



**Некоммерческое акционерное общество «Торайгыров университет»
Факультет «Экономика и право»
Кафедра «Экономика»**

Результаты социологического опроса (онлайн анкетирования)

в рамках проекта АР19676924 «Разработка технологии и продвижение экологического
брендинга промышленного комплекса региона»

Подготовлено исследовательской группой проекта

Город Павлодар, 2023 год

Содержание

	страницы
1. Выражение благодарности. Соблюдение правил конфиденциальности	3
2. Сведения о процедуре проведения опроса	4
3. Результаты социологического опроса (анкетирования)	5 - 17

1. Выражение благодарности. Соблюдение правил конфиденциальности

Данный отчет является результатом работы, проведенной в рамках реализации плана госбюджетной НИР АР19676924 «Разработка технологии и продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона» (договор № 241/23-25 от 03 августа 2023 года между НАО «Торайгыров университет» и Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан).

В работе над отчетом принимали участие все участники команды проекта.

Выражаем благодарность руководителям и ведущим специалистам предприятий, учреждений, субъектов малого и среднего бизнеса, научно-исследовательских, общественных организаций, которые откликнулись на наше официальное обращение и приняли участие в опросе. В опросе приняли участие представители государственного сектора экономики; финансовые учреждения; малые, крупные, средние предприятия промышленной и агропромышленной сферы, образования, торговли и сервиса, строительства; системообразующие компании кластеров угледобычи и энергетики, металлургии, нефтехимии и аутсорсинга. По территориальному размещению: представители Павлодарской, Кызылординской областей и города Астана.

Наименования организаций респондентов, адреса электронной почты, полученные при сборе и обработке статистической информации, носят конфиденциальный характер и используются исключительно для статистических целей. Анкета и отчет не содержат сведения, составляющие государственные секреты, а также служебную информацию ограниченного распространения.

Результаты социологического исследования будут интересны исследователям и экспертам в области устойчивого развития, ESG-трансформации, регионального развития, общественных отношений и т.д. Аналитическую ценность отчет представляет для экономистов, менеджеров, социологов, экологов, руководителей хозяйственных субъектов, центральных и местных исполнительных органов, неправительственных организаций, общественных объединений, представителей средств массовой информации, финансовых учреждений, партнёров, работающих и реализующих проекты устойчивого развития в регионах Казахстана и других странах.

Будем рады открытому диалогу по интерпретации, выявлению и обсуждению причинно-следственных связей, взаимосвязей, тенденций, и выработке путей решения выявленных проблем.

2. Сведения о процедуре проведения опроса

Распространение анкеты осуществлялось онлайн, путем рассылки официального запроса на адреса электронной почты потенциальных респондентов в лице представителей бизнес-среды различных секторов экономики, местных органов власти, неправительственных организаций и общественности.

Анкета для заполнения представлена в виде гугл-формы.

Анализ ответов респондентов проводился разными методами. По вопросам, где респондентам на выбор были представлены несколько вариантов ответа, проводился частотный анализ. Вопросы, представляющие оценку по шкале, были проанализированы по средним значениям по всем оценкам.

3. Результаты социологического опроса (анкетирования)

1 Укажите группу субъектов, к которой относится Ваша организация (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Коммерческие юридические лица	17	37,8%
Некоммерческие юридические лица	8	17,8%
Филиалы, представительства казахстанских юридических лиц	3	6,6%
Филиалы, представительства иностранных юридических лиц	0	0%
Субъекты малого и среднего предпринимательства	13	28,9%
Субъекты индивидуального предпринимательства	4	8,9%

2 Укажите Ваш регион (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Павлодарская область	40	88,89%
Город Астана	2	4,44%
Кызылординская область	3	6,67%

3. Укажите форму и вид собственности Вашей организации (один вариант)

Вариант ответа	Частота	Процент
Государственная	6	13,3%
Частная	32	71,1%
Частная с участием государства (без иностранного участия)	4	8,9%
Частная собственность совместных предприятий (с иностранным участием)	3	6,7%
Иностранная	0	0%

4. К какой организационно-правовой форме собственности относится Ваша организация? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Государственное учреждение	5	11,1%
Товарищество любой формы	19	42,2%
Акционерное общество	11	24,4%
Индивидуальный предприниматель	8	17,9%
Некоммерческая организация	2	4,4%

5. Укажите класс субъектов, к которому относится Ваша организация в зависимости от среднегодовой численности работников (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Субъекты малого предпринимательства (до 100 человек)	18	40%
Субъекты среднего предпринимательства (от 101 до 250 человек)	6	13,3%
Субъекты крупного предпринимательства (свыше 250 человек)	21	46,7%

