

2026



Disclaimer

Настоящая презентация предоставляется Вам исключительно в качестве клиента Visa и/или участника платежной системы Visa. Принимая настоящую презентацию, Вы подтверждаете, что содержащаяся в ней информация («Информация») является конфиденциальной и подпадает под ограничения о конфиденциальности, предусмотренные Основными правилами Visa (Visa Core Rules) и Правилами по продуктам и услугам (Product and Service Rules) или иными соглашениями о конфиденциальности, которые ограничивают использование Вами Информации. Вы обязуетесь сохранять конфиденциальность Информации и не использовать ее для каких-либо иных целей, кроме как в качестве клиента Visa или участника платежной системы Visa. Информация может распространяться внутри Вашей организации только в случае служебной необходимости для обеспечения Вашего участия в платежной системе Visa. Обращаем Ваше внимание, что Информация может являться существенной непубличной информацией в соответствии с федеральным законодательством США о ценных бумагах, и покупка или продажа ценных бумаг Visa Inc. при владении существенной непубличной информацией является нарушением применимого федерального законодательства США о ценных бумагах.

Изучение частных случаев, статистика, исследования и рекомендации предоставлены «КАК ЕСТЬ» и предназначены только для информационных целей; на них не следует полагаться для целей предоставления консультаций по операционным, маркетинговым, юридическим, техническим, финансовым вопросам, вопросам налогообложения или иным вопросам. Пожалуйста, обратитесь к Вашему юридическому консультанту с целью определения того, какие законы и правила могут быть применимы к Вашей конкретной ситуации. По своей природе рекомендации не являются гарантиями будущих показателей или результатов деятельности, и в отношении них могут существовать риски, неопределенности и предположения, которые сложно спрогнозировать или оценить. Visa не несет ответственности за использование Вами информации, содержащейся в настоящей презентации (включая ошибки, пропуски, неточности или несвоевременность любого характера), или за любые предположения или заключения, которые Вы можете сделать в связи с ее использованием. Visa не предоставляет никаких гарантий, явно выраженных или подразумеваемых, и в прямой форме заявляет об отказе от предоставления гарантий пригодности для коммерческих целей и пригодности для использования в конкретных целях, а также какой-либо гарантии отсутствия нарушений прав интеллектуальной собственности любых третьих лиц. В той мере, в какой это допустимо применимым законодательством, Visa не несет ответственности перед клиентом или любыми третьими лицами за любые убытки по любой правовой доктрине, включая, но не ограничиваясь, любые специальные, косвенные, случайные или штрафные убытки, а также за любые убытки в связи с потерей прибыли, приостановкой деятельности, утратой деловой информации или за иные денежные потери, даже в случаях получения предупреждения о возможности таких убытков.



**Виталий
Тарасов**

Старший Директор

Visa Consulting &
Analytics



**Михаил
Федоров**

Директор

Visa Consulting &
Analytics



**Татьяна
Цой**

Аналитик

Visa Consulting &
Analytics



**София
Олимова**

Аналитик

Visa Consulting &
Analytics

Содержание

1

Основные выводы

2

Общемировые тренды

3

Обзор
выездного туризма
Казахстана

4

События,
стимулирующие
поездки

5

Праздники Казахстана:
куда едут в длинные
выходные

Основные выводы

Цели исследования



Оценить масштаб и структуру выездного туризма Казахстана

как значимого денежного потока для экономики и финансовой системы страны



Выявить закономерности спроса — по направлениям

сезонности, категориям трат и типам путешественников (массовый/премиальный сегмент)



Определить практические рычаги стимулирования

выездного туризма для разных групп стейкхолдеров (банков, платёжных систем, туроператоров, авиакомпаний, государства и прочих)

Задачи исследования



Проанализировать транзакционные данные Visa по направлениям

городам и категориям расходов казахстанских картодержателей за 2022–2025 гг. в сравнении с общемировыми трендами



Исследовать влияние крупных международных событий

(концерты, спортивные и деловые мероприятия) на туристическую активность и выявить модели этого влияния (разовый всплеск, катализатор, спад после события)



Сопоставить национальный праздничный календарь Казахстана с динамикой выездного спроса

чтобы выявить предсказуемые окна для запуска маркетинговых и продуктовых кампаний



Выездной туризм

значимый источник доходов финансовой системы РК, а не только расходы за границей

65%

всех трат приходится на этап до выезда за рубеж.

Из них половина - транспорт до места назначения и обратно, включая стоимость турпакетов, а каждая поездка проходит через 6–8 точек монетизации для банков.



География поездок

граждан РК диверсифицируется

Доля Турции сократилась почти на четверть (с 2022 по 2025), при этом Узбекистан совершил резкий скачок на 2-е место, Таиланд набирает популярность.



Спрос уходит от одного доминирующего направления.



Топ-направления

для путешествия казахстанцев делятся на "массовые" и "премиальные"

Турция и Узбекистан

Дают наибольший объем платежей при низком среднем чеке (массовый туризм), тогда как Европа и ОАЭ сочетают высокий чек с солидным объемом — две разные стратегии продвижения.

ОАЭ, Франция и Италия

Казахстанские туристы тратят на карту в 2–3 раза больше, чем дома. В Дубае — до \$320/день.

Ближние направления (Узбекистан, Кыргызстан) дают минимальную разницу — банкам выгоднее стимулировать дальние поездки.



Шопинг

— главный драйвер зарубежных трат

>20%

расходов приходится на шоппинг, больше чем проживание или рестораны.

При этом казахстанцы платят картой чаще соседей.



Топ-направление

имеет свой ярковыраженный сезонный профиль

ОАЭ и Таиланд держат зимний спрос, Грузия и Кыргызстан исключительно летние (пик в июле)

Узбекистан единственный демонстрирует равномерный поток весь год, что может говорить о деловом характере поездок



Национальные праздники Казахстана

предсказуемые триггеры выездного спроса

Новый год почти монопольно ведёт в ОАЭ (+40% в 2025); религиозные праздники формируют отдельный паломнический сегмент с ростом до +200% по Саудовской Аравии.

Наурыз и День Республики поднимают активность по всем направлениям одновременно



Международные события

действуют на РК по-разному в зависимости от зрелости направления

На насыщенных направлениях

Таких как Абу-Даби, даже масштабное событие (например, Гран-при F1) даёт лишь умеренный прирост

На нишевых/несезонных

рынках эффект может быть в разы сильнее (Баку летом — ×6), что может быть связано с эффектом низкой базы



Мегасобытия

способны системно сдвинуть базовый уровень спроса

Экспо-2025

После выставки в Осаке турпоток казахстанцев в Японию вырос на 46% весной и на 76% осенью.

Эффект длился минимум 8 месяцев, а не ограничился датами события.

Основные выводы исследования
по группам стейкхолдеров

Банки-эмитенты



1

**Цифровые платежи
стали неотъемлемой
частью путешествий**

74%

путешественников
считают цифровые кошельки
обязательными для поездки

**Точка роста для карточных
продуктов с удобной
конвертацией валют.**

2

**Дальние поездки
выгоднее ближних**

Траты на карту в Дубае (\$320/день), Европе (\$200+/день), что выше домашнего уровня, тогда как в УЗ и КГТ — почти на уровне трат в Казахстане. Кэшбэк и бонусы эффективнее окупаются на дальних направлениях.

3

**Сезонность
направлений — основа
для таргетированного
кэшбэка**

Кэшбэк на ОАЭ логичен с октября по март (пик спроса), летом (июль—август) спрос падает — бюджет кампании нужно смещать на Грузию/Кыргызстан.

4

**Праздничный календарь
Казахстана дает ~10 окон
для тревел-кампаний**

Наурыз, Новый год, День Республики — три приоритетных с максимальным охватом. Кампании нужно запускать заблаговременно, а не в момент события.

6

**Шопинг —
главный драйвер трат
за рубежом**

(20%+ расходов, больше чем отели и рестораны). Кэшбэк на моду и ритейл более востребован, чем бонусы только за авиабилеты.

7

**Корпоративные карты
под B2B-поездки**

Кантонская ярмарка (дважды в год, предсказуемые даты) — понятный кейс для бизнес-карт с повышенными кредитным и лимитами под оптовые закупки.

Основные выводы исследования
по группам стейкхолдеров

Международные платежные системы



1

Индустрия туризма растет быстрее мировой экономики

Доля туризма в мировом ВВП
значительно выросла к 2025 г.,
**доходы превышают
допандемийный уровень**

на **23%**

— расширяющийся рынок
для платёжных продуктов.

2

Событийная аналитика — измеримый инструмент для оценки эффективности партнерств

Анализ "до/после" по конкретным событиям
(Экспо-2025, Гран-при F1 и т.д.) показывает,
как быстро окупаются совместные программы
с авиакомпаниями/отелями, а также
спонсорство.

3

ОАЭ — уникальный кейс синергии событий

Совпадение Гран-при F1, концерта
Эминема и Dubai Shopping Festival создало
мультипликативный эффект — модель для
совместных промо-кампаний МПС с
несколькими партнёрами одновременно.

4

Мегасобытия формируют новую базу спроса надолго

Экспо в Японии — эффект длился минимум
8 месяцев, Катар после ЧМ-2022 не вернулся к
прежним показателям — платёжной системе
выгодно заходить в долгосрочные партнёрства с
оргкомитетами крупных событий, а не разовые
промоакции.

5

Рынок e-visa вырастет

до \$9,1 млрд к 2033 г.

(CAGR 10,9%)

Точка роста для партнерств МПС с визовыми платформами

(например, Naya Platform в Катаре, объединяющей
визу, билеты и оплату
в одном приложении).

Основные выводы исследования
по группам стейкхолдеров

Туроператоры



1

Массовые направления теряют долю, а спрос диверсифицируется

- Доля Турции упала почти на четверть за 2022–2025 гг.
- Узбекистан вышел на 2-е место
- Таиланд усиливается

Портфель туров нужно расширять за счет новых направлений, а не концентрироваться на существующих.

2

Одна страна — два разных клиента

В Турции массовый семейный турист (Анталья/Мугла, \$4,9 тыс. на карту) и премиальный курортный (\$11,1 тыс.) требуют разных пакетов.

В ОАЭ премиум тратит почти в 5 раз больше массового туриста.

3

В Турции стоимость организованного отдыха растет на 28,5% год к году

Сигнал для туроператоров пересматривать ценовую политику и искать альтернативные направления с более стабильной ценой.

4

Событийный туризм требует разных пакетов по типу события

Под разовые события (концерты, F1) эффективны короткие предложения на 1–2 дня (ночлег, ужин, трансфер).

Под предсказуемые ежегодные события (Хадж, Кантонская ярмарка) — заранее спланированные пакеты.

5

Сезонность определяет окно продаж по каждому направлению

Грузия и Кыргызстан — исключительно летний продукт, Таиланд и ОАЭ — зимний, Япония — три отдельных окна (сакура март-апрель, Золотая неделя/9 Мая, «Осенняя листва» в октябре).

6

Ограничения на въезд напрямую влияют на поток

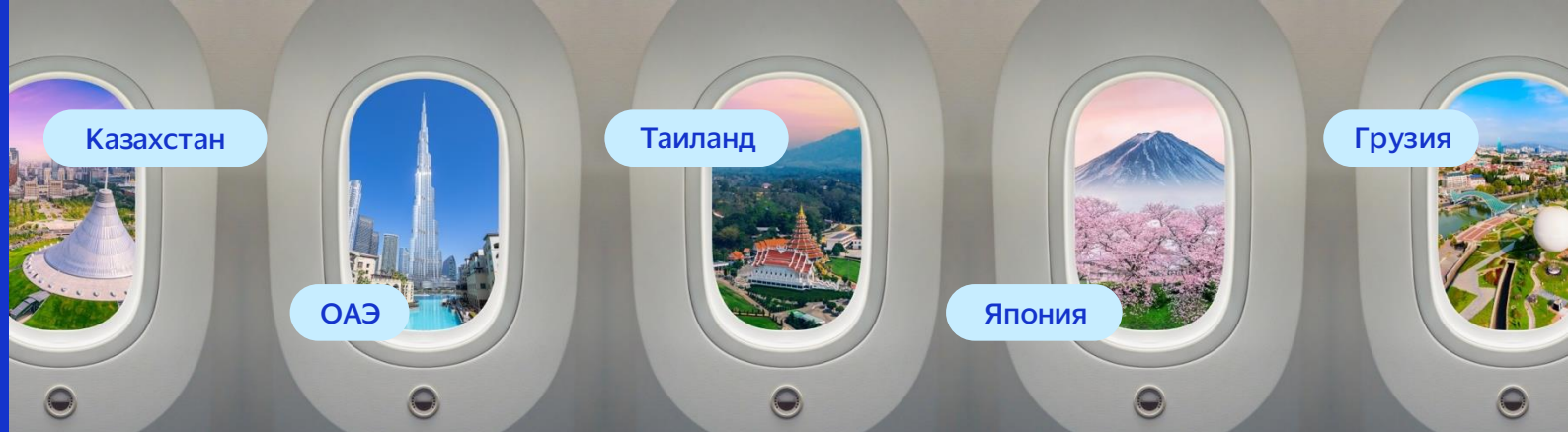
Турпоток в Грузию упал больше, чем на 20% в начале 2025 г.

7

Праздничный календарь Казахстана — готовый график запуска сезонных туров

Основные выводы исследования
по группам стейкхолдеров

Авиакомпании



1

Дальность рейса напрямую конвертируется в доход

Чем дальше направление, тем выше суточные траты туриста (Дубай, Европа) — обоснование для расширения дальнемагистральных маршрутов и партнёрских программ с банками именно на длинных направлениях.

2

Развитие прямых рейсов расширяет географию поездок за пределы традиционных хабов

Число посетителей из РК в ОАЭ выросло на 10% в 2025 г.

РК — второй по величине рынок для эмирата Рас-эль-Хайма (8% всех гостей) — направление для расширения частоты полётов.

3

Таиланд ввел безвизовый режим с апреля 2024 г.

