

© 2025 Сочинский государственный университет



Издается в Российской Федерации с 2007 г.  
Социально-экономическое пространство регионов  
Все права защищены  
ISSN: 2949-3943  
2025. 19(1): 13-19

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



УДК 336.67

## Неценовые факторы в системе анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Алла Юрьевна Баранова<sup>а, \*</sup>, Александр Геннадьевич Тесля<sup>а</sup>

<sup>а</sup> Сочинский государственный университет, г. Сочи, Российская Федерация

**Аннотация.** Анализ финансово-хозяйственной деятельности является необходимым инструментом в системе управления предприятием, поскольку он является основой для своевременного устранения проблем и разработки генеральной стратегии организации. Умение оценивать факторы, влияющие на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, позволяет собственникам и менеджерам принимать квалифицированные решения по снижению рисков и повышению прибыли. Междисциплинарность экономических исследований последних лет является результатом осознания высокой роли психологических и социально-культурных факторов в принятии решений, которые ранее расценивались как сугубо экономические. Поэтому актуальным становится исследование влияния неценовых факторов потребительского поведения на финансовые показатели деятельности предприятия. Причина подобной актуальности заключается в том, что в современных условиях потребительский спрос служит основным локомотивом развития деятельности хозяйствующего субъекта.

Если в классической экономической теории модели анализа поведения потребителя рассматривают индивида как чисто рационального человека и практически не уделяют внимания эмоциональным аспектам при описании процессов принятия решений, то в XX веке такой подход ставится под сомнение.

Цель настоящего исследования заключается в систематизации основных поведенческих моделей потребителей, что целесообразно учитывать при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

В статье на основе понятийного аппарата анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия определено, что современные экономисты все факторы, влияющие на деятельность предприятия, подразделяют на внутренние (материальные, трудовые, финансовые ресурсы, организационная структура и др.) и внешние (политическая ситуация, экономический кризис, поставщики и конкуренты, законодательство и др.), оставляя без внимания иррациональное поведение потребителей. Объектом исследования являются неценовые факторы, влияющие на совершение покупки индивидуумом.

**Ключевые слова:** анализ, финансово-хозяйственная деятельность, ценовые и неценовые факторы, модели поведения.

### 1. Введение

В XX веке психологи А. Тверски и Д. Канеман, экономист Т. Веблен и др. приходят к выводу о том, что каждый индивид принимает решения, основываясь не столько на логических заключениях и ценовых изменениях товара, сколько под влиянием эмоций,

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [baranovalla-77@mail.ru](mailto:baranovalla-77@mail.ru) (А.Ю. Баранова)

общественного мнения, а также на основании моральных принципов и убеждений. Если при рациональном поведении потребитель товаров (услуг) рассчитывает получить наибольшую выгоду при наименьших затратах, то есть ориентируется на ценовые характеристики, то при иррациональном поведении ценовые факторы уходят на последнее место.

Пока представители бизнеса традиционно осуществляют анализ финансово-хозяйственной деятельности своего предприятия с точки зрения рационального подхода, потребители своими эмоциями и убеждениями задают тон новым способам продаж товаров и услуг.

Цель настоящего исследования заключается в систематизации основных поведенческих моделей потребителей, что целесообразно учитывать при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Предметом исследования являются поведенческие модели потребителей.

Объект исследования – неценовые факторы, влияющие на совершение покупки.

Теоретические основы исследования базируются на трудах отечественных и зарубежных ученых. Данные труды посвящены анализу финансово-хозяйственной деятельности, исследованию поведения потребителей, а также изучению данных официальной статистики.

**Научная новизна** заключается в обобщении поведенческих моделей потребителей с учетом неценовых факторов, что послужит рекомендацией для маркетинговых и экономических служб при оценке финансово-хозяйственной деятельности.

## 2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы труды зарубежных авторов, заложивших основу изучения иррационального поведения потребителей. Задействованы публикации и отечественных авторов по теме анализа финансово-хозяйственной деятельности.

При проведении исследования применялись аналитический и сравнительный методы.

