

ECONOMIC LAW AND ECONOMIC PROCEDUREDOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-074-2-21>**ЕТИЧНІ ТА НЕЕТИЧНІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЇХ ВПЛИВ
НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК****Міщенко В. С.**

*кандидат юридичних наук,
науковий співробітник відділу проблем модернізації господарського
права та законодавства*

*ДУ «Інститут економіко-правових досліджень імені В. К. Мамутова
Національної академії наук України»
м. Київ, Україна*

Новікова Н. І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Гуманітарно-педагогічна академія КФУ імені В. І. Вернадського*

Забезпечення переходу до сталого розвитку передбачає формування скоординованих дій у всіх сферах суспільного життя, відповідну переорієнтацію соціальних, екологічних та економічних інститутів держави на засадах приєднання України до загально цивілізаційних процесів реалізації системної єдності соціальної, екологічної та економічної компонент суспільного розвитку. Підґрунтям реалізації соціальної відповідальності бізнесу на основі цілей сталого розвитку є розбудова на всіх рівнях відкритої спільноти, інституційно-спроможної до ефективних дій [1].

Питання соціальної відповідальності бізнесу впродовж останніх десятиріч стало важливим науково-практичним та теоретико-методологічним базисом державної політики економічного розвитку багатьох країн світу. Розширення використання її базових положень як інструменту забезпечення сталого розвитку потребує зосередити увагу на встановленні форм і принципів взаємовідносин між державою, бізнесом і суспільством у контексті публічних інтересів з урахуванням політичних, економічних та соціальних реалій в Україні. У цьому контексті перед державою стоїть завдання створення та реалізації ефективних механізмів

регулювання таких відносин та формування оптимальної національної моделі соціальної відповідальності [2, с. 105].

Створення соціально відповідальних влади й бізнесу безпосередньо пов'язано із реалізацією концепції сталого розвитку. Соціальна відповідальність бізнесу є підсистемою соціальної відповідальності загальної системи суспільної взаємодії, а також засобом гарантування та охорони суспільних відносин, які встановлюються певними суб'єктами та гарантуються певними засобами з метою дотримання поваги до прав людини, є проявом культури суспільства, реалізації його суспільних інтересів і регламентується соціальними нормами, контролюється санкціями [1].

Наразі більшість підприємств орієнтовані на досягнення фінансових результатів, а не на соціальну перспективу, це цілком зрозуміло, оскільки саме фінансова доцільність діяльності підприємств визначає можливості їх існування та функціонування. Систему соціальної спрямованості вітчизняні підприємства тривалий час сприймають лише як джерело необґрунтованих додаткових витрат. Проте, сучасний стан популяризації корпоративно-соціальної відповідальності все ж таки тісно пов'язаний із економічними перевагами, які досягаються завдяки побудові соціально-відповідальної ділової репутації. Така активність з боку бізнесу не є результатом імперативних норм або заходів стимулюючого характеру, її природа зовсім інша, вона є добровільною ініціативою робити більше, ніж зобов'язаний за законом.

Проте, встановлено, що за соціально-відповідальними та екологічними ініціативами з боку бізнесу не завжди стоять ідеї суспільного блага, часто мають місце неетичні маркетингові технології. Так, останнім часом набуває поширення таке явище як «грінвошинг». Термін «грінвошинг» позначає форму маркетингу, в якій зроблено акцент на екологічність товару, його використовують недобросовісні виробники для створення eco-friendly іміджу бренду. При цьому, «грінвошинг» слід розуміти як бар'єр розвитку сталої економіки. Підприємства у гонитві за економічними вигодами все більше вдаються до імплементації технологій «грінвошингу» у рамках стратегій екологізації, чим у довгостроковій перспективі уповільнюють зусилля щодо сталого розвитку, роблячи все більше людей скептичними до екологічних ініціатив.

Наразі для протидії «грінвошингу» не розроблено вичерпної нормативної бази навіть у найрозвиненіших країнах світу. Так, точковими є стандарти щодо запобігання або обмеження практики «грінвошингу», не існує галузевих стандартів передачі екологічних повідомлень, розвиток системи законодавчого регулювання навмисно гальмується з подачі світових бізнес-гігантів. І якщо ця тенденція продовжиться без будь-якого регуляторного впливу, поступово довіра споживачів

буде підірвана, що призведе до недовіри та підозри щодо будь-якої зеленої реклами [3, с. 52].

Важливо зазначити, що за таких умов, держава не має залишатися осторонь цих процесів. Потребують правової регламентації заходи з протидії неетичним маркетинговим технологіям (як «грінвошинг» тощо). З іншого боку, актуальним є вироблення правових інструментів щодо стимулювання та заохочення добросовісних представників бізнесу, які впроваджують ефективні соціально-відповідальні практики у своїй діяльності. Особливу увагу слід приділяти заходам, що спрямовуються на підвищення рівня обізнаності суспільства щодо «грінвошингу», на формування та розвиток екологічно орієнтованої системи цінностей серед споживачів та підприємців. Тому збалансування державного регулювання та ринкової саморегуляції має стати детермінантою формування правової моделі сталого розвитку держави.

Література:

1. Клименко І. М. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2018. № 8. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1292>
2. Клименко І. М. Моделі державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник НАДУ. Серія «Державне управління»*. 2019. № 4 (95). С. 105–112.
3. Грищенко О.Ф., Голишева Є.О. Використання грінвошингу як технології екологізації бізнесу: поняття, детермінанти та драйвери. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 46. С.47–54.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-074-2-22>

ВИДИ ДЕРЖАВНОЇ ДОПОМОГИ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ COVID-19

Феофанова І. М.

*аспірантка кафедри господарського права і процесу
Національного університету «Одеська юридична академія»
м. Одеса, Україна*

На сьогоднішній день сфера господарювання переживає дуже важкий період, який пов'язаний із світовою пандемією – COVID-19. Чисельні вітчизняні суб'єкти господарювання повністю або частково припиняють