(до 90 дней за полгода)

Прямое следствие: Бангкок принял 30,3 млн иностранных туристов в 2025 г — сигнал для увеличения частоты/ёмкости рейсов на Таиланд.

4

Крупные события резко увеличивают потребность в дополнительных рейсах

Олимпиада в Париже потребовала 800+ временных рейсов и 15 новых маршрутов из Азии и Бл. Востока — модель для авиакомпаний по организации чартеров под значимые события (Экспо, концерты, и тп.)

5

Мегасобытия создают долгосрочный рост

После Экспо-2025 турпоток в Японию вырос на 46% весной и на 76% осенью того же года — обоснование для авиакомпаний вводить постоянные (не сезонные чартерные) рейсы на растущие направления.

6

ОАЭ — один из лучших показателей роста среди стран СНГ

Число посетителей из РК в ОАЭ выросло на 10% в 2025 г.

РК — второй по величине рынок для эмирата Рас-эль-Хайма (8% всех гостей) — направление для расширения частоты полётов.

7

Религиозный туризм формирует предсказуемый поток

Заранее известное окно — основание для сезонных чартеров под паломнический поток.

8

Сезонная предсказуемость позволяет точнее планировать частоту рейсов

ОАЭ и Таиланд - зимний трафик, Грузия и Кыргызстан — летний, что даёт основание для гибкого управления частотой рейсов (доп. рейсы на пиковые месяцы, сокращение в низкий сезон).

Общемировые тренды



Мировой выездной туризм восстановился

К 2023 году отрасль вернулась к доходам «доковидного» уровня 2019 г.:

\$1,5 трлн от международного туризма

+5% рост среднего чека на туриста



Регионы восстановились с разной скоростью

Разрыв определялся сроками открытия границ и авиасообщением:

- **Ближний Восток и Африка** восстановились быстрее всех
- **Европа** вернулась к доковидным объемам умеренными темпами
- **АТР** достиг показателей 2019 года только к 2025 году из-за позднего открытия границ



Спрос направлений сместился от традиционных к нишевым

В 2025 году Европа доминирует по масштабу (809,6 млн прибытий)

Но АТР, Америка и Ближний Восток формируют более высокий средний чек на туриста

В топ-10 среди наиболее популярных среди граждан РК направлений (по доходам) впервые вошли:
Италия, Япония, Турция, Китай и Австралия



Пять факторов стимулирования туризма

Изолированные меры (только визовая либерализация или только рост рейсов) не дают устойчивого результата без одновременного усиления остальных драйверов

Воздействие одного фактора малоэффективно



Крупные события формируют долгосрочный рост

Для нишевых направлений
событийный туризм запускает структурный сдвиг и инерцию спроса

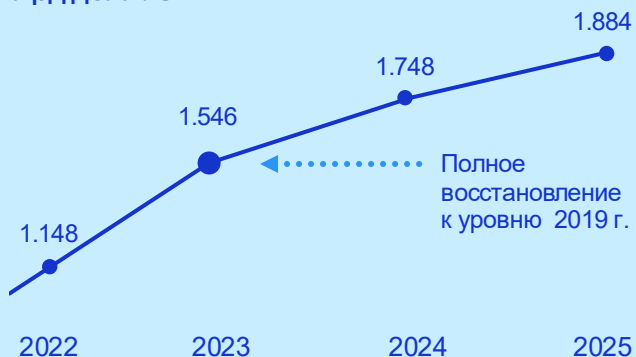
Для зрелых хабов
эффект ограничивается пиком без долгосрочного следа

Международный туризм 2022–2025 гг.

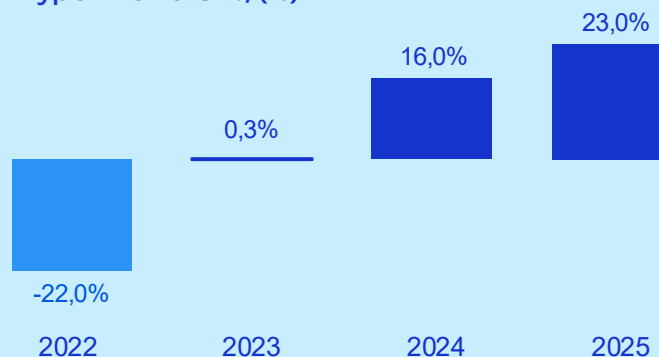
Уже восстановился до допандемийного уровня 2019 г,
формируя собой все большую долю от общемирового ВВП

В 2025 году глобальные доходы от внешнего туризма приблизились
к значению 2 трл долларов США

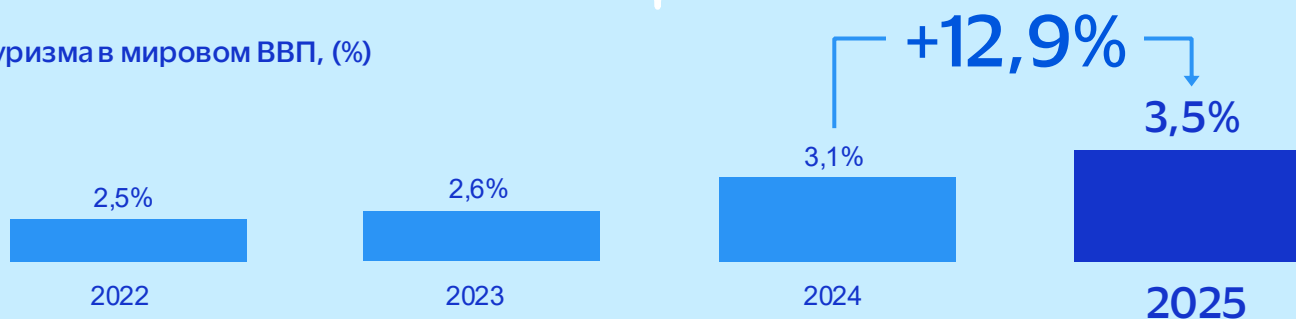
Доходы от международного туризма,
млрд долл. США



Динамика восстановления
к уровню 2019 г., (%)



Доля туризма в мировом ВВП, (%)



Общемировой выездной туризм
вышел из фазы восстановления после
пандемии и переходит
к этапу роста

В 2025 году индустрия опережала
допандемийный
уровень 2019-го года
на 23% по доходам

Значительное увеличение
доли вклада туризма
в мировой ВВП
говорит об опережающем
росте индустрии относительно
экономики в целом

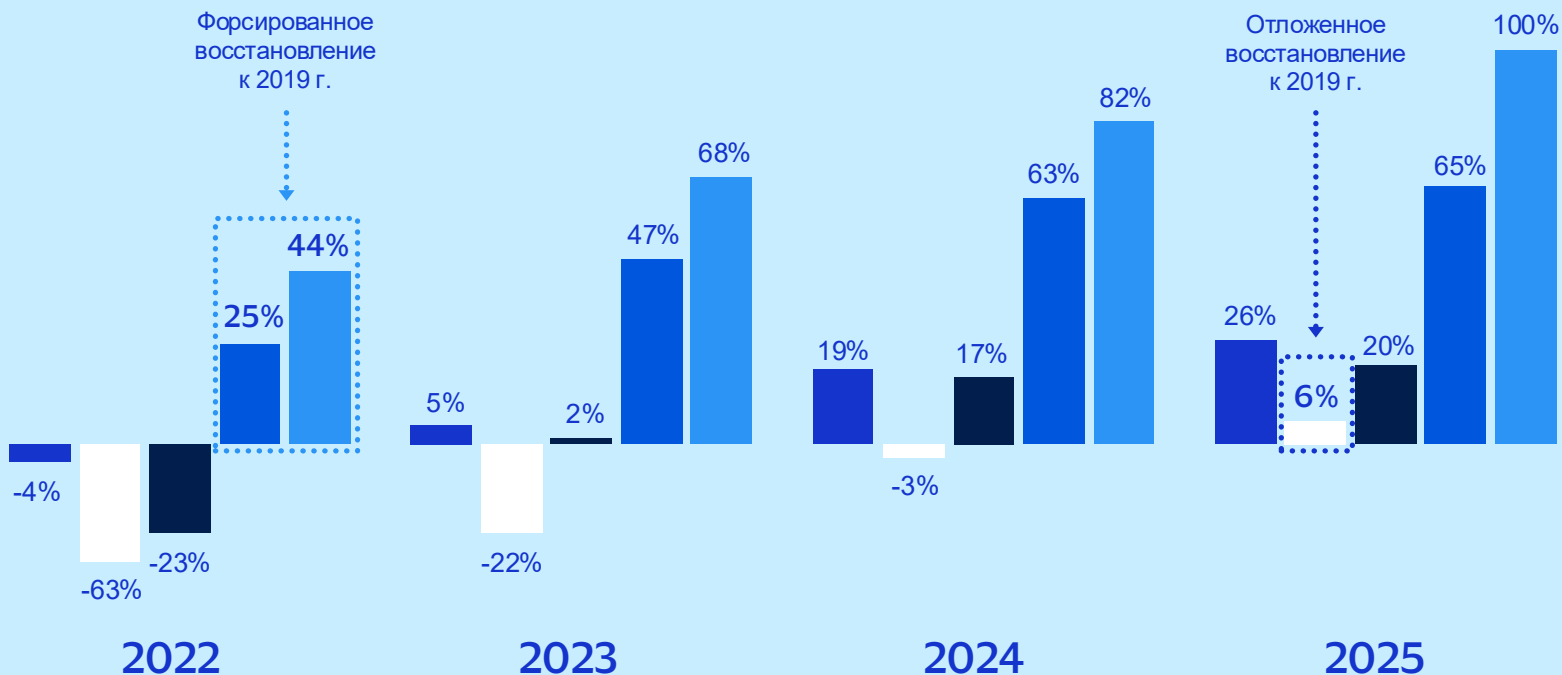
Восстановление выездного туризма было неравномерным

Африка и Ближний Восток нормализовались быстрее, Азия догоняла из-за позднего открытия границ

Ключевые регионы полностью восстановились после эпидемии COVID-19

Доходы от международного туризма по регионам, изменение год к 2019 г., %

● Европа ● АТР ● Америка ● Ближний восток ● Африка



Ближний Восток и Африка

продemonстрировали ускоренные темпы роста, восстановившись быстрее всех регионов

Европа

восстановилась полностью при умеренном темпе

Азиатско-Тихоокеанский регион

догнал собственные показатели 2019 г. только к 2025 г. по причине позднего открытия границ

В 2025 году Европа доминирует по масштабу (809,6 млн прибытий)

АТР, Америка и Ближний Восток формируют более высокий средний чек на туриста

Количество туристов и средний чек формируют региональный «туристический валовый продукт»

Абсолютные объемы туризма в 2025 г. по регионам мира



В 2025 году Европа доминировала по масштабу (809,6 млн прибытий)

АТР, Америка и Ближний Восток

формируют более высокий средний чек в размере на 1 туриста

Африка представляет наименьший интерес

для внешних туристов как с точки зрения количества туристов, так и среднего объема трат

Топ-4 туристических направлений среди граждан РК

остаются неизменными год к году (2022 vs 2025), остальные места у новых игроков

ТОП-направлений: как изменилась география с 2022 по 2025, доходы от международного туризма, млрд долл. США

● Выбыли из Топ-10 ● Новые в Топ-10



Ключевые тренды актуальные для РК 2025

- **Рост путешествий ради событий:** концертов, спорта и культурных событий
- **Целевые маршруты** (гастротуризм, эко-туризм) увеличивают продолжительность поездки и средний чек
- **Путешественники** отдают предпочтение направлениям и операторам, поддерживающим экологичный туризм
- **Планирование, бронирование и траты** в поездке всё чаще происходят через мобильные каналы с использованием AI
- **Лояльность и CVP travel-карты** становятся ключевым триггером при выборе направления

Эффективные меры стимулирования выездного туризма



Глобальные данные показывают:

Устранение одного барьера без остальных дает непропорционально малый эффект.

Источник: Visa Direct Global Cross-Border Report, Arevin, A.T. (2024). Analysis of the Effect of Prices and Quality of Facilities on Tourist Visit Decision, Visa, Global Travel Intentions Study. Публичные данные.