## 3. Обсуждение

Под анализом финансово-хозяйственной деятельности организаций авторы понимают:

- 1) Оценку структуры активов и пассивов организации (Забигулин, Козловская, 2020: 75);
- 2) Комплекс аналитических материалов и мероприятий, способствующих выявлению проблем при функционировании организации и принятию грамотных управленческих решений (Зверева, Тлеухов, 2022: 110; Кириллова и др., 2024: 198; Andreev, Borisova, 2020);
- 3) Метод познания, основанный на расчленении исследуемого объекта на составные части и изучении их взаимосвязей (Абдулкадыров и др., 2022: 21).

Современные экономисты все факторы, влияющие на деятельность предприятия, подразделяют на внутренние (материальные, трудовые, финансовые ресурсы, организационная структура и др.) и внешние (политическая ситуация, экономический кризис, поставщики и конкуренты, законодательство и др.). Важнейшими показателями, характеризующими финансово-экономическую деятельность предприятия, с точки зрения перечисленных авторов, являются выручка, прибыль, расходы, обязательства (Жиганова, Ярмулина, 2022).

Коммерческие организации, производящие продукцию или оказывающие услуги, ориентированы на спрос. Поэтому, кроме ценовых факторов, влияющих на количество потребляемых товаров (услуг), целесообразно выделить неценовые факторы.

Например, авторы Ю.В. Пальчикова и С.Л. Сазанова в связи с этим выделяют социальные тренды, которые формируются под влиянием:

- Роста или снижения доходов граждан, когда происходит замещение дорогих товаров дешевыми и наоборот;
- Моды, ориентированной на конкретные бренды, стиль, экологичность и безопасность товаров, здоровый образ жизни и др.;
- Скорость жизни, когда людям с целью экономии времени необходимы легкие перекусы, готовые решения в еде, покупка товаров на маркетплейсах и т. п. (Пальчикова, Сазанова, 2023: 108-116).

Я.В. Шокин в своем исследовании доказал, что суммарная оценка полезности блага индивидом распадается на две составляющих: прагматическую (где отражаются ценовые факторы) и поведенческую (характеризующуюся неценовыми факторами) (Шокин, 2015: 44).

Даниэл Канеман в теории перспектив привел ряд постулатов об иррациональном поведении индивида:

- Решения о покупке ситуативны и зависят от текущих эмоций;
- Негативные эмоции всегда тяжелее и переживаются в 2,5 раза интенсивнее;
- При совершении крупной покупки индивид теряет чувствительность к расходам и продолжает совершать дорогие приобретения и др. (Канеман, 2022).

Т. Веблен отметил рост спроса на товары при сильном увеличении цен, тем самым выделив класс людей под названием «праздный» (Веблен, 1984).

#### 4. Результаты

Систематизация основных поведенческих моделей потребителей представлена в Таблице 1.

**Таблица 1.** Систематизация основных поведенческих моделей потребителей

Наименование поведенческих моделей потребителей	Неценовой фактор	Ценовой диапазон благ	Объем продаж
Капризный потребитель	Спонтанная покупка	Любой	Любой
Шопоголик	Приобретение вещей как хобби	Любой	Любой
Праздный класс	Совершение дорогой покупки (товары роскоши)	Очень высокий	Низкий
Современный человек	Совершение и потребление покупки быстро	Любой	Любой
Потребитель, прислушивающийся к чужому мнению	Совершение покупки после прочтения отзывов	В зависимости от количества отрицательных или положительных отзывов	В зависимости от количества отрицательных или положительных отзывов
Осторожный потребитель	Совершение покупок строго по необходимости	Низкий	Низкий

Источник: составлено авторами

Основным источником информации для анализа финансово-хозяйственной деятельности традиционно является финансовая (бухгалтерская) отчетность, поэтому при факторном анализе учитываются итоговые показатели. С целью выявления поведенческих моделей потребителей необходимо отслеживать не только число совершенных покупок, но и количество пришедших покупателей. Часто для выявления потребностей и желаний потребителей применяют анкетирование. Например, обследование потребительских ожиданий населения ежегодно проводят органы государственной статистики. Часть этих данных представлена в Таблицах 2 и 3. Анкета содержит вопросы о субъективном мнении респондента, о его личных желаниях, о его возможностях и сбережениях.