6. К какой отрасли экономики относится Ваша организация? (один - два варианта ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	6	13,3%
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	5	11,1%
Обрабатывающая промышленность	4	8,9%
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	4	8,9%
Водоснабжение	1	2,2%
Сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0	0%
Строительство	4	8,9%
Оптовая и розничная торговля	4	8,9%
Ремонт автомобилей, мотоциклов	0	0%
Транспорт и складирование	2	4,4%
Предоставление услуг по проживанию и питанию	1	2,2%
Информация и связь	0	0%
Финансовая и страховая деятельность	2	4,4%
Операции с недвижимым имуществом	1	2,2%
Профессиональная, научная и техническая деятельность	2	4,4%
Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания	1	2,2%
Государственное управление	2	4,4%
Социальное обеспечение	1	2,2%
Образование	2	4,4%
Здравоохранение	2	4,4%
Искусство, развлечения и отдых	1	2,2%
Прочие услуги	12	26,7%

7. Связана ли деятельность Вашей организации с негативным воздействием на экологию? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	16	35,6%
Нет	24	53,3%
Затрудняюсь ответить	5	11,1%

8. Какое общественное мнение сложилось по поводу воздействия Вашей организации на экологию? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Положительное	14	31,1%
Нейтральное	19	42,2%
Отрицательное	1	2,2%
Затрудняюсь ответить	11	24,4%

9. В процессе закупочной деятельности, предъявляете ли Вы специальные требования к экологическим стандартам приобретаемых ресурсов для производственно-хозяйственной деятельности? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	23	51,2%
Нет	11	24,4%
Затрудняюсь ответить	11	24,4%

10. Назовите наиболее актуальные экологические проблемы Вашего региона (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Загрязнение водных ресурсов	16	35,6%
Увеличение объемов бытовых отходов	21	46,7%
Рост выбросов опасных отходов промышленными предприятиями	30	66,7%
Рост выбросов углекислого газа в атмосферу	21	46,7%
Низкий уровень озеленения территорий	21	46,7%
Лесные пожары или засуха	10	22,2%
Другое (укажите): - Предприятие не ведет учет статистических данных по региону	1	2,2%

11. Как Вы считаете, существует ли развитие такого инновационного явления на рынке Вашего региона, как «экопотребитель нового поколения»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	18	40%
Нет	14	31,1%
Затрудняюсь ответить	13	28,9%

12. Как Вы считаете, какие атрибуты характерны для поведения «экопотребителя нового поколения»? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Осознанное стремление сократить негативное влияние производственно-хозяйственной деятельности на окружающую среду	36	80%
Покупка продукции из переработанных материалов	18	40%
Содействие в сборе вторичного сырья («раздельные» отходы) для дальнейшей переработки и производства экологически чистой продукции	27	60%
Применение организацией международных стандартов экологической безопасности	25	55,6%
Воспитание нравственных ценностей в обществе на собственном примере ответственного производителя и потребителя	24	53,3%

13. Знакомы ли Вы, Ваша организация с термином «Экологический брендинг»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	26	57,7%
Нет	12	26,7%
Затрудняюсь ответить	7	15,6%

14. Как Вы полагаете, какие актуальные атрибуты характерны для развития «Экологического брендинга» в Вашем регионе? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Внедрение предприятиями, организациями международных стандартов экологического менеджмента	27	60%
Создание и развитие низкоуглеродных производств	11	24,4%
Продвижение информации и знаний о производстве и продаже экопродукции	23	51,1%
Рекламная поддержка, стимулирование сбыта экологически качественных товаров	12	26,7%
Государственная поддержка развития «Экологического брендинга»	21	46,7%
Другое (укажите):		
- Внедрение наилучших доступных технологий	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить	1	2,2%

15. Как Вы полагаете, какие инструменты, механизмы, могут повлиять на развитие экспортного потенциала продукции с «Экологическим брендом»? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Сертификация продукции, система менеджмента в соответствии с международными экологическими стандартами	36	80%
Присутствие на упаковке продукции официальной экомаркировки	21	46,7%
Признание экопродукции международным экспертным сообществом	22	48,9%
Функционирование и развитие международных онлайн-торговых площадок, по продаже экопродукции	16	35,6%
Функционирование торговых павильонов, витрин по продаже продукции с «Экологическим брендом»	8	17,8%
Другое (укажите):		
- Низкое потребление ресурсов на тонну выпускаемой продукции	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить	1	2,2%