факторов

Каскадная модель



Визовая либерация

- Упрощение визового режима, e-visa, visa-free и ускоренные процедуры повышают конверсию интереса в поездку
- Рынок e-visa вырастет до \$9,1 млрд к 2033 году



Авиационная доступность

- Рост прямых рейсов и low-cost маршрутов расширяет географию поездок за пределы традиционных хабов



Ценовые стимулы

- Цены оказывают значимое влияние на выбор туристического направления
- Рассрочки и финтех-партнёрства снизили барьеры на пути к дорогостоящим поездкам



Партнерская экосистема

- Партнёрская экосистема объединяет авиакомпании, отели, банки, платёжные системы в рамках единой лояльности
- Участники программ лояльности возвращаются чаще, чем клиенты OTA (Online Travel Agency)

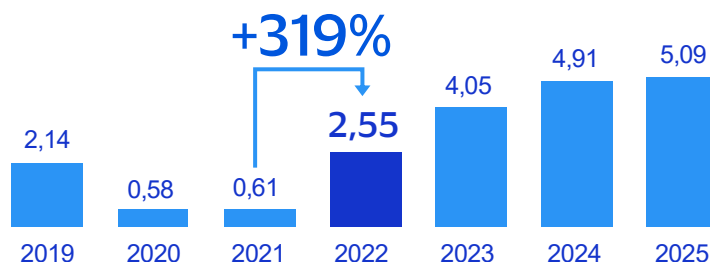


Цифровые платежи

- Цифровые платежи устраняют финансовую непредсказуемость и психологический барьер поездки
- 74% путешественников считают цифровые кошельки обязательным элементом поездки

Крупные события сочетают в себе 5 драйверов выездного туризма и формируют долгосрочный рост развивающихся направлений, при этом популярные направления имеют лишь минимальный всплеск после крупных событий

Катар «Чемпионат мира по футболу 2022»



Динамика турпотока, млн



Визовая либерация

- Naaua Card - бесплатная виза в Катар до 90 дней
- Fast-track виза в Францию для болельщиков (48 ч vs. 15 дней)



Авиационная доступность

- 800+ временных рейсов в Францию
- 15 новых маршрутов из Азии и Ближнего Востока



Ценовые стимулы

- Пакеты от \$80/ночь
- Рассрочка на 6 месяцев через FIFA Hospitality в Катаре



Партнерская экосистема

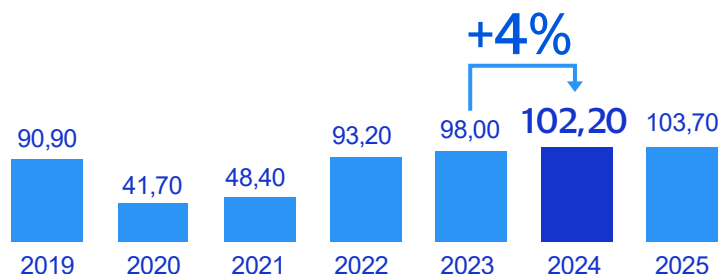
- Naaua Platform - единая точка входа (билеты, транспорт, отели, оплата)



Цифровые платежи

- Paris2024 App - 12 платёжных методов (Visa, Alipay, WeChat Pay)

Франция «Летние олимпийские игры 2024»



Крупные события работают как акселератор, а не генератор спроса:

Катар уже строил туристическую инфраструктуру, ЧМ-2022 лишь ускорил переход на новый уровень

Эффект события обратно пропорционален зрелости направления:

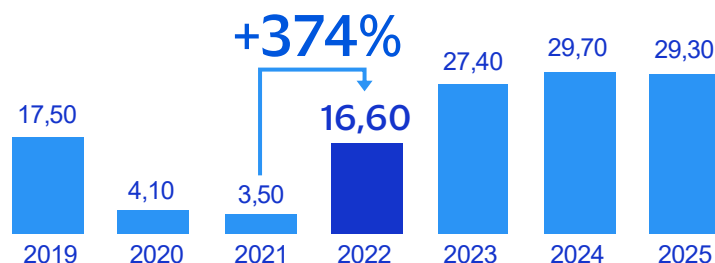
развивающиеся рынки (Катар) фиксируют структурный сдвиг +20% к базе, зрелые (Франция) минимальный временный всплеск

Глобальный тренд:

событийный туризм смещается в сторону развивающихся направлений

Кейсы Саудовской Аравии и Германии подтверждают паттерн: развивающиеся направления фиксируют структурный рост, зрелые - временный всплеск

Саудовская Аравия «Формула-1, Гран-при Джидды 2022»



Динамика турпотока, млн



Авиационная доступность

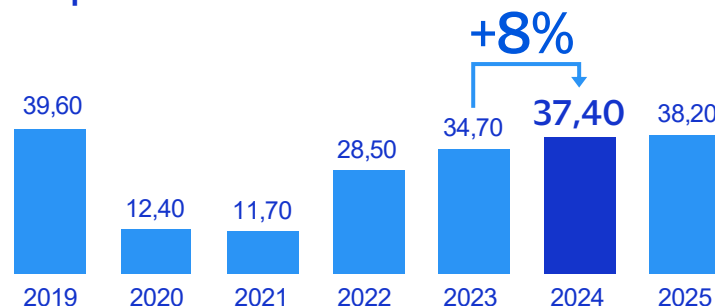
- Рейсы Flynas совместно с Saudi Tourism Authority
- Ryanair добавил ~2 000 мест на рейсах во Франкфурт-Хан
- Georgian Airways и Wizz Air запустили рейсы, синхронизированные с расписанием сборных



Партнерская экосистема

- Платформа Saudi Experiences (150+ активностей в 15+ направлениях на 10 языках)

Германия «Евро-2024»



Ценовые стимулы

- Бесплатный 36-часовой Fan Travel Pass на городской и региональный транспорт, специальный тариф Deutsche Bahn
- Эксклюзивный Interrail Pass Euro 2024 только для держателей билетов на матчи

Саудовская Аравия выстраивает постоянную туристическую экосистему вокруг F1:

Saudi Experiences, Visit Saudi и Flynas работают в связке круглогодично, событие становится точкой входа

Германия показала рекордный краткосрочный эффект (€7,44 млрд экономического импакта от Евро-2024), **однако уже в Q1 2025 иностранный турпоток снизился на -2,9%**

Обзор туризма из Казахстана

Куда ездят, где и когда тратят картодержатели Visa
из Казахстана



Выездной туризм

крупный денежный поток с высоким чеком на туриста

1

В 4 раза

больше тратит выездной турист, чем внутренний.

При этом более половины всех расходов оплачивается до выезда за рубеж - авиабилеты и турпакеты.



Казахстанский выездной спрос

стал более диверсифицированным

В топ-5 направлений 2025 года — Турция, Узбекистан, Грузия, Таиланд

ОАЭ уступил позиции, что отражает сдвиг в географии спроса по сравнению с 2022 годом

Турция сохраняет лидерство, Узбекистан вырвался на второе место



Казахстанские путешественники стали тратить больше

2

Растет суточный spend и общий объем расходов за рубежом

Рост зафиксирован как по среднесуточным тратам, так и по совокупному объёму



Структура трат

казахстанских путешественников сосредоточена в стандартных cross-border категориях

Основные статьи расходов за рубежом:

Шопинг, питание и размещение

Выездной туризм формирует высокий объем трат

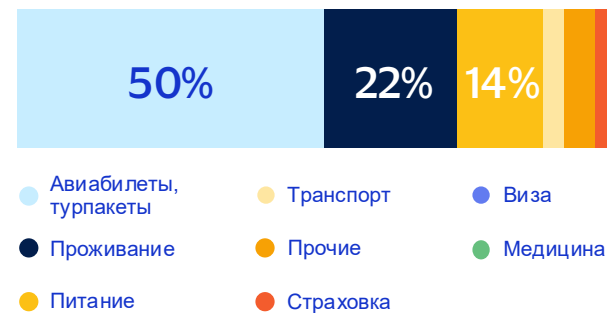
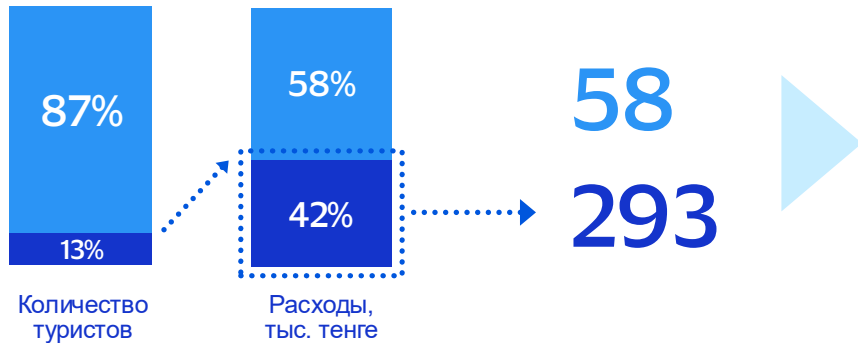
13% туристов создают 42% расходов, при этом более половины затрат остается в локальной экосистеме

● Внутренний ● Выездной

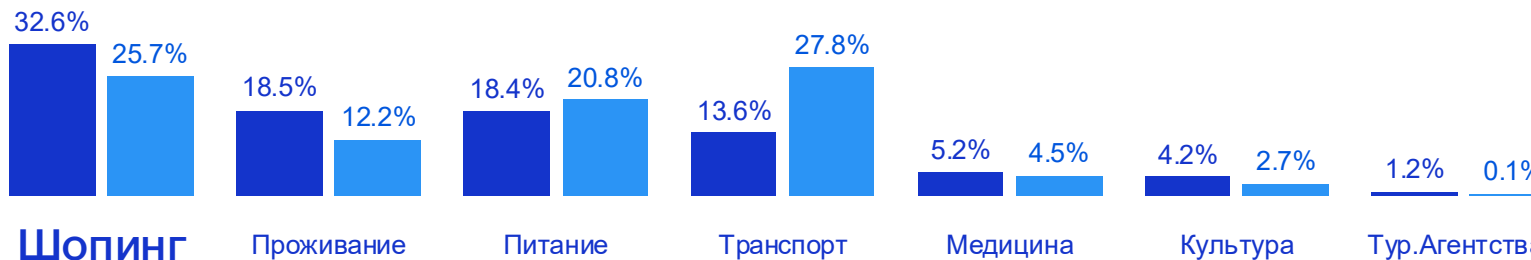
Соотношение внутреннего и внешнего туризма из РК, 2025

Расходы на 1 туриста РК, тыс. тенге 2025

Структура расходов по выездному туризму из РК, % 2025



Сравнение структуры расходов по типам туризма граждан РК: внутренний vs выездной, % 2025



Средний выездной турист Казахстана формирует существенно более высокий средний чек

X4 по сравнению с внутренним

65%

всех трат по выездному туризму приходится на этап до выезда за рубеж, формируя основной доход локальных мерчантов

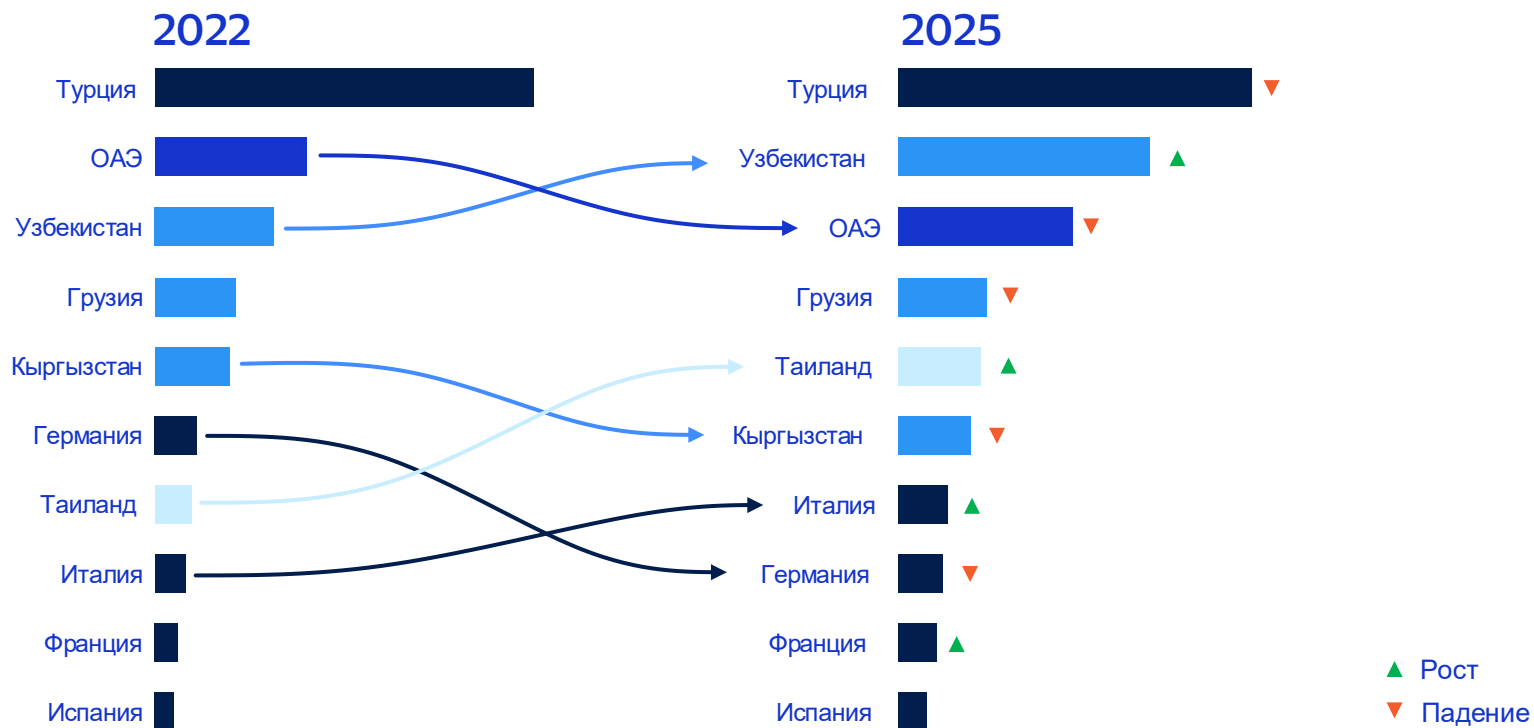
Структура потребления по отраслям предсказуемо смещена в сторону Travel-Related категорий и Шоппинга

География зарубежной транзакционной активности карт

из Казахстана стала более диверсифицированной

Куда едут казахстанцы: как изменилась география массового travel-сегмента с 2022 по 2025 годы (доля активных карт)

Азия и Тихоокеанский регион СНГ* Европа Ближний восток



География поездок казахстанцев меняется

Турция по-прежнему остаётся топ направлением, однако, её доля сократилась на четверть в 2025

Узбекистан реализовал потенциал ближайшего соседа и совершил резкий скачок

Доля Таиланда растёт

Тогда как европейские страны сохраняют небольшую, но стабильную долю

Топ-5 стран для казахстанских путешественников

структура объёма и интенсивности трат

Топ-5 популярных туристических стран,
2025 год



ОАЭ

Обеспечивают как абсолютный объем трат, так и высокий средний SPAC

Турция

Дает средний объем платежей, и относительно низкий чек, который сопоставим с показателем Узбекистана – традиционно массовое направление

Для Казахстана есть 2 возможности

- Mass-направления с высоким PV (Турция)
- Работать с премиальными направлениями (ОАЭ)

Топ-15 городов для казахстанских путешественников

структура объёма и интенсивности трат

Топ-15 популярных городов,
2025 год

● Общий объем платежей, миллионы \$ ● Траты на 1 карту, \$



Дубай

Первое место по числу туристов
и по ежедневным тратам на карту

Для граждан РК

ни один другой город мира
не сочетает такой масштаб
потока с таким высоким
ежедневным чеком