Данные Таблицы 2 свидетельствуют о том, что на протяжении последних четырех лет после пандемии потребители одинаково положительно и отрицательно оценивают условия для совершения крупных покупок (46,4 % в 2024 г.). Можно предположить, что покупатели подвержены сиюминутным покупкам.

**Таблица 2.** Оценка благоприятных условий для крупных покупок (%)

Годы	Всего	Варианты ответов					
		Очень благоприятные	Скорее благоприятные, чем неблагоприятные	Одинаково благоприятные и неблагоприятные	Скорее неблагоприятные, чем благоприятные	Неблагоприятные	Затрудняюсь ответить
2021	100	0,6	8,0	35,4	35,5	19,3	1,3
2022	100	0,6	8,4	36,5	36,5	18,0	1,2
2023	100	1,1	12,1	31,9	31,9	13,4	0,8
2024	100	0,9	11,9	46,4	28,5	11,6	0,7

Источник: Росстат, 2024

**Таблица 3.** Оценка благоприятных условий для формирования сбережений (%)

Годы	Всего	Варианты ответов					
		Благоприятные	Скорее благоприятные, чем неблагоприятные	Одинаково благоприятные и неблагоприятные	Скорее неблагоприятные, чем благоприятные	Неблагоприятные	Затрудняюсь ответить
2021	100	5,1	33,3	36,8	22,7	1,5	0,6
2022	100	0,6	7,4	37,1	34,9	19,1	0,9
2023	100	0,7	9,3	38,5	34,5	16,1	0,9
2024	100	1,3	13,1	40,7	31,5	12,4	1,0

Источник: Росстат, 2024

По данным [Таблицы 3](#) можно сделать вывод о желании потребителей формировать сбережения, что в будущем приведет к совершению ими крупных покупок.

## 5. Заключение

По результатам данного исследования приходим к выводу о том, что проблема оценки и соизмерения неценовых факторов является одной из наиболее востребованных областей для анализа в современной экономической науке с целью принятия правильных управленческих решений. Необходимость решения данной проблемы ставит перед исследователями задачи применения современных методов обработки информации. Таким образом, под анализом финансово-хозяйственной деятельности предприятия следует понимать оценку структуры активов и пассивов, конечных результатов деятельности, финансовую устойчивость и вероятные признаки несостоятельности с учетом ценовых и

неценовых факторов влияния. Развитие экономики потребления требует пересмотра ряда ключевых методологических принципов анализа финансово-хозяйственной деятельности.

### Литература

**Абдулкадыров и др., 2022** – *Абдулкадыров У.У., Садилова А.Б., Зелимханова Н.З.* Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности в системе управления предприятием // *Вестник Академии знаний.* 2022. №3 (50). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-analiza-finansovo-hozyaystvennoy-deyatelnosti-v-sisteme-upravleniya-predpriyatiem>

**Веблен, 1984** – *Веблен Т.* Теория «праздного класса». [Электронный ресурс]. URL: [msrabota.ru/content/book\\_docs/teoriya\\_prazdnogo](https://msrabota.ru/content/book_docs/teoriya_prazdnogo)

**Жиганова, Ярмуллина, 2022** – *Жиганова Н.В., Ярмуллина А.С.* Влияние внешних и внутренних факторов на финансово-хозяйственную деятельность // *Скиф.* 2022. №12 (76). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshnih-i-vnutrennih-faktorov-na-finansovo-hozyaystvennuyu-deyatelnost>

**Забигулин, Козловская, 2020** – *Забигулин А.В., Козловская З.Н.* Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Минск: МИТСО, 2020. С. 74-77. [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.mitso.by/bitstream/edoc/1068/1/>