16. Какой вид продукции должен соответствовать высоким экологическим стандартам? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Продукты питания	41	91,1%
Бытовая химия	29	64,4%
Косметика, уход за телом	31	71,1%
Одежда и обувь	24	53,3%
Детские товары	30	66,7%
Товары для строительства и ремонта	25	55,6%
Бензин, дизтопливо	24	53,3%
Продукция металлургической промышленности	20	44,4%
Электроэнергия	18	40%
Продукция сельского хозяйства	32	71,1%

17. На что, в первую очередь, должны обращать внимание производители промышленной продукции? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Энергосбережение	24	53,3%
Экологическая упаковка готовой продукции	17	37,8%
Экологически чистое сырье и материалы	30	66,7%
«Экологическая» культура сотрудников	15	33,3%
Безотходное производство	32	71,1%
Внедрение междарной системы экологического менеджмента	26	57,8%

18. Какие конкретные результаты были достигнуты благодаря Вашим мероприятиям в области экологии? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Сокращение выбросов вредных веществ	14	31,1%
Снижение энергопотребления	17	37,8%
Улучшение производственных процессов	14	31,1%
Увеличение эффективности использования ресурсов	18	40%
Повышение уровня устойчивости	11	24,4%
Другое (укажите):		
- Никаких	2	4,4%
- Увеличение площади озеленения	2	4,4%
- На бумаге есть, по факту отсутствует	1	2,2%
- Раздельный сбор пластика и мусора	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить	1	2,2%

19. Какие мероприятия или программы Вы проводите для взаимодействия с сообществом, клиентами и заинтересованными сторонами в контексте экологической ответственности? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Экологические образовательные программы	11	24,4%
Публичное участие в экологических мероприятиях и инициативах	22	48,9%
Пожертвования на экологические цели	6	13,3%
Волонтерская деятельность с экологической направленностью	13	28,9%
Социальные медиа и онлайн-кампании по экологии	8	17,8%
Другое (укажите):		
- Затрудняюсь ответить	2	4,4%
- Никаких, ничего, не проводим	8	17,6%
- Проведение вводных инструктажей по экологии при трудоустройстве	1	2,2%
- Реализация мероприятий природоохранной программы	1	2,2%
- Публикации о деятельности компании в области охраны окружающей среды в СМИ, корпоративных сайтах, социальных сетях Товарищества	1	2,2%
- Проведение тур-маршрутов, Проведение конкурса Экологические проекты среди студентов ВУЗов РК, публикация информации на сайте Орхусского центра, мероприятия по зарыблению рек и озер, посадка зеленых насаждений	1	2,2%

20. Какие мероприятия с наибольшей вероятностью будут способствовать продвижению экологического бренда? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Экомаркировка цепочки производства продукта от сырья до потребления продукции и ее утилизации	25	55,6%
Повышение требований к экологическим характеристикам готовой продукции (товара, услуги)	34	75,6%
Разнообразие информационных знаков (условия хранения, транспортировки продуктов, вторичная переработка)	17	37,8%
Обновление базы данных по техническим регламентам в соответствии с требованиями экологического законодательства	19	42,2%
Обсуждение проблем использования и развития «Экологического бренда» с привлечением компаний-партнеров, государственных структур, населения	23	51,1%

21. Какой максимальный риск несет в себе самодекларация экологических характеристик продукции / услуг? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Риск потери деловой репутации после самостоятельных заявлений производителя о высоких экологических стандартах продукции, не прошедших проверку независимой стороной	26	57,8%
Непреднамеренный «гринвошинг», как экологичное позиционирование компании, товара, услуги без достаточных на то оснований	9	20%
Высокие расходы на покрытие судебных исков со стороны потребителей	3	6,7%
Значительное снижение эффективности трудовой дисциплины, уход ключевых сотрудников по морально-этическим соображениям	4	8,8%
Банкротство, закрытие бизнеса	3	6,7%

22. Что можно отнести к новым трендам в «экологической» трансформации бизнеса? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Распространение информации об «Экологическом бренде», формирование его ценности через референтные группы	18	40%
Стимулирование диалога исследователей и маркетологов с потребителями для выявления потенциальных нужд и инсайтов	12	26,87%
Внедрение технологий искусственного интеллекта для адаптации коммуникаций под микросегменты (динамическая реклама экопродукции и услуг)	9	20%
Прозрачность, наглядность, честность технологического процесса и сбытовой цепи	28	62,2%
Другое (укажите): - Затрудняюсь ответить	1	2,2%