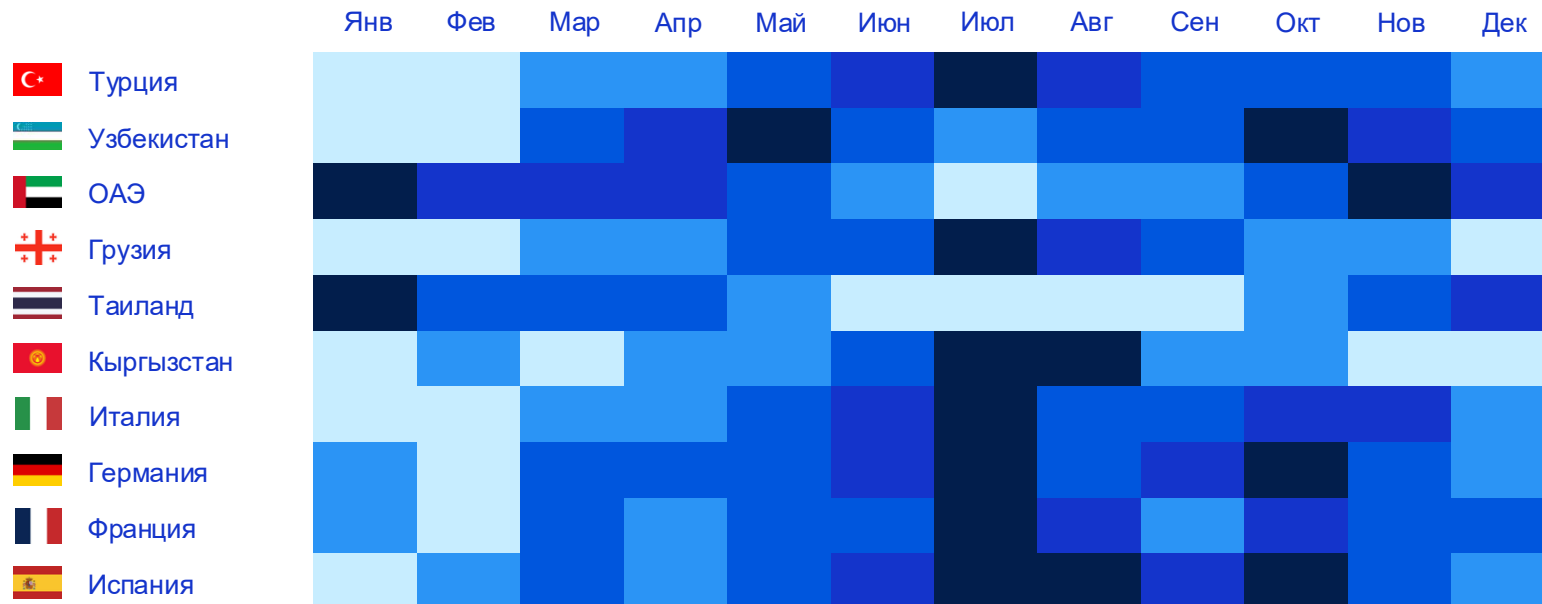
Самарканд, Бухара и Хива

Пока дают небольшой поток,
но >\$100 в день на карту - осознанные
поездки с конкретным бюджетом,
а не массовый туризм

Сезонный профиль направления

ключ к управлению travel-оборотом клиентов банков круглый год

Распределение трат казахстанцев по направлениям,
2025 год



% выражен = активные карты в текущий месяц
по стране / все уникальные карты, которые были
в стране за 2025 год



В январе в ОАЭ

Фиксируется присутствие половина
от всех годовых карт

В Таиланде

Доля больше

Два направления
поддерживают travel-оборот
в низкий сезон, когда
остальные рынки снижаются

Поток в большинство стран
сосредоточен в летний сезон

Узбекистан

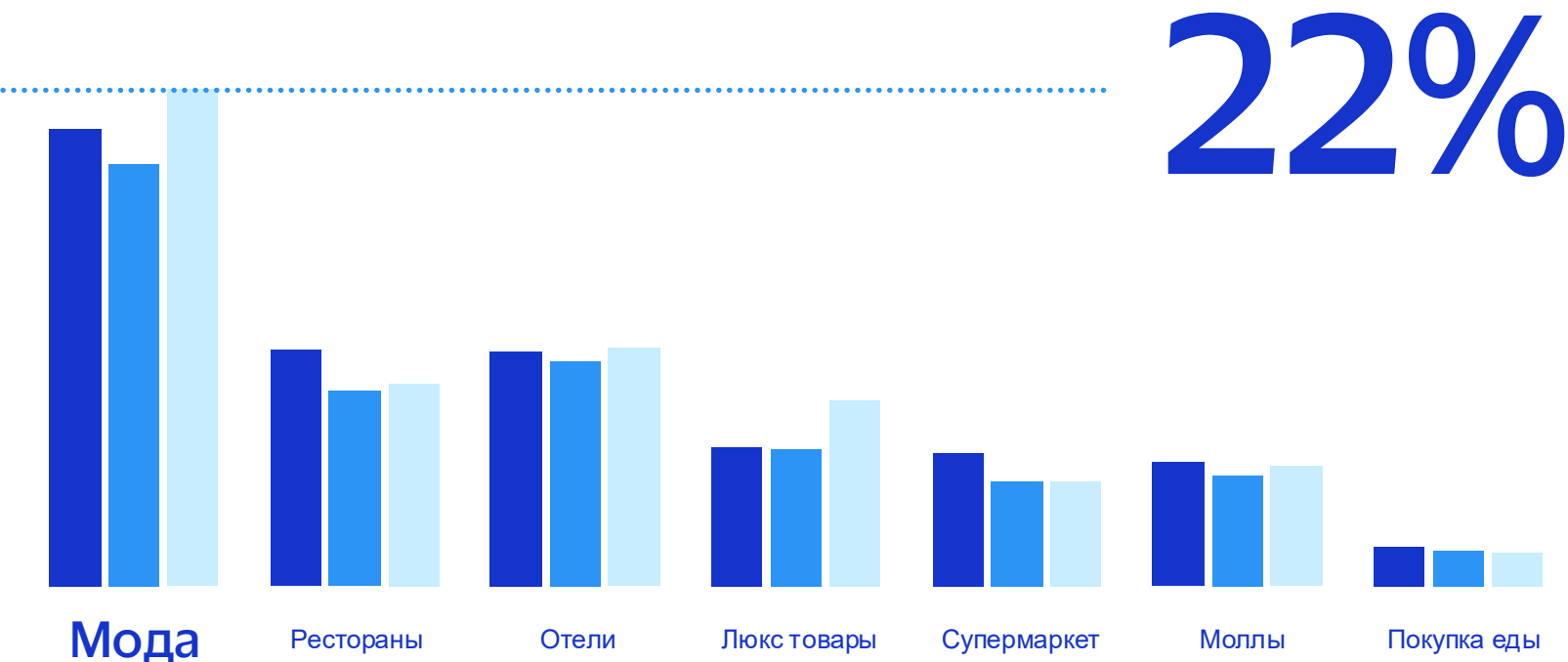
Единственное направление
с равномерным потоком весь год . Приznak
деловых и практичных поездок.

Расходы казахстанских путешественников за рубежом ориентированы на стандартные ХВ-категории

шопинг, питание и размещение

Структура трат карт из Казахстана и соседних стран по основным категориям за 2025 год

● Казахстан ● Узбекистан ● Кыргызстан



Шопинг является основным драйвером трат в поездках

На моду и шопинг приходится большинство зарубежных расходов - больше, чем на проживание и рестораны

Кэшбэк на одежду может быть более востребован

Казахстанским travel-клиентом, нежели стандартные бонусы за авиабилеты и аренду номеров в отелях

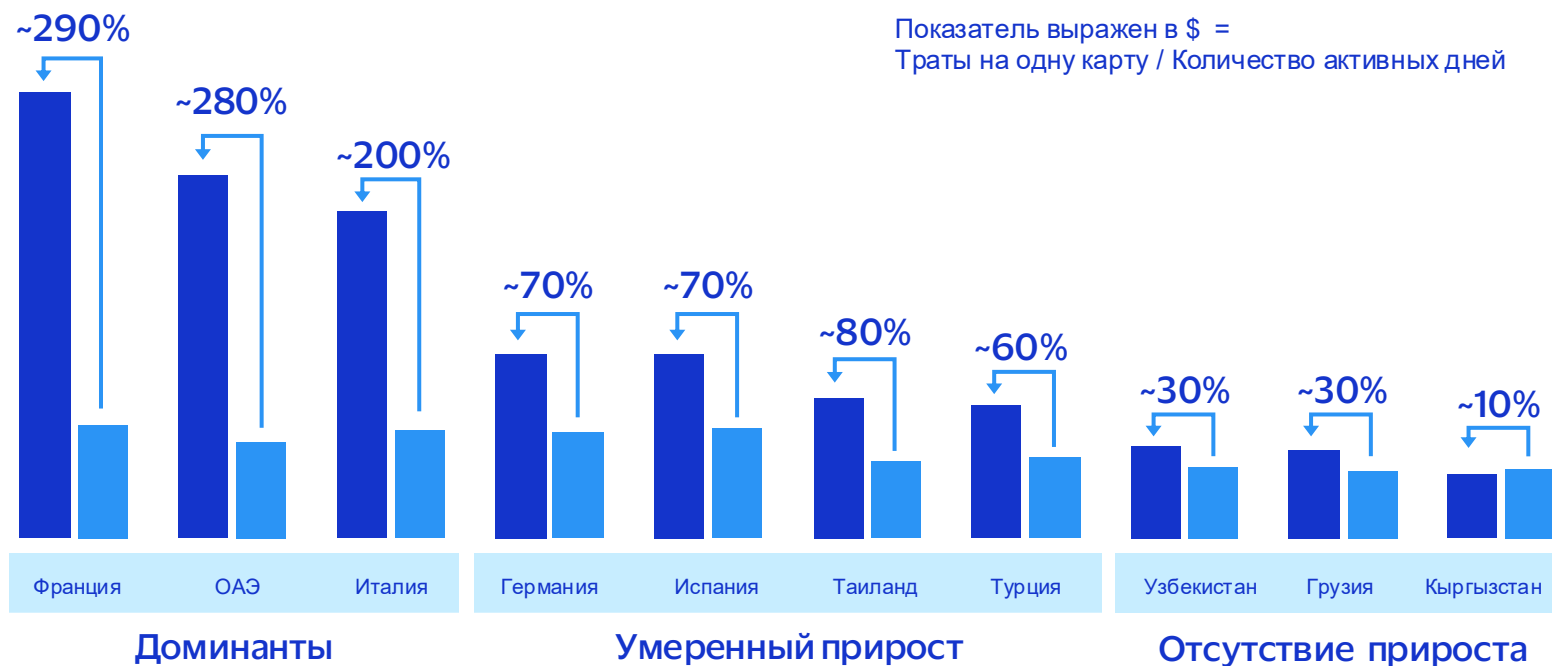
Дальность и «премиальность» направления определяет интенсивность трат

до 4х раз выше по сравнению с «доместиковыми» объемами

Суточные траты на одну карту (\$/день) по трем группам стран: за границей и в Казахстане в разрезе 10 направлений за 2025 год

● За границей

● В Казахстане



Первая группа стран

ОАЭ, Италия и Франция
Премиальная группа:
за границей траты в 3–4 раза
выше домашнего уровня

Вторая группа стран

**Германия, Испания,
Таиланд, Узбекистан,
Турция, Грузия** - траты
на 1 человека выше
на 60-75%, чем в РК

Третья группа стран

В Кыргызстане
картодержатели тратят
даже меньше, чем дома

Турция

Располагает инфраструктурой для семейного масс-отдыха, премиум resort-поездки и культурно-просветительского формата туризма

Универсальное сбалансированное направление

~50% трат - городской туризм (Стамбул), + 6 п.п. с 2022 до 2025

~45% трат - курортный туризм (Анталья, Мугла, Измир)

Стоимость пакетного тура растет

~30% ежегодно



Поведение
картодержателей

Mass

- Мода – ключевая категория
- Низкий уровень доверия к карточным платежам

Premium

- X2 оборот к Mass-клиенту
- Отели, дьюти-фри, мода, люкс, мед-услуги



Локализация
спроса



Узбекистан

Направление практичных городских поездок с высокой долей бизнес-сегмента.

