



Столыпинский

вестник

Научная статья

Original article

УДК 331

**ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ  
ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
FEATURES OF THE BEHAVIORAL STRATEGY OF  
INTRA-CORPORATE MANAGEMENT**

**Ян Чжаона**, Аспирант, Высшая школа промышленной политики и предпринимательства, Российский университет дружбы народов, специальность: менеджмент

**Yang Zhaona**, Postgraduate student, Higher School of Industrial Policy and Entrepreneurship, Peoples' Friendship University of Russia, specialty: Management

*Аннотация.* В статье рассмотрены понятие и существенные характеристики поведенческой стратегии внутрикорпоративного менеджмента. Сделан акцент на анализе особенностей данных стратегий с позиций внутрикорпоративного менеджмента. Обращено внимание на типологию поведенческих стратегий с приведением конкретных примеров.

*Annotation.* The article considers the concept and essential characteristics of the behavioral strategy of intra-corporate management. Emphasis is placed on the analysis of the features of these strategies from the standpoint of internal corporate management. Attention is drawn to the typology of behavioral strategies with specific examples.

**Ключевые слова:** внутрикорпоративный менеджмент, поведение, менеджмент, стратегия, управление

**Key words:** intracorporate management, behavior, management, strategy, management

К настоящему времени в менеджменте разработано большое количество проверенных, апробированных на практике моделей для управления и измерения большинства параметров достижения целей и решения задач. Вместе с тем, управление поведением в контексте внутрикорпоративного менеджмента достаточно сложно поддаётся количественным или хронологическим измерениям. Процесс управления поведением нуждается в выработке особых подходов к формированию стратегий.

Следует отметить, что управление поведением представляет собой процесс, в ходе которого направляют и мотивируют людей вести себя определенным образом в конкретных условиях. По замечанию Е.А. Шебуняевой, А.В. Долгова, с позиций внутрикорпоративного менеджмента суть управления поведением проявляется в том, чтобы поощрять персонал согласовывать его поведение с этикой, а также ценностями компании [5, с. 225].

Процесс управления поведением представлен не только исправлением ошибок либо проступков. В действительности, чрезмерное сосредоточение внимания на негативе способно повлечь за собой усиление враждебности и акцентирование на оборонительной позиции. Взамен этому целесообразно прибегать к постановкам целей и наблюдениям – для того, чтобы вознаградить положительное поведение, разработать взаимно согласованные планы действий на пути достижения формулируемых целевых ориентиров.

В соответствии с современными представлениями, в рамках внутрикорпоративного менеджмента поведенческие стратегии объединяют

социальную и когнитивную психологию с концептуальной базой и практикой стратегического управления [1, с. 322]. Поведенческие стратегии, в первую очередь, ориентированы на то, чтобы привнести реалистичные предположения о человеческом познании, социальном поведении, а также эмоциях в систему стратегического управления хозяйствующими субъектами.

Поведенческие стратегии сочетают в себе знания из экономики, менеджмента, психологии, неврологии; благодаря такому комплексу представляется возможность понять, каким образом люди и хозяйствующие субъекты принимают решения и действуют. В данной сфере исследуется, как человеческие эмоции, разного рода предубеждения, когнитивные ограничения способны оказывать воздействия на процессы принятия решений и каким образом люди могут преодолевать препятствия на пути достижения желаемых эффектов.

С позиций внутрикорпоративного менеджмента поведенческие стратегии могут помочь конкретным лицам и компаниям принимать более обоснованные и результативные управленческие решения, принимая в учёт человеческое поведение и трудности принятия тех или иных решений.

Базовыми целями разработки и реализации поведенческих стратегий в рамках внутрикорпоративного менеджмента являются оценка и оптимизация трудовой культуры хозяйствующего субъекта для улучшения производительности персонала и формирования благоприятной рабочей среды, которая способна привлекать и удерживать лучшие таланты.

В соответствии с данными целями в увязке с поведенческими стратегиями применяются различные варианты вмешательств во внутрикорпоративном менеджменте. Так, по замечанию В.К. Назимко, Е.В. Кудиновой, принято выделять предшествующие вмешательства, ориентированные на то, чтобы оказать влияние на чьи-то действия до того, как данные действия будут совершены, и вмешательства, сопряжённые с

последствиями (эти вмешательства предпринимаются после и по итогам чьих-либо действий) [4, с. 320].

Использование методологии поведенческих стратегий в системе внутрикорпоративного менеджмента может обеспечить далеко идущие результаты для хозяйствующих субъектов, включая улучшения в таких сферах, как:

- производительность персонала;
- удержание кадров;
- выстраивание отношений с клиентами;
- стандартизация качества;
- обеспечение обратной связи;
- культурные интеграции;
- безопасность, а также снижение количества, тяжести несчастных случаев;
- моральные аспекты [3, с. 107].