23. В какой степени важны критерии профессиональных достижений кандидата при приёме на должность специалистов по экологическому брендингу (инженеров, маркетологов)? (оценка в пределах от «1 - самая значимая» до «8 - самая незначимая»)

Вариант ответа	Средняя оценка	Частота							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Репутация, известность университета, выдавшего диплом о высшем профессиональном образовании	4,2	7	3	9	8	2	4	3	9

Вариант ответа	Средняя оценка	Частота							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Владение компьютерными программами последнего поколения	4,6	6	7	6	4	5	3	2	12
Набор курсов, дисциплин, указанных в приложении к диплому	4,6	5	7	7	3	4	7	4	8
Отзывы (рекомендации) с прошлых мест работы, предоставление поручительства за кандидата	4,1	11	5	5	7	3	2	3	9
Сертификаты о прохождении учебных курсов, стажировок в ведущих компаниях смежных отраслей	4,2	9	10	5	2	4	0	4	11
Сертификаты об окончании курсов иностранных языков, международные сертификаты в области менеджмента качества, цифрового маркетинга	4,2	11	7	2	5	3	2	7	8
Оценка уровня владения базовыми знаниями по результатам собеседования, тестирования	4,6	11	7	2	2	3	1	7	12
Личностные характеристики	4,9	9	7	3	2	1	4	2	17

24. В какой степени Ваша организация соответствует принципам экономики замкнутого цикла (модели 4R)? (оценка «1 – полностью соответствует», «2 – соответствует частично», «3» – не соответствует», до «4 – не будет соответствовать никогда»)

1 Refuse – отказ от ненужного (в т. ч. от лишних деталей в производстве упаковки - пакетов, пленки, одноразовых дозаторов, картонных держателей)

2 Reduce - сокращение количества производимых отходов (в т. ч. электронный документооборот)

3 Reuse - повторное использование (повторная переработка тары, вторичное использование ресурсов внутри организации)

4 Recycle – переработка, сортировка с последующим превращением отходов в новые материалы или предметы

Вариант ответа	Средняя оценка	Частота			
		1	2	3	4
Refuse	2,2	15	14	9	7
Reduce	2,0	15	17	10	3
Reuse	2,1	14	17	9	5
Recycle	2,2	14	15	11	5

25. Распределите по степени значимости выгоды от развития маркетинга «Экологического бренда»? (оценка в пределах от «1 - самая значимая» до «5 - самая незначимая»)

Вариант ответа	Средняя оценка	Частота				
		1	2	3	4	5
Усиление бренда за счет заботы о потребителях и окружающей среде	2,4	18	9	8	3	7
Возможность выводить на рынок новые продукты и развивать уже существующий ассортимент	2,4	15	14	7	3	6
Поддержка бренда со стороны растущего количества групп, ориентированных на эко-концепцию потребления	2,4	16	10	10	3	6
Развитие новых конкурентных преимуществ для продукции бренда	2,3	19	9	7	5	5
Построение базы для развития рекламы на концепции экологического брендинга (реклама, PR, BTL, Интернет, прочее)	2,6	11	13	10	4	7

26. Владете ли Вы информацией о ESG – принципах («E» - «Environment», ответственное отношение к окружающей среде; «S» - «Social», социальная политика, высокая социальная ответственность; «G» - «Governance», корпоративное управление; высокое качество корпоративного управления)? (один ответ)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	19	42,2%
Нет	18	40%
Затрудняюсь ответить	8	17,8%

27. Какую оценку Вы поставите за работу Вашей Организации в направлении «Environmental (экология)»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Очень высокий	4	8,9%
Высокий	8	17,8%
Достаточный	13	28,9%
Средний	9	20%
Слабый	5	11,1%
Затрудняюсь ответить	6	13,3%

28. Какую оценку Вы поставите за работу Вашей Организации в направлении «Social (социальная политика)»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Очень высокий	5	11,1%
Высокий	10	22,2%
Достаточный	13	28,9%
Средний	9	20%
Слабый	3	6,7%
Затрудняюсь ответить	5	11,1%

29. Какую оценку Вы поставите за работу Вашей Организации в направлении «Governance (управление)»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Очень высокий	5	11,1%
Высокий	9	20%
Достаточный	16	35,6%
Средний	6	13,3%
Слабый	4	8,9%
Затрудняюсь ответить	5	11,1%