Масс не склонен доверять карточным платежам

ТОП-3 стран по числу туристов, посетивших Узбекистан в 2025 году

Кыргызстан **3,3 млн**

Таджикистан **2,7 млн**

Казахстан **2,7 млн**

Больше деловых транзитных поездок, исторические города в сумме
< 15%



Источник: [Stat.uz](https://stat.uz); Данные о транзакциях Visa



Поведение
картодержателей

Mass

- Большинство, траты ≈ 4.7 тыс. \$ на карту
- Наличные, повседневные покупки, размещение

Отели

Торговые центры

Рестораны

Супермаркеты

Покупка еды

Мода

Жилищные услуги

Premium

- Выражен слабо
- Меньше по числу, траты ≈ 5.7 тыс. \$ на карту

Отели

Торговые центры

Рестораны

Мода

Супермаркеты

Покупка еды

Жилищные услуги



Локализация
спроса



2022

2025

92%		Ташкент		88%
3%		Самарканд		4%
2%		Бухара		1%
<1%		Хива		<1%
3%		Другие		6%

Одно из самых премиальных направлений: премиум-клиент тратит почти в 5 раз больше массового, высокое доверие к картам

Ускоренный рост посетителей из Казахстана (~10% год к году)

один из лучших среди стран СНГ

Казахстан является вторым по величине туристическим рынком для эмирата Рас-эль-Хайма



Поведение картодержателей

Mass

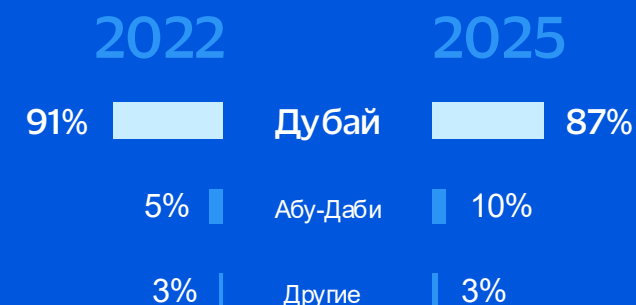
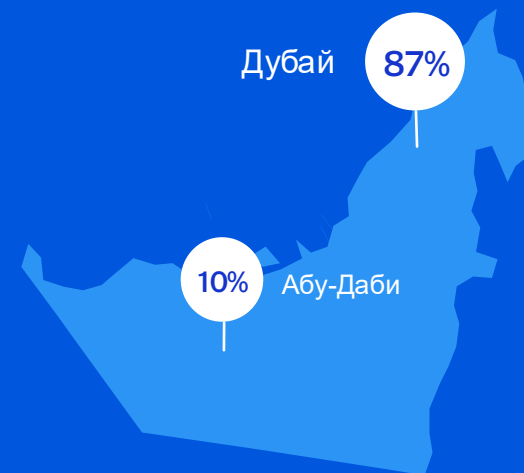
- Большинство, траты ≈ 7.7 \$ тыс. на карту
- Базовые отели, повседневные покупки, не-lux шопинг

Premium

- X5 оборот к Mass-клиенту
- Небольшой премиум генерирует сопоставимый с масс оборот



Локализация спроса



Грузия 🇬🇪

Городское и гастрономическое направление с умеренным премиальным апгрейдом, а не ярковыраженный курорт/люкс

200K+ гостей из РК посетили Грузию в 2024 году, расходы выросли на 32%

В начале 2025 года турпоток из Казахстана упал на 22% из-за участвовавших отказов на границе

Казахстан остается в топ-6 стран по числу визитов в Грузию



Источник: tengrinews.kz; Данные о транзакциях Visa;



Поведение картодержателей

Mass

- Короткие поездки “по-соседски”, средние траты ≈ 4.5 тыс. на карту
- Высокая доля «кэша» в обоих сегментах

Рестораны

Отели

Супермаркеты

Мода

Покупка еды

Развлечения

Premium

- X2 оборот к Mass-клиенту
- Меньше «люкса», больше расходов на уникальный локальный опыт

Рестораны

Отели

Мода

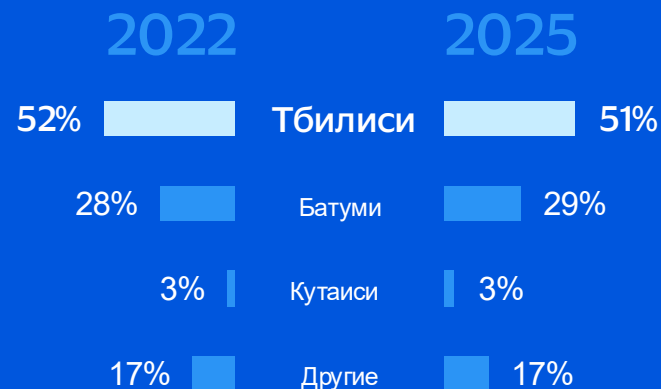
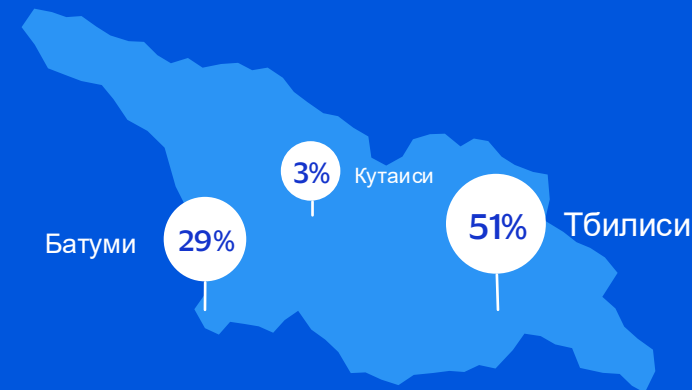
Супермаркеты

Покупка еды

Топливо



Локализация спроса



Таиланд

Направление массового отдыха со стабильно высокой долей наличных в обоих сегментах

Безвизовый режим — до 90 дней

За полгода, действует с 2024 года между Казахстаном и Таиландом

«Top 100 City Destinations Index»

По рейтингу, Бангкок принял 30,3 млн иностранных туристов в 2025 году — больше любого города на планете



Источник: Данные о транзакциях Visa;
euromonitor.com/top-100-city-destinations-index-2025



Поведение
картодержателей

Mass

- 88% карт, траты $\approx$ \$5,7 тыс. на доступный отдых, акцент — еда и наличные
- Едут за впечатлениями, а не за шопингом

Premium

- 12% карт генерируют 26% объёма
- X2.6 оборот к Mass-клиенту



Локализация
спроса



События, стимулирующие поездки



Влияние крупных событий на РК

На насыщенных направлениях (например, ОАЭ) даже масштабное событие (концерт BSB и Calvin Harris) даёт лишь **умеренный прирост ×1,6**

На нишевых/несезонных рынках эффект **в разы сильнее ×6** (Баку летом) может быть связано с эффектом низкой базы



Мегасобытия сдвигают уровень спроса

После Экспо-2025 в Осаке турпоток казахстанцев в Японию вырос на **46% весной и 76% осенью**

Эффект длился минимум 8 месяцев, а не ограничился датами события



События влияют на выездной поток

Три различных сценария, и каждый требует своей стратегии продукта

Разовый всплеск даёт пик на 1–2 дня, катализатор поднимает базовый уровень на месяцы, а накопитель собирает спрос и «выключает» его после даты



Спад после события — не провал, а сигнал, что накопленный спрос уже реализован

Паломники дают тройной поток карт

Но тратят на заезде и отъезде, а не в дни самих обрядов



Для банков тип события — готовая инструкция по продукту

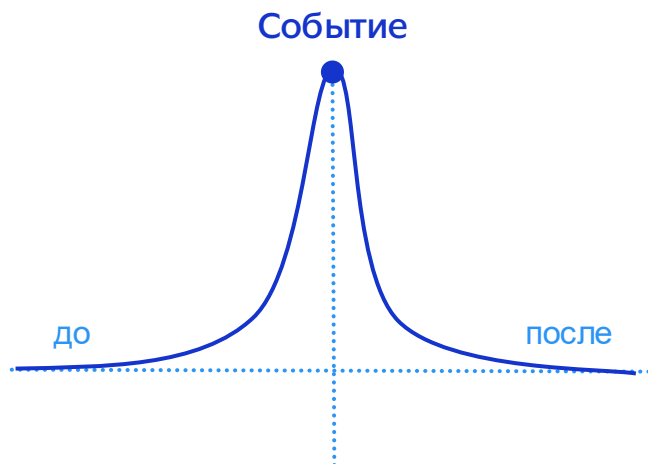
Под всплески нужны короткие пакеты на 1–2 дня

Под катализаторы сезонные кампании с октября

Под накопители специализированные карты

Как события влияют на поток: три модели поведения, в разрезе которых рассматриваются события

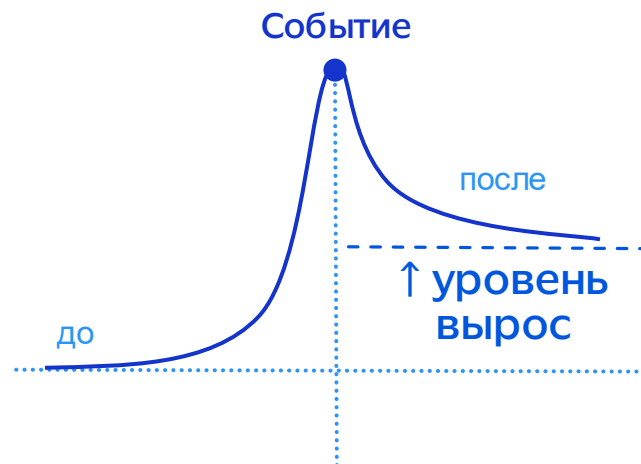
Тип 1: Разовый всплеск



Поток резко растет в день события и возвращается к норме за 1-2 дня. Без события кривая транзакционной активности не отклоняется от нормы.

Примеры:
музыкальные концерты, гонки F1

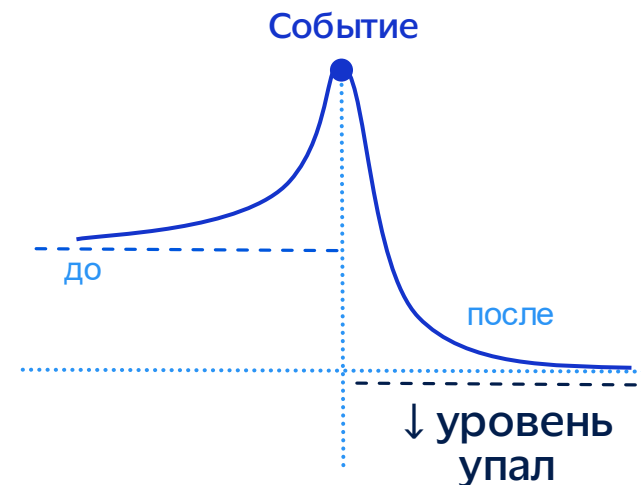
Тип 2: Событие-катализатор



После события базовый уровень активности закрепляется выше первоначального. Направление открылось для новой аудитории, эффект растягивается на месяцы.

Примеры:
Экспо-2025, Гран-при Абу-Даби, Катар 2024

Тип 3: Спад после события



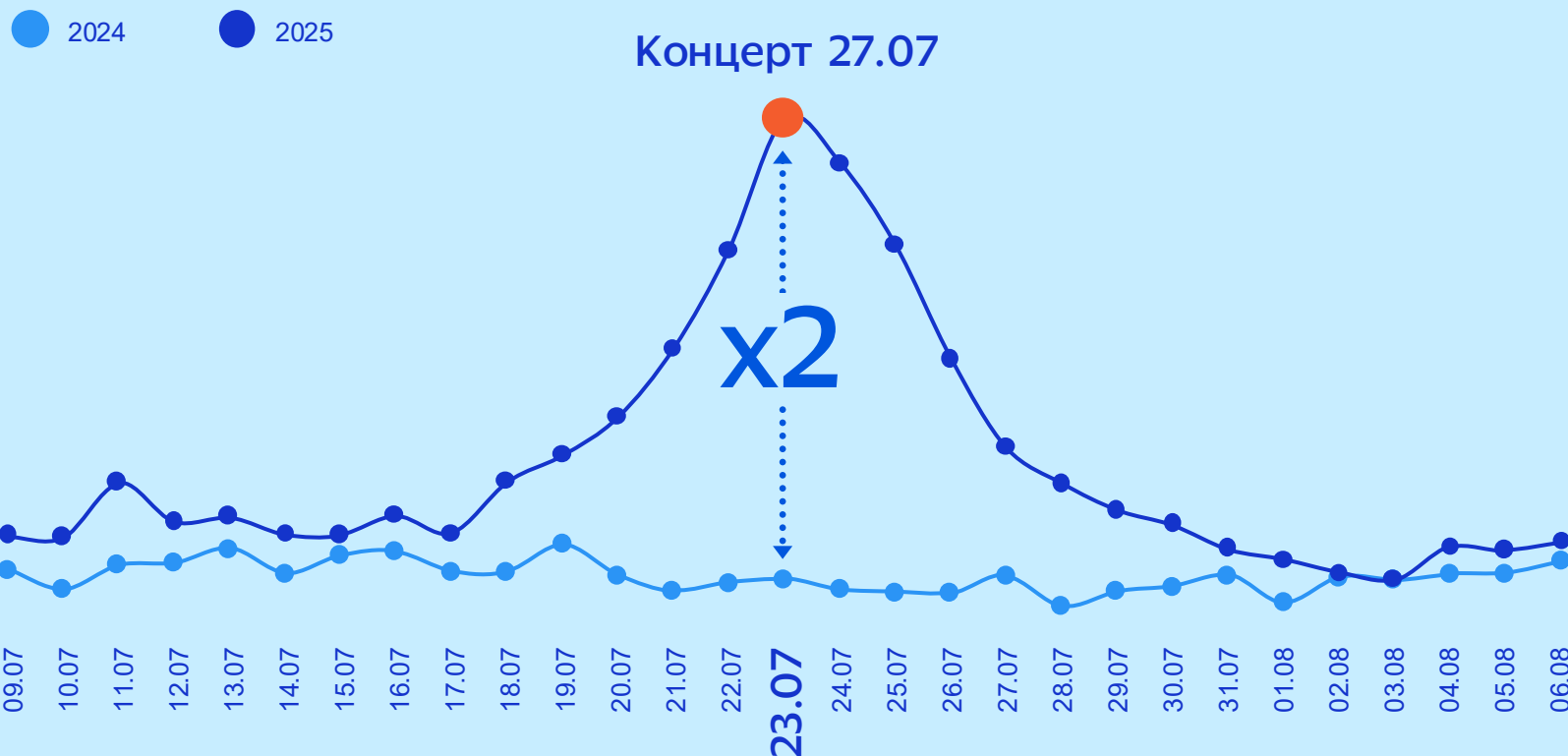
Спрос нарастает до события, после – падает ниже нормы. Накопленный спрос уже реализован.

Примеры:
Хадж, Кантонская ярмарка, Рамадан

Разовые всплески - концерты и спорт

Событие

Концерт Джастина Тимберлейка в Грузии поднял количество активных карт в 2 раза выше традиционного в высокий сезон лета.



Оценка эффекта *
между городами

**В день концерта
поток карт достиг
пика — вдвое выше
уровня последних
недель и того же дня
2024 года**

Всплеск изолированный:
в 2024 году в эти дни роста нет.

