

**К.А. Куш**

*Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич  
БГЭУ (Минск)*

## **К ВОПРОСУ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОЖНОЙ ЭКОМАРКИРОВКИ**

Несмотря на активное становление в Республике Беларусь «зеленой» экономики, открытыми остаются вопросы правового регулирования экологического предпринимательства, привлекательность которого обусловлена возможностью использования природоохранных составляющих в условиях максимизации прибыли, что может стать значимым источником укрепления экономического и экологического благополучия Республики Беларусь.

Экологическое предпринимательство является эффективным инструментом, который наравне с иными элементами экономического механизма охраны окружающей среды способствует формированию экологически благоприятного сектора экономики, что соответствует положениям ч. 1 ст. 82 Закона Республики Беларусь «Об охране окружающей среды» [2].

Исходя из анализа опыта европейского сообщества в развитии экологического предпринимательства, следует отметить, что существенный акцент в развитии данного вида предпринимательства сделан именно на представителях малого и среднего бизнеса как наиболее инновационно мобильных участниках рынка. Во многом это обуславливается заинтересованностью указанных субъектов в дополнительных перспективах, соответствующих современным тенденциям ведения бизнеса, в виде участия в международных финансируемых проектах развития предпринимательства, привлечения новых покупателей, узнаваемости бренда как эколого-ориентированного и др.

В то же время ряд недобросовестных участников рынка товаров, работ и услуг часто злоупотребляют доверием потенциальных потребителей в условиях экологизации сфер жизни общества. Это приводит к активному использованию различного рода знаков, рисунков, слов, обозначений в оформлении упаковки товара, а также в рекламной кампании и иных коммуникациях с потребителями, позволяющих позиционировать соответствующий товар, работу или услугу как экологические, хотя не имеется этому реального подтверждения, т.е. не внедряются ресурсосберегающие технологии, не производится эколого-нейтральная продукция и т.п. Данное явление именуется в международной практике как гринвошинг. Закономерным следствием гринвошинга становится недоверие как со стороны бизнес-сообщества, так и со стороны общественности даже к тем субъектам, которые добросовестно реализуют эколого-ориентированные направления предпринимательства. На фоне достаточно развитого законодательства

об ответственности в таких сферах, как реклама, защита прав потребителей, следует констатировать отсутствие в Республике Беларусь специальных санкций, ограничивающих недобросовестную эксплуатацию темы экологии в предпринимательской деятельности, что представляет собой одно из важнейших направлений правового регулирования рассматриваемой сферы общественных отношений.

Ввиду выявленных проблем видятся необходимыми детализация и повышение эффективности административной ответственности в части установления отдельной разновидности недобросовестной конкуренции путем введения в заблуждение в отношении экологических качеств и свойств товара (услуги) либо способа и условий его изготовления без указания точных данных.

### **Источники**

1. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : 6 янв. 2021 г., № 91-3 : принят Палатой представителей 18 дек. 2020 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 2020 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

2. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 26 нояб. 1992 г., № 1982-ХІІ : в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.12.2020 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.