30. Является ли Ваша Организация членом ESG-клуба – «платформы, где представители бизнеса, государства и общественности могут обмениваться знаниями, опытом и лучшими практиками в области устойчивого развития»? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да	7	15,6%
Нет	25	55,6%
Затрудняюсь ответить	13	28,9%

31. В чем видятся перспективы «экологического» роста Вашей организации? (один вариант ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Экологический брендинг	9	20%
Технологическая интеграция чистых производств	13	28,9%
«Зеленый» маркетинг	6	13,3%
Экологический менеджмент	10	22,2%
«Зеленое» инвестирование	1	2,2%
Другое (укажите):		
- Совокупная работа по всем указанным направлениям;	1	2,2%
- Реализация экологической политики;	1	2,2%
- Никакой не видится;	2	4,4%
- Затрудняюсь ответить.	2	4,4%

32. Есть ли у Вас какие-либо негативные ожидания или барьеры, которые могут возникнуть при продвижении «Экологического бренда» продукции, услуг Вашей организации? (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Недостаток инвестиций	14	31,1%
Техническая сложность	12	26,7%
Отсутствие опыта в продвижении экологического бренда	30	66,7%
Другое (укажите):		
- Выпуск новой продукции не предусмотрен;	1	2,2%
- Нормально не удастся свершить полноценное внедрение;	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить	2	4,4%

33. Пользовались ли Вы государственной поддержкой при производстве и реализации экологически чистой продукции, оказании услуг? (несколько вариантов)

Вариант ответа	Частота	Процент
Да, в виде возмещения затрат	3	6,7%
Да, во время процедуры регистрации товарных знаков (бренда) и на электронно-торговых площадках	4	8,9%
Да, покрытие затрат, связанных с проведением процедур получения разрешения по использованию объектов исключительных прав (франчайзинг) за рубежом	1	2,2%
Да, в виде покрытия затрат, связанных с прохождением зарубежной сертификации, аккредитации, инспекции субъектов	3	6,7%
Да, при процедуре подтверждения соответствия товаров требованиям, установленным техрегламентами, стандартами, в том числе за рубежом	5	11,1%
Да, при выпуске специализированного каталога (разработка, перевод на иностранные языки)	3	6,7%
Другое (укажите):		
- Нет, не пользовался;	29	64,3%
- Нормально не удастся свершить полноценное внедрение;	1	2,2%
- Выпуск продукции не предусмотрен;	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить.	2	4,4%

34. Имеете ли Вы отношение к «зеленым» инструментам и технологиям? (несколько вариантов)

Вариант ответа	Частота	Процент
Получение финансирования через «зеленые» облигации	4	8,9%
Получение финансирования через «зеленые» кредиты	3	6,7%
Предоставление «зеленых» облигаций	5	11,1%
Предоставление «зеленых» кредитов	3	6,7%
Опыт предоставления «зеленой» ипотеки	2	4,4%
В организации имеются объекты, соответствующие «зелёным» стандартам	8	17,8%
Другое (укажите):		
- Внедрение наилучших доступных технологий;	1	2,2%
- Реализация природоохранных мероприятий;	1	2,2%
- Нет;	29	68,8%
- Затрудняюсь ответить.	3	6,6%

35. Какие перспективы, по Вашему мнению, открывает разработка технологии и продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона?
(несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Увеличение конкурентоспособности на рынке	16	35,6%
Улучшение имиджа и репутации	19	42,2%
Расширение рынков сбыта	18	40%
Снижение экологических рисков и негативного воздействия	29	64,4%
Доступ к государственной поддержке и финансированию	15	33,3%
Развитие «экологической» культуры	24	53,3%
Другое (укажите):		
- Никаких;	1	2,2%
- Затрудняюсь ответить.	1	2,2%

36. Укажите возможности начала, расширения Вашего сотрудничества с НАО «Торайгыров университет» с целью развития и продвижения технологии экологического брендинга товаров, услуг (несколько вариантов ответа)

Вариант ответа	Частота	Процент
Участие в разработке профессиональных стандартов	14	31,1%
Проведение совместных круглых столов, тренингов, семинаров, курсов	24	53,3%
Разработка и подача документации для участия в конкурсах на коммерциализацию «зеленых» технологий и «Экологического бренда»	11	24,4%
Организация стажировки, практики на предприятии, в организации	18	40%
Другое (укажите):		
- Нет, нет возможности;	5	11%
- Затрудняюсь ответить;	1	2,2%
- С целью внедрения новых технологий.	1	2,2%