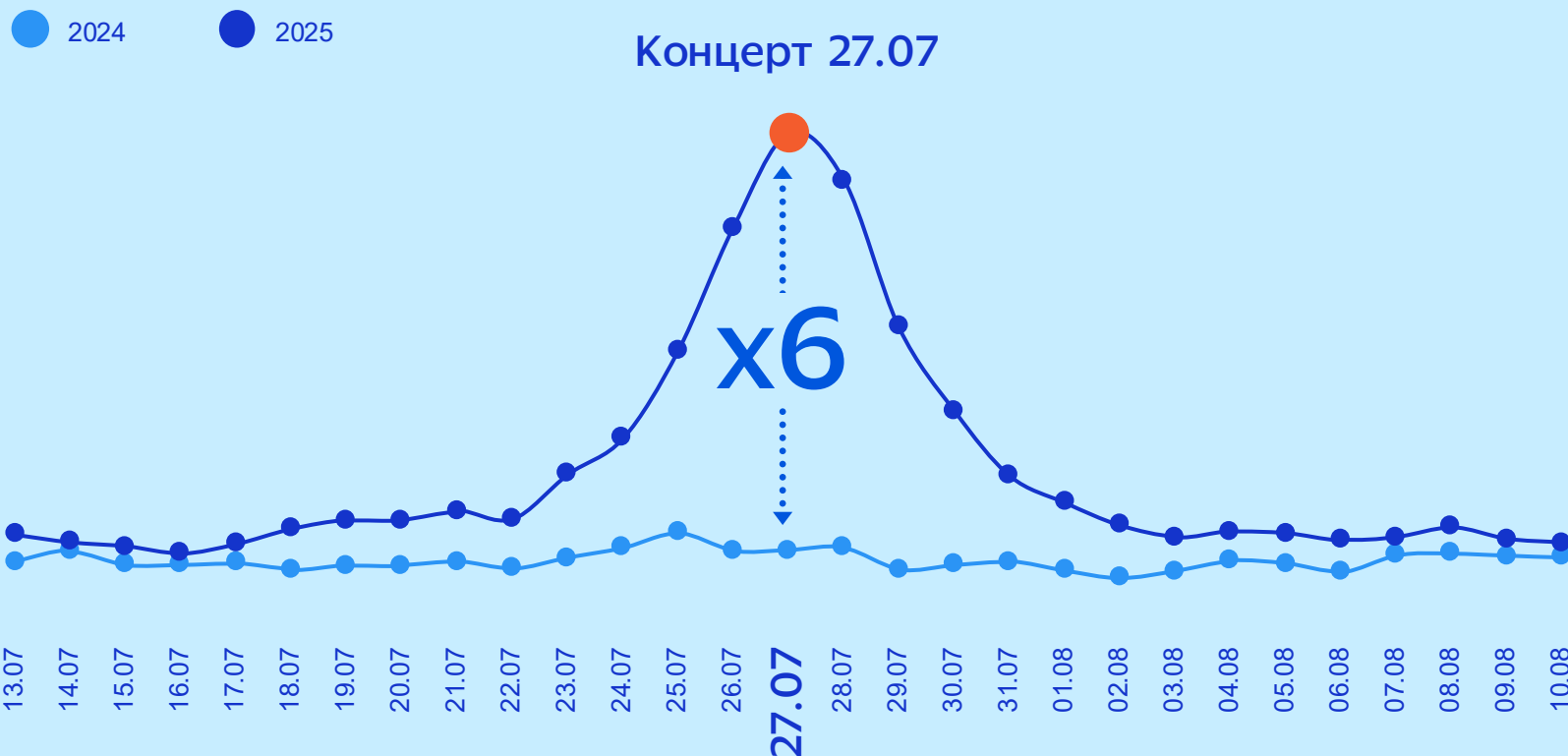
Активность повышена 3–4 дня
до концерта (гала-эффект)
и около недели после.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

Разовые всплески - концерты и спорт

Событие

Концерт Джастина Тимберлейка в Баку дал более резкий подъем в части количества активных карт



Оценка эффекта *
между городами

**Более резкий подъем,
чем в Тбилиси:
пик почти в 6 раз
выше «нормы»
в низкий сезон**

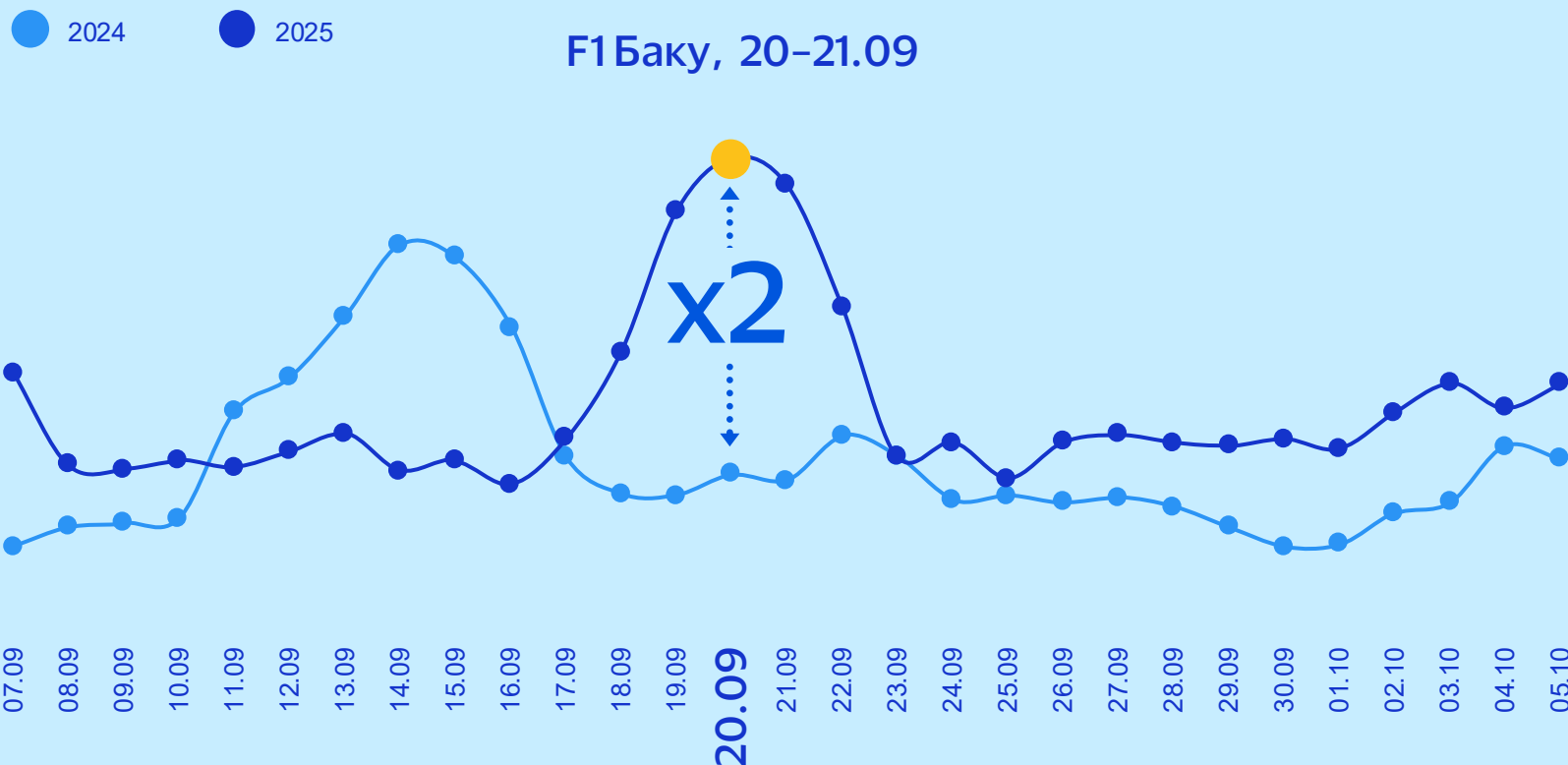
При вдвое меньшем потоке
Баку почти догнал Тбилиси
по суммарному обороту – более
высокие транзакционные аппетиты.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

Разовые всплески - концерты и спорт

Событие

Гран-при «Формулы-1» в Баку — ежегодный сентябрьский всплеск с предсказуемой датой. Относительный и абсолютный рост интереса к событию ниже, чем к концерту.



Оценка эффекта *
между городами

Гонка дает пик в третьей декаде сентября.

Аудитория автоспорта традиционно имеет более высокий чек.

Дата известна заранее, поэтому спрос полностью прогнозируем

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

Разовые всплески - концерты и спорт

Событие

Хадж имеет характерную двойную структуру:
спад в дни религиозных обрядов и всплески в остальных частях путешествия



Оценка эффекта *
между городами

Двойная структура активности

траты до и после религиозных обрядов,
а не во время.

В дни обрядов карточные расходы снижаются

паломники снижают транзакционную активность, пики
приходятся на заезд и отъезд.

Окно Хаджа смещается

по лунному календарю и известно
заблаговременно – основа
для планирования туров.

Гала-эффект до события

после завершения Хаджа паломники резко покидают
летнюю Саудовскую Аравию.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

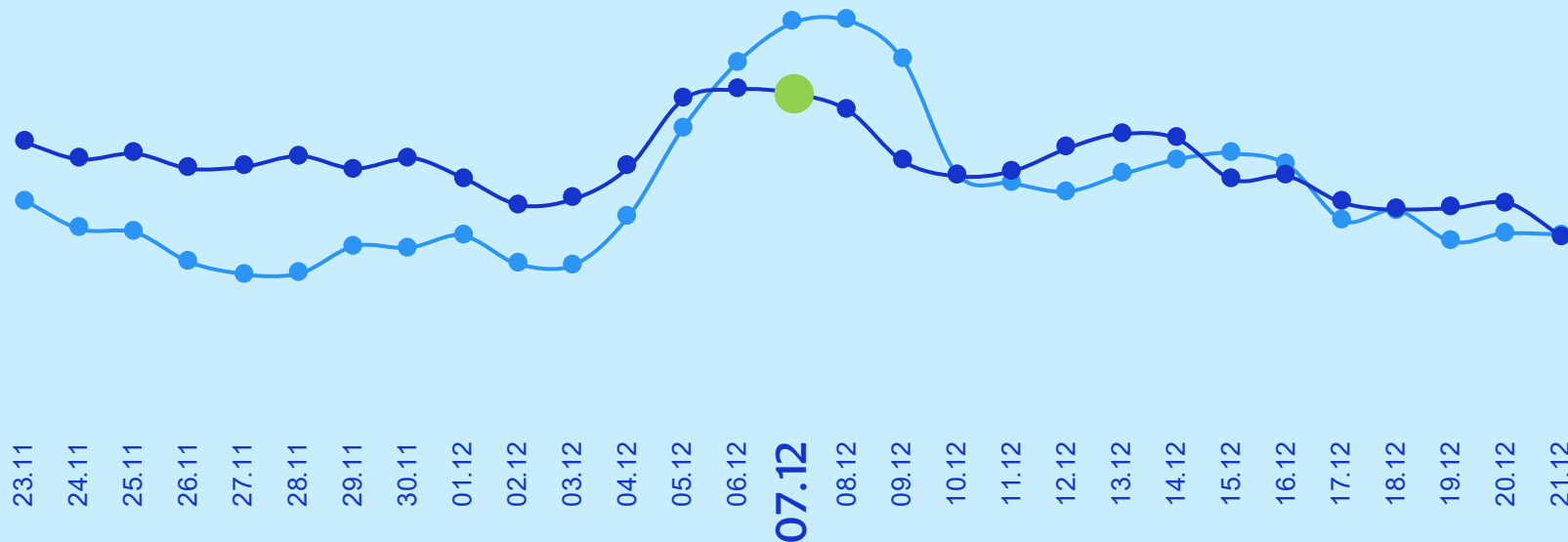
События-катализаторы которые разгоняют сезон

Событие

Гран-при Абу-Даби поднимает поток каждый год — но по картам пик 2025-го скромнее, чем в 2024-м

● 2024 ● 2025

F1+Eminem, 07.12



Оценка эффекта *
между городами

Событие-катализатор

Общий уровень растёт, но пик активности ниже, чем годом ранее — ограниченный эффект события на спрос.

Однако, по деньгам эффект куда заметнее

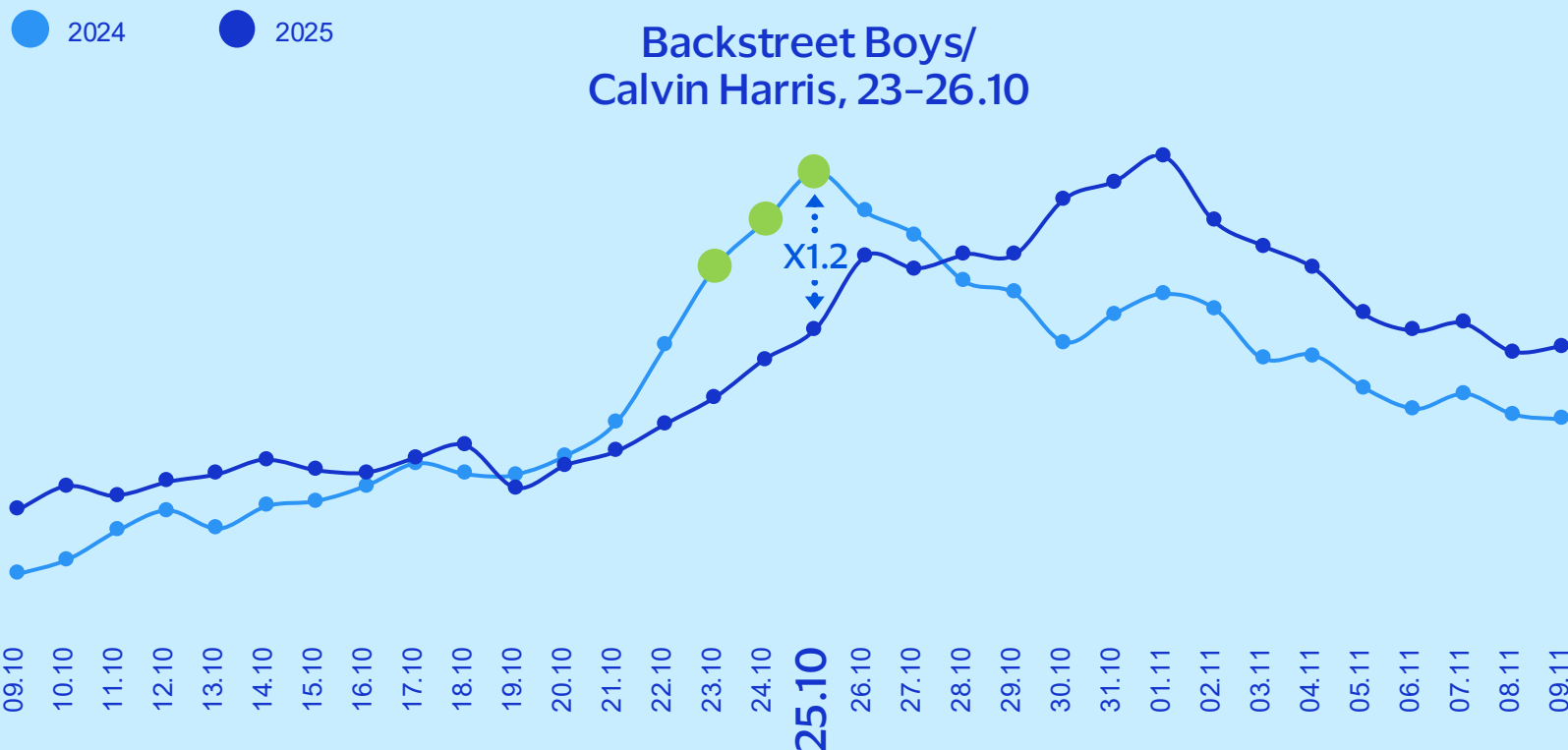
2025-й привлёк не больше гостей из РК, а более состоятельную аудиторию.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

События-катализаторы которые разгоняют сезон

Событие

Осенние концерты запускают начало зимнего сезона в Дубай с ограниченным эффектом на поток туристов из РК



Оценка эффекта *
между городами

Кластер концертов обеспечил более значительный рост в 2024 году, но год спустя пик сместился.