**Зверева, Тлехугов, 2022** – *Зверева Е. В., Тлехугов И. М.* Методы экономического анализа как инструменты проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук.* 2022. №5-4. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-ekonomicheskogo-analiza-kak-instrumenty-provedeniya-analiza-finansovo-hozyaystvennoy-deyatelnosti-predpriyatiya>

**Канеман, 2022** – Иррациональное в нас. Теория перспектив Д. Канемана. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.b17.ru/article/irratsionalnoe\\_v\\_nas\\_teoriya\\_perspektiv/](https://www.b17.ru/article/irratsionalnoe_v_nas_teoriya_perspektiv/)

**Кириллова и др., 2024** – *Кириллова В.В., Шаравин В.О., Ежова М.Г.* К вопросу об анализе финансово-хозяйственной деятельности современного предприятия цветной металлургии // *Вестник Академии знаний.* 2024. №2 (61). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-analize-finansovo-hozyaystvennoy-deyatelnosti-sovremennogo-predpriyatiya-tsvetnoy-metallurgii>

**Население...** – Население. Уровень жизни. Потребительские ожидания населения. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>

**Пальчикова, Сазанова, 2023** – *Пальчикова Ю.В., Сазанова С.Л.* Актуальные неценовые факторы поведения потребителя // *Путеводитель предпринимателя.* 2023. Т. 16. №. 3. С. 108-116.

**Шокин, 2015** – *Шокин Я.В.* Методологические основы анализа неценовых факторов принятия потребительских решений: специальность 08.00.01 "Экономическая теория": автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. М., 2015.

**Andreev, Borisova, 2020** – *Andreev V.D., Borisova T.G.* The Essence of Risk-Oriented Approach in Supervisory Activity and the Possibility of Its Implementation in Tourism // *Sochi Journal of Economy.* 2020. 14(1): 13-22.

### References

**Abdulkadyrov i dr., 2022** – *Abdulkadyrov, U.U., Sadilova, A.B., Zelimkhanova, N.Z.* (2022). Rol' analiza finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti v sisteme upravleniya predpriyatiem [The role of analysis of financial and economic activities in the Enterprise Management System]. *Vestnik Akademii znaniy.* 3(50). [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-analiza-finansovo-hozyaystvennoy-deyatelnosti-v-sisteme-upravleniya-predpriyatiem> [in Russian]

**Veblen, 1984** – *Veblen, T.* (1984). Teoriya «prazdnogo klassa» [Theory of the "leisure class"]. [Electronic resource]. URL: [msrabota.ru/content/book\\_docs/teoriya\\_prazdnogo](https://msrabota.ru/content/book_docs/teoriya_prazdnogo) [in Russian]

**Zhiganova, Yarmullina, 2022** – *Zhiganova, N.V., Yarmullina, A.S.* (2022). Vliyanie vneshnikh i vnutrennikh faktorov na finansovo-khozyaistvennuyu deyatelnost' [The influence of external and internal factors on financial and economic activity]. *Skif.* 12(76). [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshnih-i-vnutrennikh-faktorov-na-finansovo-hozyaystvennuyu-deyatelnost> [in Russian]

**Zabigulin, Kozlovskaya, 2020** – *Zabigulin, A.V., Kozlovskaya, Z.N.* (2020). Analiz finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti predpriyatiya [Analysis of financial and economic activity of the enterprise]. Минск: МИТСО. Pp. 74-77. [Electronic resource]. URL: <http://elib.mitso.by/bitstream/edoc/1068/1/> [in Russian]

Zvereva, Tlekhugov, 2022 – Zvereva, E.V., Tlekhugov, I.M. (2022). Metody ekonomicheskogo analiza kak instrumenty provedeniya analiza finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti predpriyatiya [Methods of economic analysis as tools for analyzing the financial and economic activities of an enterprise]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk*. 5-4. [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-ekonomicheskogo-analiza-kak-instrumenty-provedeniya-analiza-finansovo-hozyaistvennoy-deyatelnosti-predpriyatiya> [in Russian]

