

Отчет о проведении дискуссии на тему «Экотуризм: модный тренд или новый драйвер экономического развития?», проведенного в соответствии с планом мероприятий Совета молодых ученых на 2025–2026 учебный год:

Дата проведения: 01 июня 2026 года

Место проведения: Университет туризма и гостеприимства, ректорат, ауд.104.

Лекторы: PhD доктор, ассоциированный профессор Баймаганбетов Сабит Туленбаевич и магистр, преподаватель Агниязов Биржан Ерболович.

01 июня 2026 года в аудитории 104 Университета туризма и гостеприимства прошла дискуссия с участием обучающихся. Главной темой обсуждения стал вопрос: «Экотуризм: модный тренд или новый драйвер экономического развития?». Основная цель мероприятия — дать реальную оценку феномену экотуризма не просто с точки зрения внешней рекламной оболочки, а сквозь призму глубоких социально-экономических и экологических аспектных анализов.

Модератор Баймаганбетов С.Т. в своем выступлении отметил, что глобальная экономика и общественное сознание переживают период трансформации. Он подчеркнул, что экотуризм является одной из актуальных тем, находящихся в самом центре этих изменений. «Сегодня мы собрались, чтобы раскрыть истинную природу этого современного феномена. С одной стороны, мы наблюдаем расцвет «зеленого» маркетинга, эстетичных глэмпингов и экомоды в социальных сетях. С другой стороны, экотуризм предлагается как уникальный механизм развития отдаленных регионов, обеспечения занятости местного населения и построения независимой от нефти экономики. В сегодняшней дискуссии столкнутся два этих весомых взгляда», — сказал модератор, передавая слово первой группе.



Первая сторона, взявшая слово, завершила свое выступление следующим образом:

«Уважаемый председатель, дорогие присутствующие и оппоненты! Сегодня слова «эко», «зеленый», «устойчивое развитие» превратились в тренд. Однако мы должны

уметь отличать красивую внешнюю рекламу от реальной экономической действительности. Моя позиция ясна: на сегодняшний день экотуризм — это не новый драйвер, ведущий экономику вперед, а временный модный тренд, играющий на психологии потребителей, и новый инструмент капиталистического маркетинга.

Во-первых, основа современного экотуризма — это гринвошинг («greenwashing»), или «зеленый камуфляж». Туристические компании и отели завели привычку вешать ярлык «эко» на свои услуги и завышать цены в несколько раз. Замена пластиковых бутылок на бумажные в отеле или вывешивание объявлений о том, что полотенца не стираются ежедневно, — это не защита природы. Это уловка бизнеса для сокращения своих расходов и приумножения прибыли.

Во-вторых, вред, наносимый этим трендом дикой природе, намного превышает экономическую выгоду. По мере того, как экотуризм становится модным, потоки туристов устремляются в зоны с хрупкой экосистемой, где раньше не ступала нога человека (например, в государственные национальные парки и заповедники).

В-третьих, нестабильность экотуризма. мода — вещь изменчивая. Если сегодня люди хотят отдыхать в домиках посреди леса, то завтра появится новый тренд (например, кибертуризм или индустриальный туризм). Строить большую экономическую стратегию, опираясь на изменчивый тренд, — опасная ошибка.

В заключение хочу сказать, что в своем нынешнем виде экотуризм — это просто красивые картинки и модный бренд. Он не может стать новым стабильным драйвером, увеличивающим ВВП (валовой внутренний продукт), подобно крупному производству, технологиям или торговле».



Вторая сторона в своем ответном слове заявила следующее:

«Оппоненты оценивают экотуризм слишком поверхностно — лишь на уровне фотографий в Instagram. Однако современная экономическая наука и международный

опыт доказывают совершенно иное. Экотуризм — это не временная забава, а самый быстрорастущий, независимый от сырья сектор мировой туристической индустрии и реальный драйвер «зеленой» экономики.

Во-первых, экотуризм — это уникальный инструмент развития регионов и сельских территорий. В отдаленных аулах, куда обычно не доходят традиционные производства или заводы, нет других ресурсов, кроме природы. Экотуризм привлекает инвестиции именно в такие отдаленные регионы. Когда иностранный или отечественный турист посещает экозону, его деньги поступают не в карманы крупных олигархов или зарубежных гостиничных сетей, а напрямую в руки местного населения.

Во-вторых, экотуризм обладает мультипликативным эффектом. Он развивает не одну конкретную отрасль, а тянет за собой смежные сферы. Чтобы привлечь туристов в экозоны, государство и частный бизнес вынуждены развивать инфраструктуру: строятся дороги, проводится качественная связь и интернет, создается экологическая транспортная логистика.

В-третьих, это стратегия сохранения долгосрочного капитала. Традиционный «массовый туризм» беспощадно истощает ресурсы: крупные отели производят тонны отходов и потребляют чрезмерное количество воды. Главный же принцип экотуризма — получать доход, сохраняя природу. Выражаясь экономическим языком, это означает жить на «проценты» от природного капитала, не уничтожая сам капитал. В заключение отмечу, что экотуризм — это золотая опора устойчивого развития для стран, желающих избавиться от нефтегазовой зависимости, в том числе и для Казахстана. Это не мода, это экономика будущего! Спасибо за внимание!»



Заключительное слово модератора:

«Сегодняшняя дискуссия была очень оживленной, содержательной и, самое главное, очень актуальной. Обе стороны защищали свои позиции конкретными фактами, жизненными примерами и весомыми аргументами. Сегодняшний спор показал нам два разных облика экотуризма.

С одной стороны, прислушавшись к аргументам спикера 1, мы четко поняли опасность «зеленого камуфляжа» (Greenwashing) и модных поверхностных трендов на современном рынке. Использование экотуризма просто как маркетингового инструмента, необоснованное повышение цен и разрушение дикой природы из-за некультурного туризма — это горькая правда сегодняшнего дня. Мы поняли, что слепое следование моде и превращение природы в «предмет потребления» может в итоге привести к большой экологической катастрофе.

С другой стороны, доводы спикера 2 открыли нам стратегическое значение экотуризма. Это не просто отдых, это реальная устойчивая экономическая модель, которая возрождает отдаленные села, обеспечивает занятость местного населения и избавляет от сырьевой зависимости. Сохранять лес и получать от него доход в течение десятилетий, а не вырубать его ради разовой выгоды, — это конкретное проявление сознательного капитализма.

Каков главный итог сегодняшних дебатов?

Экотуризм, хоть и начался как модный тренд, является мощной силой, полностью способной стать новым драйвером экономического развития. Но сам по себе драйвером он не станет. Для этого необходимо выполнение трех важных условий:

1. **Четкий контроль со стороны государства:** любой бизнес, заявляющий о себе как о «зеленом», должен строго соответствовать жестким экологическим стандартам.
2. **Ответственность бизнеса:** инвесторы должны думать не о сиюминутной прибыли, а о долгосрочном сохранении природного капитала.
3. **Культура общества:** каждый турист должен научиться приходить в природу как гость и оставлять после себя только следы ног.

В заключение отмечу, что экотуризм — это экзамен на наше отношение к природе и собственному будущему. Если мы будем относиться к этому только как к «моде» — мы проиграем, если мы посмотрим на это как на «драйвер» и начнем работать системно — мы выиграем.

На этом наша сегодняшняя дискуссия завершена. Благодарим спикеров за обмен мнениями и аудиторию за острые вопросы. Пусть наше будущее будет «зеленым», а экономика — устойчивой! До свидания и будьте здоровы!»

Председатель Совета молодых ученых

Н. Н. Пошанов

Отчет подготовил

Б. Е. Агниязов