В дни BSB и Calvin Harris (23-26 октября) 2024 года оборот достиг резкого пика именно на этих датах

В 2025-м в эти же дни резкий рост отсутствует, несмотря на наличие крупных концертов.

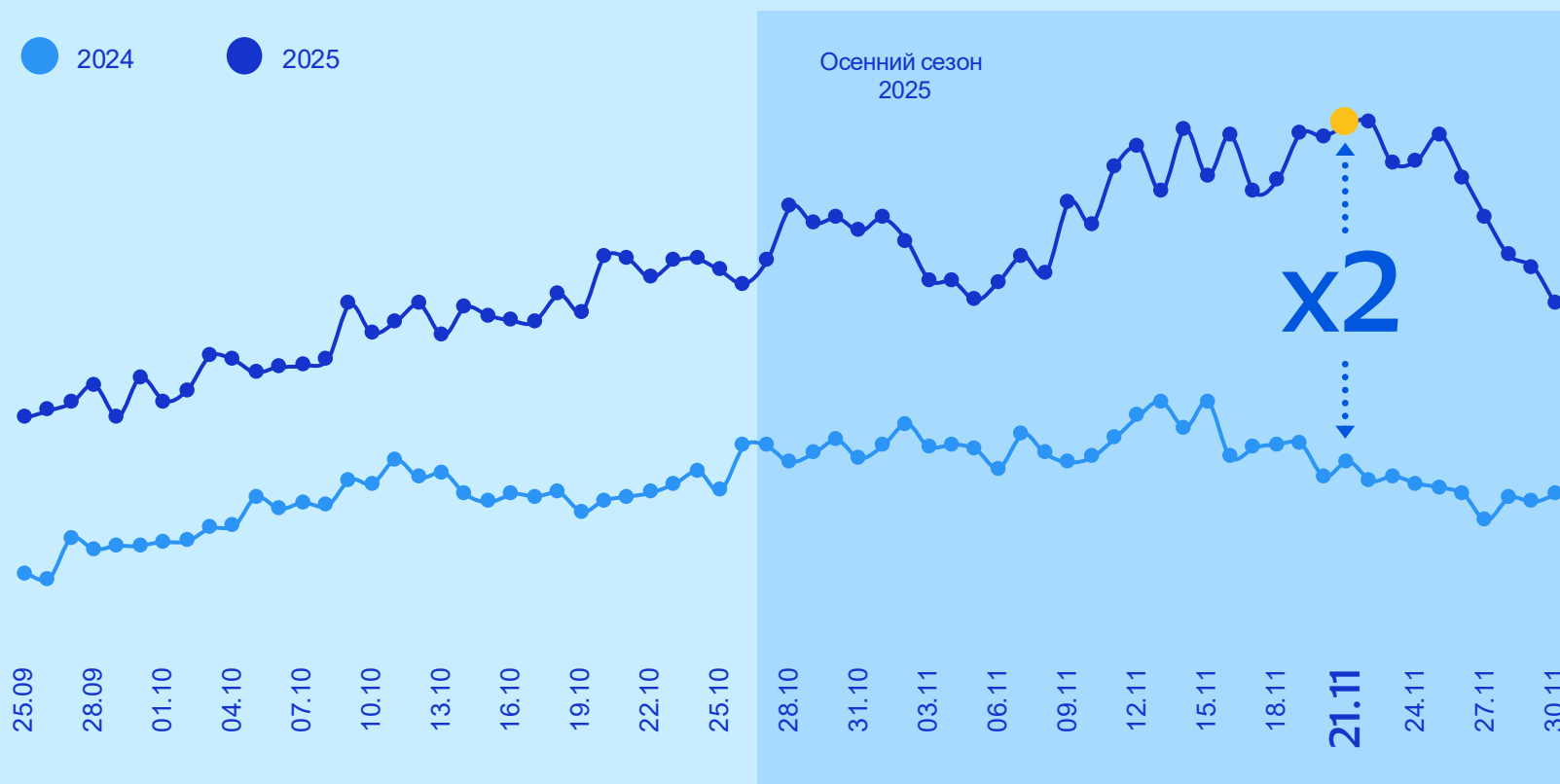
- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

События-катализаторы которые разгоняют сезон

Событие

Последствие Экспо 2025 в Осаке: осенний сезон (25.10-30.11) в Японии вырос на 76% к прошлому году

● 2024 ● 2025



Оценка эффекта *
между городами

Эффект мегасобытия (Экспо 2025)

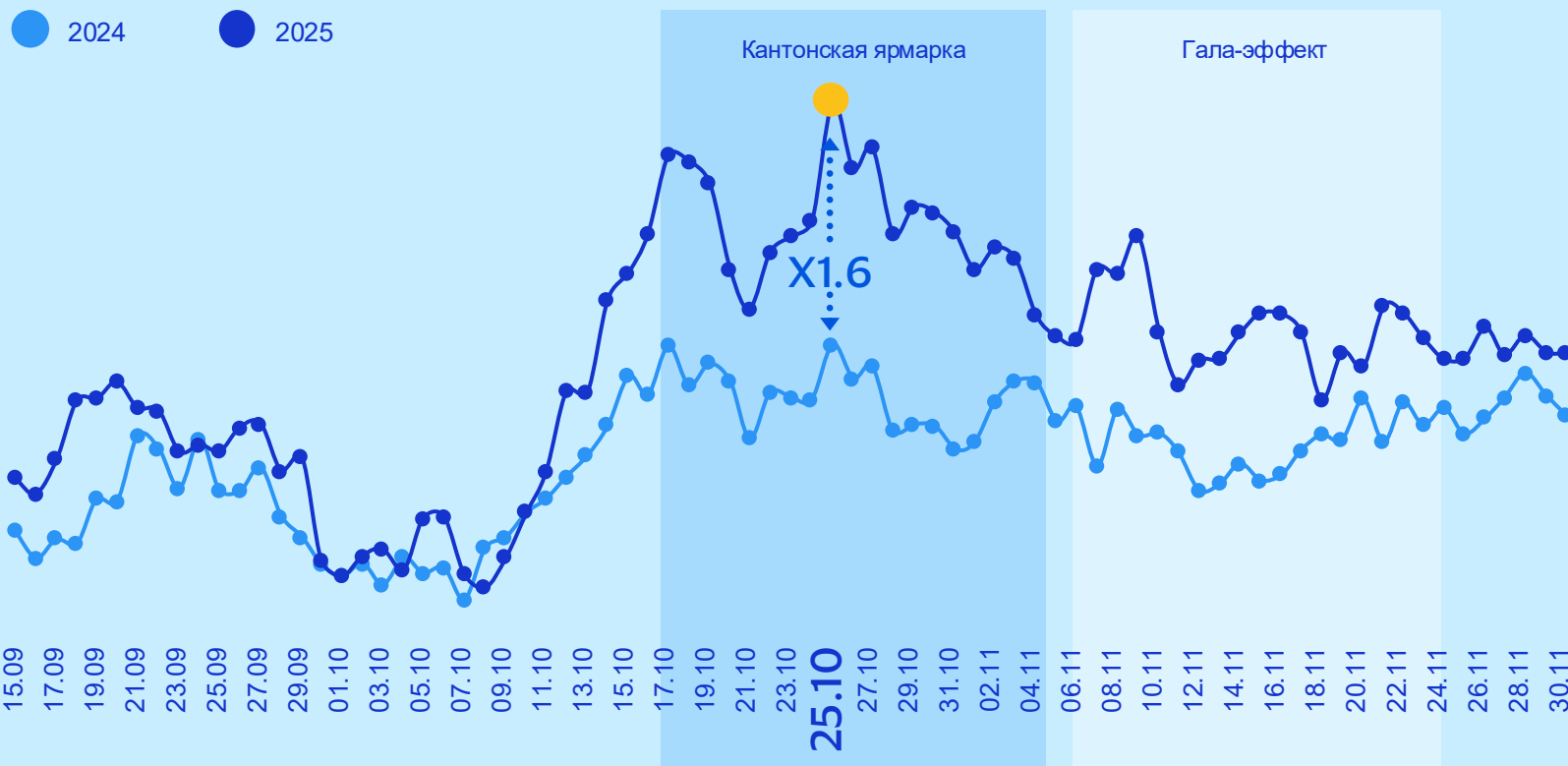
Сформировал «премию» на протяжении долгого периода времени, наложившись на эффект сезонности в Японии.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

События-катализаторы которые разгоняют сезон

Событие

Кантонская ярмарка проходит дважды в год в Китае, регулярный и планируемый поток осенью и весной с деловыми целями поездки



Оценка эффекта *
между городами

Регулярное деловое окно с
предсказуемой периодичностью

Осенняя сессия

поток вырос в 1.6 раз, расходы — \$303
на карту в день указывают на оптовые
B2B-закупки, а не туризм.

Повышенная активность
сохраняется и после
закрытия ярмарки

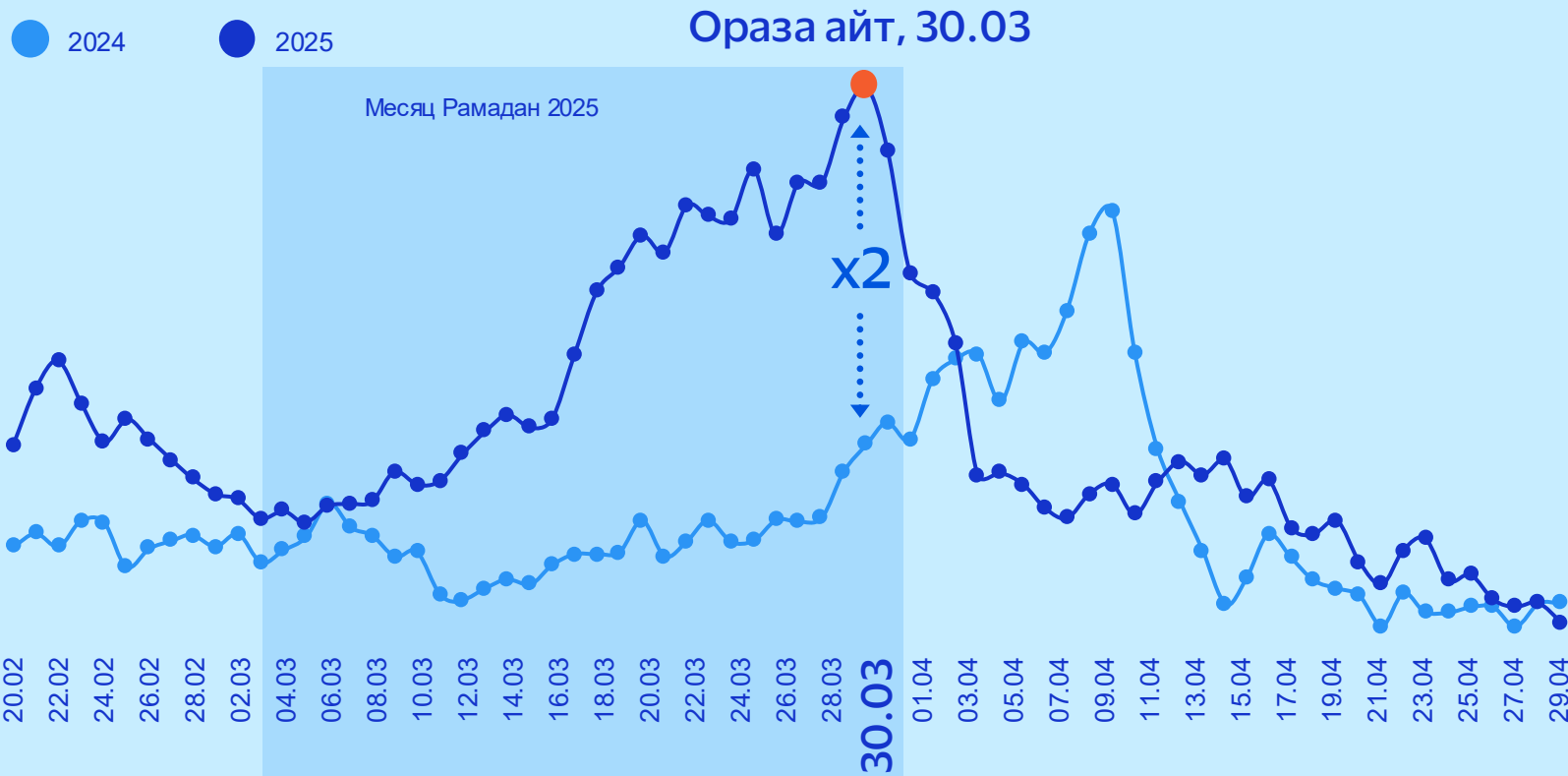
Ярмарка проходит дважды в год
по известным датам — спрос
полностью прогнозируем.

