, към реалности, характерни за постиндустриалната епоха. „И тази ускорена промяна в бизнес средата води до съответна промяна в границите, структурата и динамизма на бизнеса, на предприемачеството. В тази епоха постепенно се установява категорична тенденция на изчезване на повтаряемостта на събитията и ситуацията в бизнес средата. По тази причина Питър Дракръ я определя като епоха без закономерности... И така реалностите в постиндустриалната епоха са съществено различни от реалностите в индустриалната епоха. Много са факторите, обусловили тези реалности, но два от тях имат водеща роля. Първият фактор е свързан с достигнатото равнище на благосъстояние, а вторият фактор е научно-техническият прогрес“ [1, с. 8].

Съобразявайки се с реалностите в бизнес средата, присъщи както за индустриалната, така и за постиндустриалната епоха, се предлага в ролята на едномерни признаци за характеризирани на вътрешната среда да се използват:

- производственото и технологичното оборудване;
- работната сила;
- работната заплата;
- организационната структура;
- контролът и отчетността;
- планирането на дейностите;
- конкурентоспособността на продуктите;
- равнището на производствените разходи;
- финансовото състояние на фирмата.

Дефинираните едномерни признаци характеризират отделни страни на бизнес средата. Систематизирани в съответствие с клъстерите на силите на бизнес средата, те се структурират като система от признаци. При определянето на системата от признаци е ползван въпросникът, по който се провежда ежегодното проучване по изследователския проект на тема „Изследване на бизнес средата в България“, финансиран от фонд НИД на УНСС.

Определянето на системата от признаци за характеризирани на явленията бизнес среда създава условия за нейното изучаване.

Включените в системата едномерни признаци характеризират отделни страни на бизнес средата.

При провеждане на анкетни проучвания едномерните признаци за бизнес средата се формулират като въпроси. За тяхното измерване обикновено се използва неметрирана скала.

Например:

Въпрос: Как преценявате цените на пазара, за които работи Вашата фирма?

Възможни отговори: много неизгодни, неизгодни, изгодни, много изгодни, без мнение.

Резултатите от конкретно анкетно проучване при отделните въпроси са относителните дялове на анкетираните дали съответен отговор (таблица 1).

Таблица 1.

Отговори на въпроса	Относителен дял на анкетираните
Много неизгодни	0,15
Неизгодни	0,38
Изгодни	0,27
Много изгодни	0,14
Без мнение	0,06

Как в тази ситуация да се получи еднозначно дефинирана количествена оценка за даден едномерен признак при конкретно анкетно проучване?

За целта се предлага от автора изчисляване на количествена характеристика за отделния едномерен признак, която се нарича нормирана бална оценка, по следната формула:

$$B = \frac{\sum_{i=1}^n b_i p_i}{b_{\max}}, \quad (1)$$

където:

B е нормираната бална оценка;

b_i – балната оценка на i -тия отговор на въпроса;

p_i – относителният дял на анкетираните, дали i -тия отговор на въпроса;

b_{\max} – максималната стойност на балната оценка.

Нормираната бална оценка е в граници от 0 до 1. Тя има:

- по-ниска стойност, когато преобладава гелът на негативните отговори;

- по-висока стойност, когато преобладава гелът на позитивните отговори.

Нормираната бална оценка се изчислява за всички едномерни признаци на бизнес средата. По този начин се получават обобщени оценки за всяка една характеристика на бизнес средата.

Стойностите на нормираната бална оценка при отделните едномерни признаци, изчислени за различни отрязъци от време, могат да се съпоставят. По този начин ще се установят промените в динамиката, които настъпват в съответната характеристика на бизнес средата. При едни признаци по-високата стойност на нормираната бална оценка означава подобряване, а по-ниската – влошаване. В същото време при други признаци по-високата стойност на нормираната бална оценка означава влошаване, а по-ниската – подобряване. Например данъчната тежест.

Количествената оценка за равнището на производния, респективно сложния признак като резултат на прехода от единичното към общото, се основава на числовите значения на едномерните признаци. Практическото ѝ изчисляване се осъществява чрез агрегиране на числовите значения на едномерните признаци, които в своето единство, т.е. като система, характеризират изследвания произведен, респективно сложен признак².

По принцип едномерните признаци в своето единство характеризират в задоволителна степен проявата на дадения произведен, респективно сложен признак. Претенции за изчерпателност не бива да се предявяват, защото винаги остава нещо неуловимо от системата от едномерни признаци [6, с. 55].

² Сложните и производните признаци се дефинират като многомерни признаци.

Във всяка конкретна ситуация реализацията на процеса на агрегиране изисква изясняването на два въпроса:

- първо, дали е целесъобразно включването на всички едномерни признаци;
- второ, с каква тежест едномерните признаци да участват в процеса на агрегиране.

Отговор и на двата въпроса дават известните в статистическата литература методи на многомерния статистически анализ за оценка на факторни влияния. С тяхна помощ могат да се определят както наборът от едномерни признаци, така и тежестта, с която те да участват в процеса на агрегиране.

Възможностите на тези методи относно определянето на обхвата на системата от признаци и количествената оценка за тяхната тежест в процеса на агрегиране не бива да се абсолютизират. Винаги получените резултати трябва да се съпровождат от качествен анализ, осъществяван от специалисти в съответната област. Дори нещо повече, в ситуации, когато те не задоволяват, предпочитание да се дава на експертни оценки.

В основата на определянето на обхвата на системата от едномерни признаци и тяхната тежест е информативността им по отношение на производния, респективно сложния признак. Едномерните признаци с по-голяма информативност имат по-голяма значимост по отношение на производния, респективно сложния признак от едномерните признаци с по-малка информативност³.

Изчисляването на обобщаващата числова характеристика за равнището на производния,

респективно сложния признак по изложения начин е възможно само при условие че количествените определения на значенията на едномерните признаци са в еднакви мерни единици. В случаите, когато са налице различия в абсолютните стойности на значенията на отделните признаци, те задължително се преодоляват или чрез редукцията им в единни мерни единици, или чрез превръщането на абсолютните величини, които са известни още като наименувани, в ненаименувани. За целта са известни различни подходи [2, с. 11].

Начинът на изчисляване на нормираната бална оценка по формула 1 осигурява получаването на числова стойност за B , която е ненаименувана величина. При това положение подходът за агрегиране на значенията на едномерните признаци, които характеризират отделни страни на бизнес средата, е приложим. Авторът предлага неговата реализация да се осъществи чрез аритметично осредняване на нормираните бални оценки за отделните характеристики (едномерни признаци) на бизнес средата. В резултат се получава обобщена нормирана бална оценка за бизнес средата като цяло. Изчисляването на обобщената нормирана бална оценка е съобразено с определени особености в проявлението на отделните същностни страни на бизнес средата. По-високата оценка на определени елементи на бизнес средата изразява по-благоприятни условия за развитие. В процеса на формиране на определена бизнес среда последните се класифицират като стимулатори за нейното развитие. В същото време по-ниската стойност на дадени елементи на бизнес средата изразява по-благоприятни условия за развитие (например данъчната ставка). Последните се класифицират като дестимулатори по от-

³ Когато се говори за информативност на едномерен признак, се има предвид не неговата числова стойност, а значимостта му по отношение на равнището на производния, респективно сложния признак. Последната се преопределя от това, какви страни на производния, респективно сложния признак характеризира този едномерен признак.

ношение на формирането на бизнес средата. В процеса на осредняването участват реалните оценки за елементите – стимулатори (B_j) и разликата от единица на оценките за елементите – дестимулатори ($1-B_j$).

При осредняването са възможни два подхода:

- Нормираните бални оценки за отделните страни на бизнес средата участват с еднаква тежест в процеса на осредняване.

$$Q_B = \frac{\sum_{j=1}^{N_1} B_j + \sum_{j=1}^{N_2} (1-B_j)}{N_1 + N_2}, \quad (2)$$

където:

Q_B – обобщената нормирана бална оценка;
 B_j – нормираната бална оценка за j -тия едностранен признак;
 N_1 – броят на елементите стимулатори;
 N_2 – броят на елементите дестимулатори.

- Нормираните бални оценки за отделните страни на бизнес средата участват с различна тежест в процеса на осредняване. Последната следва да се преопределя от значимостта на дадената същностна страна по отношение на бизнес средата. Както вече споменахме, въпросът за тежестта е решим. Той обаче е преди всичко в компетенциите на експерти от съответната предметна област.

$$Q_B = \sum_{j=1}^{N_1} B_j T_j + \sum_{j=1}^{N_2} (1-B_j) T_j, \quad (3)$$

където:

T_j – тежестта на нормираната бална оценка при j -тия признак.

Тежестта са дефинирани като относителни дялове. Те са в граници от 0 до 1. Сумата на тежестта е равна на 1.

На практика формули 2 и 3 може да се използват за пресмятане на обобщена норми-

рана бална оценка за бизнес средата като цяло, външната бизнес среда, макросредата, микросредата, вътрешната среда.

Както нормираната бална оценка, така и обобщената нормирана бална оценка може да бъдат представени в проценти, като се умножат по сто. Може би по този начин интерпретацията на тези обобщаващи характеристики ще бъде по-възприемлива.

Открояването на позитивни, респективно негативни страни на подхода на нормираната бална оценка за характеризирани на бизнес средата може да се осъществи най-добре на базата на съпоставянето му с друг подход за решаване на подобна задача.

Сред разгледаните подходи за характеризирани на бизнес средата в България се откроява бизнес изследването на НСИ.

В основата на показателя „Бизнес климат“ са балансите на отговорите при отделните въпроси.