Kaneman, 2022 – Irratsional'noe v nas. Teoriya perspektiv D. Kanemana [The irrational in D. Kahneman's prospect theory]. [Electronic resource]. URL: [https://www.b17.ru/article/irratsionalnoe\\_v\\_nas\\_teoriya\\_perspektiv/](https://www.b17.ru/article/irratsionalnoe_v_nas_teoriya_perspektiv/) [in Russian]

Kirilova i dr., 2024 – Kirillova, V.V., Sharavin, V.O., Ezhova, M.G. (2024). K voprosu ob analize finansovo-khozyaistvennoi deyatelnosti sovremennogo predpriyatiya tsvetnoi metallurgii [On the issue of analyzing the financial and economic activities of a modern non-ferrous metallurgy enterprise]. *Vestnik Akademii znaniy*. 2 (61). [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-analize-finansovo-hozyaistvennoy-deyatelnosti-sovremennogo-predpriyatiya-tsvetnoy-metallurgii> [in Russian]

Naselenie... – Naselenie. Uroven' zhizni. Potrebitel'skie ozhidaniya naseleniya [Population. Standard of living. Consumer expectations of the population]. [Electronic resource]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> [in Russian]

Pal'chikova, Sazanova, 2023 – Pal'chikova, Yu.V., Sazanova, S.L. (2023). Aktual'nye netsenovye faktory povedeniya potrebitelya [Current non-price factors of consumer behavior]. *Putevoditel' predprinimatel'ya*. 16(3): 108-116. [in Russian]

Shokin, 2015 – Shokin, Ya.V. (2015). Metodologicheskie osnovy analiza netsenovykh faktorov prinyatiya potrebitel'skikh reshenii: spetsial'nost' 08.00.01 "Ekonomicheskaya teoriya": avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoi stepeni doktora ekonomicheskikh nauk [Methodological foundations of the analysis of non-price factors of consumer decision-making: specialty 08.00.01 "Economic Theory": abstract of a dissertation for the degree of Doctor of Economics]. Moskva. [in Russian]

Andreev, Borisova, 2020 – Andreev, V.D., Borisova, T.G. (2020). The Essence of Risk-Oriented Approach in Supervisory Activity and the Possibility of Its Implementation in Tourism. *Sochi Journal of Economy*. 14(1): 13-22.

UDC 336.67

## Non-Price Factors in the System of Analysis of Financial and Economic Activities of the Enterprise

Alla Yu. Baranova<sup>a,\*</sup>, Alexander G. Teslya<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Sochi, Russian Federation

### Abstract

Analysis of financial and economic activities is a necessary tool in the enterprise management system, since it is the basis for timely elimination of problems and the development of a general strategy of the organization. The ability to assess factors affecting the results of the financial and economic activities of the enterprise allows owners and managers to make qualified decisions to reduce risks and increase profits. The interdisciplinarity of economic research in recent years is the result of an awareness of the high role of psychological and socio-cultural factors in decision-making, which were previously regarded as purely economic. Therefore, the study of the influence of non-price factors of consumer behavior on the financial performance of the enterprise becomes relevant. The reason for this relevance is that in modern conditions, consumer demand serves as the main locomotive for the development of the activities of an economic entity.

If in classical economic theory models of analyzing consumer behavior consider an individual as a purely rational person and practically do not pay attention to emotional aspects when describing decision-making processes, then in the 20th century this approach is called into question.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [baranovalla-77@mail.ru](mailto:baranovalla-77@mail.ru) (A.Yu. Baranova)

The purpose of this study is to systematize the main behavioral patterns of consumers, which is advisable to take into account when analyzing the financial and economic activities of the enterprise.

The article, based on the conceptual framework for analyzing the financial and economic activities of an enterprise, determines that modern economists divide all factors affecting the activities of an enterprise into internal (material, labor, financial resources, organizational structure, etc.) and external (political situation, economic crisis, suppliers and competitors, legislation, etc.), ignoring the irrational behavior of consumers. The object of the study was non-price factors affecting the purchase of an individual.

**Keywords:** analysis, financial and economic activity, price and non-price factors, behavior models.