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

Спад после события - концерты и религиозный туризм

Событие

Религиозный туризм в Саудовской Аравии: спрос накапливается к Ораза айт, а затем резко снижается



Источник: Данные о транзакциях Visa



Оценка эффекта *
между городами

Паломнический туризм

большой поток, скромный оборот

Поток вырос

вдвое к предыдущему году

Спрос нарастает

к концу Рамадана и достигает пика на Ораза Байрам

После возвращения паломников

активность резко снижается

- +50% роста к базовой активности
- * +50-100% роста к базовой активности
- +100% роста к базовой активности

Праздники Казахстана: куда едут в длинные выходные

Основные выводы по секции



Национальные праздники РК

- Наурыз и День Республики поднимают активность по всем направлениям одновременно
- Новый год почти монополюно ведёт в ОАЭ (+40% в 2025)
- Религиозные праздники (Ораза айт, Курбан айт) формируют отдельный паломнический сегмент с ростом до +189% по Саудовской Аравии

Предсказуемые триггеры выездного спроса



География спроса кочует за солнцем

Зимой и весной
безальтернативный
ОАЭ

Летом климат разворачивает
спрос в сторону
Грузии



Несколько мотивов накладываются на одну дату

В 2025 году совпадение Наурыза с Рамаданом дало Саудовской Аравии

+149% вместо суммы двух отдельных эффектов

Эффекты перемножаются, а не складываются



Праздничный календарь РК

Поскольку решение о поездке принимается за 2–3 недели, кампании нужно запускать заранее под каждую дату

Готовый маркетинговый план банка и туристических агентств на год вперед



Религиозные праздники живут по собственному календарю и формируют отдельный сегмент

Ораза айт даёт Саудовской Аравии рост до +189% — сильнейший скачок года по отдельному направлению

Религиозные и зимние праздники

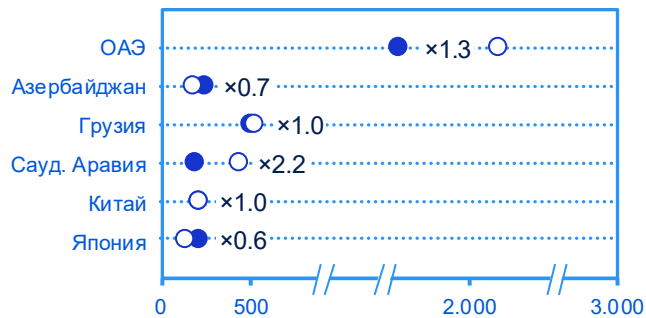
Концентрируют выездной поток в ОАЭ, Саудовскую Аравию

Активные карты Казахстана по направлениям: среднее в праздник 2025 года vs. годовая норма, карт/день

● Среднее ○ Период

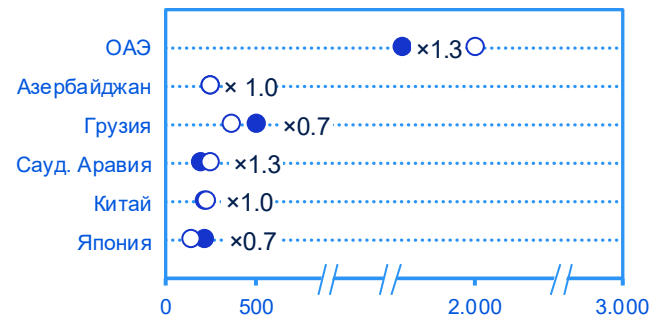
Новый год

01.01–07.01



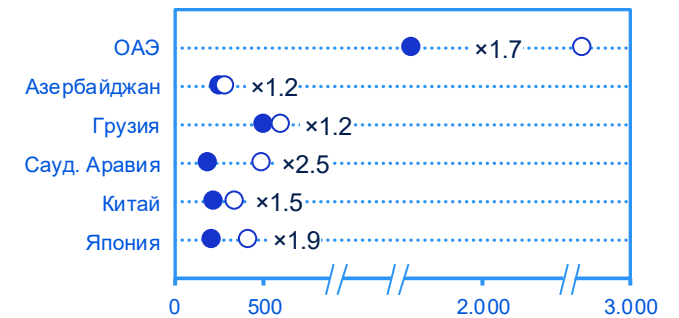
Женский день

08.03–10.03



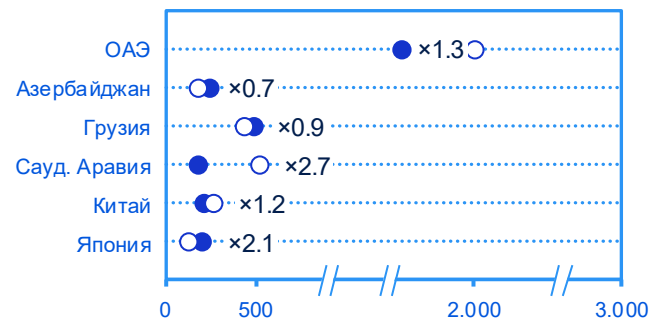
Наурыз

21.03–25.03



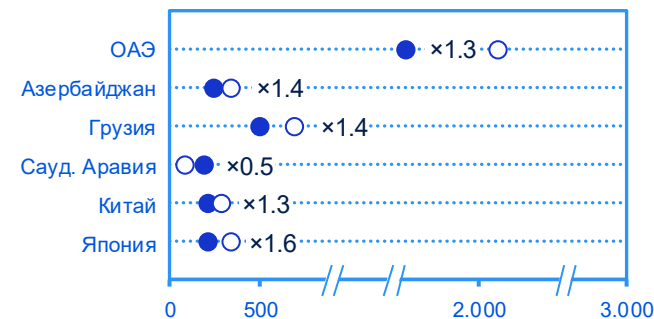
Ораза айт

29.03–01.04



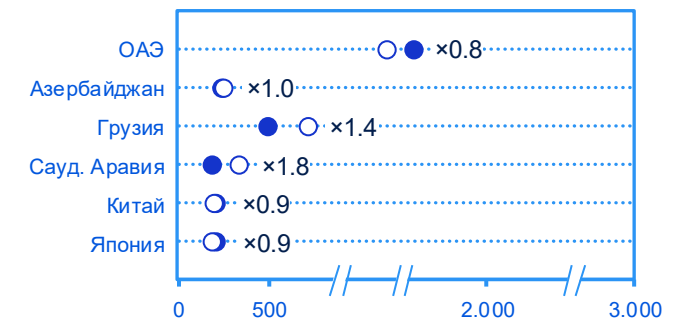
День Победы

09.05–11.05



Курбан Айт

06.06–09.06



Государственные праздники

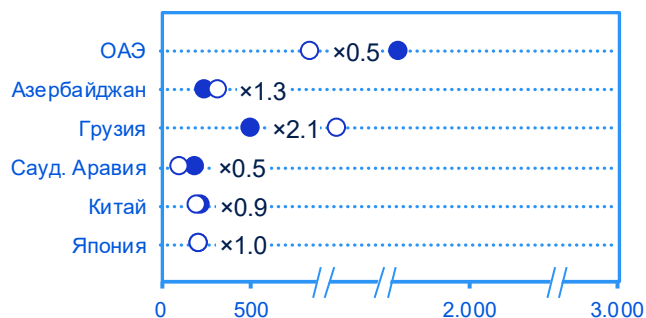
Не создают универсального спроса: летом спрос уходит в Грузию, зимой возвращается в ОАЭ и Саудовскую Аравию

Активные карты Казахстана по направлениям: среднее в праздник 2025 года vs. годовая норма, карт/день

● Среднее ○ Период

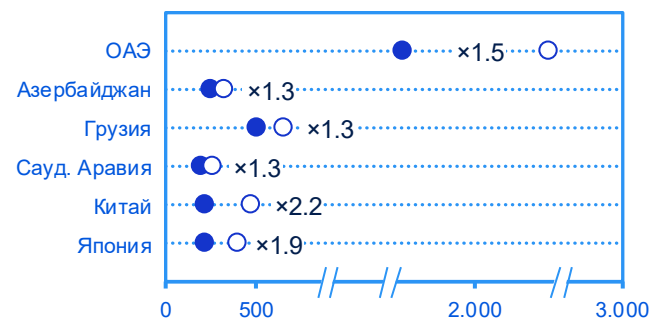
День столицы

05.07-07.07



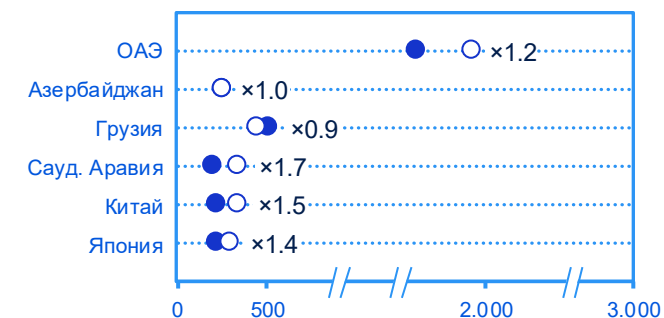
День Республики

25.10-27.10



День Независимости

16.12-17.12



- Наурыз (21–25 марта) мощнейший универсальный триггер выезда

Сильнейший эффект:

Саудовская Аравия ×2.5
Япония ×1.9

Единственный праздник, дающий значимый рост одновременно по всем 6 направлениям.

- Саудовская Аравия

Больше всего зависит от праздников: два пика Ораза айт ×2.7 и Наурыз ×2.5, что указывает на паломнический поток (Умра).

- ОАЭ

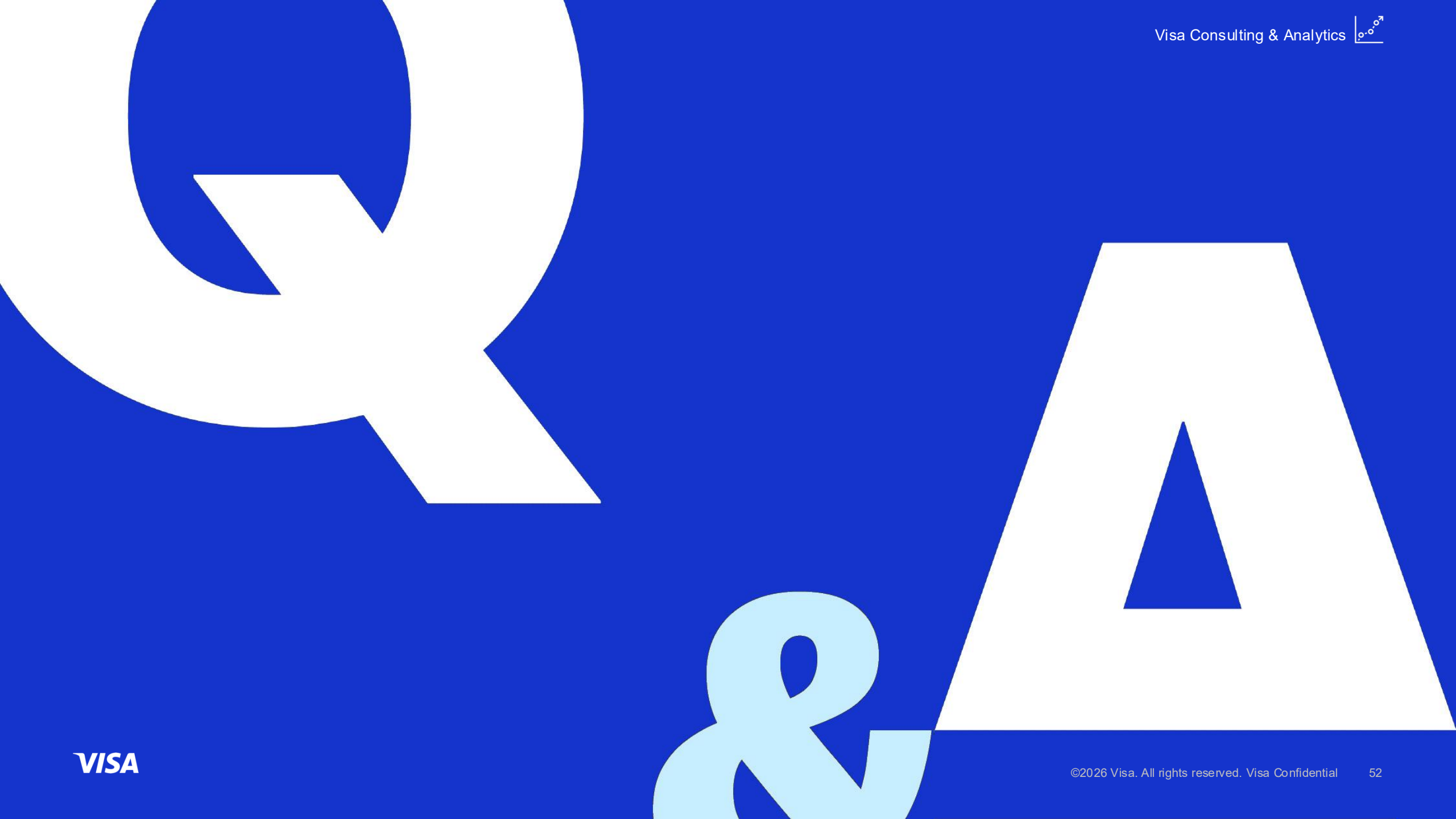
Крупнейший по объему рынок, но наименее «реактивный». Это объясняется тем, что ОАЭ - регулярное направление, не привязанное строго к праздникам.

- Грузия

Реагирует исключительно на летний сезон, а не государственные праздники.

- