

ристика, която да е достатъчна за характеризирането на бизнес цикъла. Това е всъщност основната причина за наличието на съставните индикатори на бизнес цикъла. Втората причина е, че в отделните компоненти на тези индикатори съществуват много и понякога големи грешки на измерванията, особено в предварителните данни. Ако се приеме, че тези грешки са независими една от друга, то по-разумно е изводите да се базират на повече от един показател. Третата причина е възможността да се увеличат чувствително прогнозните възможности, като се намали относителният дял на чисто случайните отклонения. Това е така, защото отделните компоненти имат тенденцията да реагират не само на цикличните колебания, но и на влияния от различен характер. Чрез комбинирането на тези компоненти в един съставен индикатор част от този "шум" се елиминира, т.е. новият индикатор е доста по-гладък от съставлящите го елементи и това го прави особено полезен за определяне на повратните точки на цикъла. Освен това дори пълен провал на един компонент на индикатора няма да доведе до провал на цялата система.

СЪСТАВНИ ИНДИКАТОРИ Основна задача на всяко статистическо изследване е измерването на явлението - обект на изследване. Съставните индикатори се състоят от множество компоненти или показатели. Основните показатели за бизнес цикъла могат да се класифицират в две основни групи. Първо, по отношение на посоката на действие те могат да бъдат проциклични (засилват цикъла) и противоциклични (забавят цикъла), като естествено има и такива, които не са чувствителни към бизнес цикъла, или са ациклични. Второ, по отношение на времето спрямо повратните точки на бизнес цикъла индикаторите биват водещи (изпреварващи цикъла), едновременни (съвпадащи по време с цикъла) и последващи (следват цикъла с определен лаг).

Изборът на компоненти за включване в един съставен индикатор е доста труден и продължителен процес, тъй като съществуват данни за множество сходни по характер и качества показатели. При това не е достатъчно показателят да бъде много добре теоретично обоснован, защото дори и най-добре дефинираният показател е практически неизползваем, ако например не се публикува периодично, в повечето случаи месечно. Критериите за избор на компоненти за един съставен индикатор са дефинирани в литературата (Zarnowitz, 1992; Zarnowitz, Boschan, 1975) и са разглеждани на друго място (Веселинов, 2001).

Прогнозирането, основано на бизнес индикаторите, има дълга история и понастоящем този процес е разпространен широко по света. Филосо-