Для того, чтобы отслеживать и анализировать вмешательства, специалисты по поведенческим стратегиям должны разработать соответствующие системы измерений. По замечанию О.А. Ивановой, руководителям хозяйствующих субъектов либо кому-либо еще, кто будет применять эти данные, необходим точный и надёжный инструментарий, позволяющий регистрировать цели и результаты. Качественная система измерений будет принимать в учёт текущее поведение, результаты и обеспечивать базовое измерение, которое может выступать в качестве средства контроля для определения эффективности конкретных вмешательств [2, с. 89].

Также целесообразно обратиться к типологии поведенческих стратегий. Можно выделить следующие варианты:

1. Подталкивание – стратегия, ориентированная на то, чтобы позитивно повлиять на поведение людей, не накладывая ограничений на их свободу выбора. Данный тип стратегии концептуализирован экономистом Р.

Талером и ученым-правоведом К. Санстейном. В качестве примеров выступают:

- обратная связь;
- социальные нормы;
- упрощение принятия решения;
- фрейминг (речь идёт о способах подачи информации).

В целом подталкивание относится к категории достаточно мощных инструментов, применяемых для поощрения позитивных изменений в поведении.

2. Геймификация – стратегия, в рамках которой применяются элементы игрового дизайна в неигровых контекстах, таких, как маркетинг, образование либо взаимодействие на рабочем месте. В качестве примеров выступают:

- награды;
- конкуренция;
- социальное влияние.

В системе поведенческих стратегий геймификация результативно вовлекает людей и мотивирует их выполнять задачи либо демонстрировать ожидаемое поведение.

3. Стимулы. Представляют собой награды либо наказания, которые применяются с целью побудить конкретных лиц или коллективы действовать по определённой схеме. Стимулы представляется возможным использовать в качестве поведенческой стратегии, чтобы оказывать воздействие на поведение людей, а также формировать его. В качестве примеров можно привести:

- финансовое вознаграждение;
- продвижение по службе;
- общественное одобрение либо порицание.

В отношении стимулов должны действовать определённые принципы. К ключевым из них относятся релевантность, ясность, последовательность, своевременность.

Таким образом, поведенческие стратегии являются одним из важнейших элементов в рамках внутрикорпоративного менеджмента, они активно применяются в контексте предпринимательства и управления, позволяя хозяйствующим субъектам оптимизировать их процессы принятия решений и добиться повышения показателей общей производительности. Это включает в себя обнаружение предубеждений, которые способны оказать воздействие на поведение персонала либо клиентов, проработку стимулов, посредством которых поощряется желаемое поведение, или применение подходов, базирующихся на данных для прогнозирования поведения и воздействия на него.

#### **Использованные источники:**

1. Буймова К.А. Влияние организационной культуры на поведение персонала / К.А. Буймова, А.А. Илющенко, А.А. Канина // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – № 49. – С. 321-326.
2. Иванова О.А. Коммуникации в менеджменте: стратегия поведения руководителя в направлении конструктивного диалога / О.А. Иванова // Modern Science. – 2021. – № 2-2. – С. 87-90.
3. Камнева Е.В. Внедрение гибких практик в контексте организационного поведения персонала / Е.В. Камнева, Н.А. Щербаков // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 8. – С. 103-112.
4. Назимко В.К. Модели поведения персонала и их возрастающая роль в теории и практике менеджмента / В.К. Назимко, Е.В. Кудинова // Экономика промышленности. – 2021. – Т. 14. – № 3. – С. 317-325.
5. Шебуняева Е.А. Мониторинг мотивации и поведения персонала организации / Е.А. Шебуняева, А.В. Долгов // Управление и общество: развитие человеческого капитала региона. Материалы XV

Всероссийской научно-практической конференции. – Тамбов: 2021. – С. 224-227.

**Used sources:**

1. Buymova K.A. Influence of organizational culture on personnel behavior / K.A. Buymova, A.A. Ilyushchenko, A.A. Kanina // Innovations. The science. Education. - 2022. - No. 49. - P. 321-326.
2. Ivanova O.A. Communications in management: strategy of leader's behavior in the direction of constructive dialogue / O.A. Ivanova // Modern Science. - 2021. - No. 2-2. - S. 87-90.
3. Kamneva E.V. Implementation of flexible practices in the context of organizational behavior of personnel / E.V. Kamneva, N.A. Shcherbakov // Problems of theory and practice of management. - 2020. - No. 8. - P. 103-112.
4. Nazimko V.K. Models of personnel behavior and their increasing role in the theory and practice of management / V.K. Nazimko, E.V. Kudinova // Economics of Industry. - 2021. - T. 14. - No. 3. - S. 317-325.
5. Shebunyaeva E.A. Monitoring of motivation and behavior of the personnel of the organization / E.A. Shebunyaeva, A.V. Dolgov // Management and society: development of human capital in the region. Materials of the XV All-Russian Scientific and Practical Conference. - Tambov: 2021. - S. 224-227.

© Ян Чжаона, 2023 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №3/2023

**Для цитирования:** Ян Чжаона ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА// Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №3/2023