

**«Республикасы Ассоциациясы  
«Қазақстандық Туризмi  
Индустриясы» Өзін-өзі  
реттейтін ұйымы заңды  
тұлғалар мен жеке кәсіпкерлер  
бірлестігі**



**The Association of joint legal  
entities and individual  
entrepreneurs' Self-regulatory  
organization «Republican  
Association of «Kazakhstan  
Tourism Industry»**

+7 701 2182002

[info@kitsro.kz](mailto:info@kitsro.kz)

А05Н0F0, Қазақстан Республикасы,  
Алматы қаласы, Алмалы ауданы, Төле би  
даңғылы, №110 үй, 104-кеңсе

№ 26 от 16 октября 2025 г.

г. Алмата

Г-ну Президенту Республики Казахстан  
Токаеву Касым-Жомарту Кемелевичу

От: Объединения юридических лиц и  
индивидуальных предпринимателей  
Саморегулируемая организация  
Республиканская Ассоциация  
«Казахстанская Индустрия Туризма»

### **Уважаемый Касым-Жомарт Кемелевич!**

Объединение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Саморегулируемая организация Республиканская Ассоциация «Казахстанская Индустрия Туризма» объединяет ведущих участников туристского рынка страны. Наша миссия — развитие цивилизованной конкуренции, повышение качества услуг и защита интересов предпринимателей и потребителей в сфере туризма.

Сегодня мы вынуждены выразить глубокую обеспокоенность ситуацией, сложившейся на рынке туристских услуг, в связи с практиками, применяемыми компанией Kaspi Travel и другими финансовыми организациями, вышедшими в туристский сегмент. Излагаем позицию Ассоциации и просим Вашего принципиального вмешательства.

#### **# 1. О системных рисках для конкуренции и рынка труда**

Первоначальное наращивание доли Kaspi Travel было обеспечено за счёт массовых предложений рассрочки на авиа- и ж/д-билеты без явных комиссий, что фактически вытеснило значительную часть традиционных касс. После консолидации доли рассрочка была свёрнута, а клиентам стала предлагаться кредитная модель. Аналогичная стратегия наблюдается и в сегменте туристских услуг: агрессивное продвижение «беспроцентной» рассрочки по турам создаёт ценовые искажения и подталкивает потребителей к долговой нагрузке, не отражённой в конечной цене продукта.

Последствия для отрасли уже ощутимы: при численности занятых в традиционных турагентствах свыше 6 500 человек, дальнейшее вытеснение офлайн-сети приведёт к росту безработицы, снижению качества консультаций и сервисов для граждан, потере налоговых поступлений и деградации региональных туристских экосистем.

#### **# 2. О равенстве условий налогообложения и оснований участия в льготных режимах**

По нашему мнению, вызывает серьёзные сомнения правомерность и экономическая целесообразность участия Kaspi Travel в режиме Astana Hub применительно к туристской деятельности. Льготы по основным налогам, предоставляемые ИТ-участникам, приводят к фактическому неравенству условий с традиционными турагентствами, работающими на общем режиме, при растущей выручке онлайн-сервиса в туристском сегменте. Просим дать оценку соответствию фактической деятельности заявленным ИТ-критериям, а также влиянию льгот на конкуренцию и налоговые поступления.

Отдельно отмечаем, что в туристский сегмент выходят и иные банки и финансовые организации, тиражирующие схожие модели рассрочки/кредитования туров. Регулирование должно носить универсальный характер и распространяться на всех участников финансового сектора, чтобы исключить арбитраж и перекосы.

### # 3. О необходимости дифференциации цены в зависимости от способа оплаты

Ключевой фактор честной конкуренции — сопоставимость конечной цены для потребителя. Когда тур «в рассрочку» предлагается по той же цене, что и при оплате наличными/безналично, торговое финансирование фактически маскируется, а издержки субсидируются рынком. Мы предлагаем закрепить дифференцированный подход к ценообразованию: цена при оплате в рассрочку должна быть выше базовой (наличной/безналичной) на величину, компенсирующую стоимость финансирования и рисков. Это:

- \* предотвращает ценовой демпинг и искажение рынка,
- \* выравнивает условия конкуренции,
- \* повышает прозрачность для потребителя,
- \* снижает избыточную закредитованность домохозяйств.

Отмечаем, что публично анонсированные Правительством инициативы по разграничению цен при оплате наличными и в рассрочку в товарных категориях целесообразно распространить и на туристские услуги.

### # 4. Наши предложения

С учётом изложенного просим Вас:

1. Поручить проведение открытого общественного обсуждения практик Kaspi Travel в туристском сегменте, включая основания и критерии участия в Astana Hub.
2. Создать межведомственную рабочую группу с участием уполномоченных государственных органов, туристских ассоциаций, туроператоров, турагентств и представителей Kaspi для подготовки сбалансированных решений.
3. Провести проверку правомерности включения Kaspi Travel в реестр участников Astana Hub применительно к туристской деятельности и дать оценку фактическим налоговым обязательствам по указанному направлению.
4. Обеспечить равные налоговые и регуляторные условия для всех участников рынка туристских услуг, включая онлайн-сервисы и финансовые организации, предоставляющие торговое финансирование туров.
5. Законодательно закрепить дифференциацию цены туристского продукта в зависимости от способа оплаты: базовая цена при оплате наличными/безналично и повышенная цена при оплате в рассрочку/кредит, — во избежание демпинга, для защиты конкуренции и снижения долговой нагрузки населения.

Мы убеждены, что при Вашем лидерстве возможно выработать решения, сохраняющие здоровую конкуренцию, рабочие места и налоговую базу, одновременно повышая прозрачность для потребителей и устойчивость отрасли.

Готовы незамедлительно представить развёрнутые расчёты и принять участие в работе создаваемой группы.

С уважением,  
Председатель ОЮЛ и ИП СРО  
Республиканская Ассоциация  
«Казахстанская Индустрия Туризма»



\_\_\_\_\_/Ахметова М.К./

\*Приложение № 1. Влияние Kaspi Travel на рынок продажи авиабилетов и железнодорожных билетов\*

- \* Количество авиа/ж/д касс в РК: ~1 500 (2019) → < 400 (2024); закрыто > 70% точек.
- \* Продуктовая стратегия Kaspi Travel: первоначально — рассрочка без комиссий; после завоевания доли — кредит под высокий процент.
- \* Прогноз недопоступлений бюджета при применении льгот: > 4 млрд ₸.
- \* Социальный эффект: снижение доступности офлайн-каналов и консультаций.
- \* Традиционные агентства: ~2 200 компаний; занято > 6 500 сотрудников; доля рынка по объёму туров ~70%; общий режим налогообложения.
- \* Kaspi Travel: доля ~30%; штат < 100 (оценочно); участие в Astana Hub (льготы).

\* Потенциальные недопоступления бюджета при сохранении текущей схемы: > 5 млрд ₴/год.

\* Прямо занятые в турфирмах: > 6 500 человек; косвенно — > 15 000 человек.

\* Налоговые поступления от турфирм: ~6–8 млрд ₴/год.

\* Риски: рост безработицы; ухудшение качества сервиса; отток кадров; ослабление региональных инициатив.