

**БЕРЕЗОВСКАЯ Д.К.**  
**СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ**  
**СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Студент КузГТУ, г. Кемерово  
Научный руководитель В. Г. Михайлов, к.т.н., доцент

Природопользование - один из самых сложных объектов управления, который находится на стыке взаимодействия естественных и общественных процессов. Отсюда - чрезвычайно важная роль научного обоснования управленческих решений на всех уровнях управления природопользованием.

В управлении природопользованием используют различные стимулирующие методы воздействия на коллективы предприятий и организаций, отдельных работников и население страны. Среди них наиболее широко распространены административно-правовые, организационные, экономические и социально-психологические методы стимулирования, которые в управлении природопользованием должны применяться комплексно[3].

В современных условиях возрастает роль социально-психологических методов управления природопользованием, которые представляют собой систему средств социального и психологического воздействия с целью обеспечения благоприятных климатических условий проживания человека, снижения заболеваемости населения, увеличения продолжительности жизни людей и способности их к труду, сохранения эстетической ценности природных ландшафтов, заповедных зон.

Для этих методов отсутствуют четкие нормы, а их создание и использование несет в себе творческий характер. Если рассматривать практику использования социально-психологических методов стимулирования природопользованием и полученные результаты, то одним из главных методов данной группы будет являться использование экологической маркировки.

Экологическая маркировка – графическое отображение комплекса сведений экологического характера о товаре или услуге, означающее, что продукция оказывает меньшее воздействие на окружающую среду, чем аналогичные товары и/или произведена с применением экологически оптимальных технологий. Экологическую маркировку можно определить и как инструмент экологического маркетинга[1]. В настоящее время спрос на наносящие минимальный ущерб окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла товары и услуги в мире увеличивается, что подтверждают исследования роста рынка экопродукции, числа зарегистрированных торговых марок, позиционирующих себя как экологичные, запросов на экологичные товары в сети Интернет.

На основании данного исследования было выяснено, что 78 % из опрошенных респондентов (пользователей популярной социальной сети, возраст которых варьируется от 20 до 27 лет) отдадут предпочтение экологически лицензированной продукции, даже если она будет дороже на 10-15 % эквивалента без экомаркировки. Следовательно, использование экологической маркировки стимулирует покупателей приобретать экологически чистые товары. Такая тенденция, в свою очередь, стимулирует производителя подвергать экомаркировке свою продукцию. Также, по мнению специалистов, основными стимулами участия производителей продукции и услуг в программах экологической маркировки становятся усиление рыночных позиций и повышение конкурентоспособности компаний. Выгоды, которые получает предприятие (организация), прошедшее сертификацию на право использования знака экологической маркировки, следующие:

- уменьшается количество отходов в связи с переориентированием процессов на малоотходные технологии;
- сокращаются транспортные расходы путем проработки логистических схем с позиции экологизации;
- появляется возможность льгот, предусмотренных законодательством для экологически ответственных предприятий;
- становится возможным участие в международных и внутригосударственных программах поддержки и развития экологичного бизнеса;
- увеличивается объем продаж на фоне растущего потребительского спроса на экологически безопасную продукцию и услуги;
- происходит признание продукции на международном уровне.

Другим направлением использования данных методов является введение обязательной «зеленой» политики государства. В мире набирают популярность идеи «зеленой» экономики, что предполагает расширение использования экономических инструментов для охраны окружающей среды. Одной из сфер являются «зеленые» государственные закупки. «Зеленые» государственные закупки подразумевают в условиях тендеров конкретные требования к технологии производства, сырью, системе менеджмента и характеристике готового продукта или услуги [2, 3]. Как показывает практика, эти показатели легко поддаются количественной оценке и включаются в техническую спецификацию тендерной документации. Результатом такой политики является государственное стимулирование фирм, применяющих инновационные технологии, минимизирующие нанесение ущерба окружающей среде. Экологические требования к компаниям стимулирует их увеличивать горизонт планирования и ориентироваться на достижение долгосрочных целей, что эффективно для общества в целом.

Таким образом, система инновационных социально-психологических методов стимулирования природоохранной деятельности в современных условиях может быть эффективным механизмом снижения экологической нагрузки.

### **Список литературы:**

1. Анисимова И. В., Гордышевский С. М., Сорокин Н. Д. Экологическая маркировка как инструмент современного маркетинга. Получение. Применение. Преимущества. - СПб., 2013. - 56 с.
2. Казакова Е. Д., Богорад Е. Л., Кузнецова И. В. Внедрение концепции экологически чистых государственных закупок в Федеральную контрактную систему России // Академическое приложение к журналу Госзаказ: управление, размещение, обеспечение. 2012. - № 7. - С. 34-46.
3. «Утверждены основы государственной политики в области экологического развития России на период до 2030 года», Официальный сайт Президента России, 30 апреля 2012 г.