В основата на обобщената нормирана бална оценка за бизнес средата са нормираните бални оценки по отделните въпроси.

За верификация на възможностите на предлагания от нас подход ще извършим сравнителен анализ на обобщените оценки за отделни въпроси при двата подхода.

① Балансът на отговорите се изчислява на основата на екстремалните стойности за деля на анкетираните при тристепенна скала на отговорите, т.е. не се взема предвид дялът на отговорилите, че няма промяна. Нормираната бална оценка се изчислява на основата на относителните дялове при всички отговори на въпроса. Затова най-напред ще сравним познавателните възможности на двете оценки при тристепенна скала на отговорите.

Да допуснем, че при анкетирането се е получило следното разпределение по отговорите на гаден въпрос (Вж. таблица 2).

В стойностите на оценките при двата подхода се наблюдават различия. Те са логични, защото методиките за тяхното изчисляване са различни. Но нека да проследим тези различия.

► При вариант **1** и вариант **2** балансът на отговорите има една и съща стойност. Балните оценки са също с еднаква стойност, различна от стойностите на баланса.

► При вариант **3** и вариант **4** балансът на отговорите има една и съща отрица-

телна стойност. Балните оценки са също с еднаква стойност, различна от стойностите на баланса и по-малка от стойността на балната оценка при вариант **1** и вариант **2**, когато преобладават позитивните отговори.

► При вариант **5** и вариант **6** балансът на отговорите има една и съща по-висока стойност от тази при вариант **1** и вариант **2**, защото в случая дялът на позитивните отговори е по-голям. Логично по-голяма е и стойността на балната оценка от тази при вариант **1** и вариант **2**, като и в двата варианта (вариант **5** и вариант **6**) също има една и съща стойност.

Таблица 2.

Вариант	Отговори	Дял в %	Баланс в %	Бална оценка в %
1	Лошо	10	+ 5	68,3
	Без промяна	75		
	Добро	15		
2	Лошо	20	+ 5	68,3
	Без промяна	55		
	Добро	25		
3	Лошо	20	-5	65,0
	Без промяна	65		
	Добро	15		
4	Лошо	25	-5	65,0
	Без промяна	55		
	Добро	20		
5	Лошо	10	+ 10	70,0
	Без промяна	70		
	Добро	20		
6	Лошо	20	+ 10	70,0
	Без промяна	50		
	Добро	30		
7	Лошо	20	-10	63,3
	Без промяна	70		
	Добро	10		
8	Лошо	30	-10	63,3
	Без промяна	50		
	Добро	20		

► При Вариант 7 и Вариант 8 балансът на отговорите има една и съща отрицателна стойност. Балните оценки са също с еднаква стойност, различна от стойностите на баланса и по-малка от стойността на балната оценка при Вариант 5 и Вариант 6, когато преобладават позитивните отговори.

В разгледаните ситуации се констатира еднопосочни различия в зависимост от носителните дълове и при двата подхода.

② Балансът на отговорите се изчислява при тристепенна скала на отговорите на въпроса. За изчисляването на нормираната бална оценка няма ограничения за броя на определенията (степените) на скалата (вж. таблица 3).

Балансът на отговорите и в двата Варианта има една и съща стойност, а балната оценка – различни стойности. При Вариант 2 балната оценка има по-ниска стойност, защото дялът на негативните оценки (много лошо и лошо) е 25,0 %, докато във Вариант 1 той е 15,0 %.

Идеята в случая е не толкова да се изтъкнат предимствата и недостатъците на разгледаните подходи, а да се апробира възможността на предлагания от нас подход като адекватна характеристика за количествено

измерване на изследвани явления, независимо от броя на определенията на номиналната, респективно ординалната скала, използвана за тяхното оценяване.

Литература

1. Манов, В., Новата парадигма на диалога фирма-обкръжаваща среда, сп. „Икономически алтернативи“, С., 2/2005.
2. Мишев, Г., Квантификация на многомерни признаци, С., Научни трудове на УНСС, 3/1992.
3. Morrison, Janet, The International Business Environment, 2002.
4. Robbins, S. P., Essentials of Organisational Behaviors, Prentice Hall, Hemel Hempstead, 1992.
5. Христов, Ст., Стратегически маркетинг в организацията, С., Университетско издателство „Слопанство“, С., 2001.
6. Ягов, В., Социологическое исследование, М., Наука, 1972.
7. www.nsi.bg
8. www.stat.bg
9. www.b2b.bia-bg.com
10. www.econ.bg **ИА**

Таблица 3.

Вариант	Отговори	Дял в %	Баланс в %	Бална оценка в %
1	Много лошо	5	+ 15	67,0
	Лошо	10		
	Без промяна	50		
	Добро	15		
2	Много добро	20	+ 15	65,0
	Много лошо	5		
	Лошо	20		
	Без промяна	40		
	Добро	15		
	Много добро	20		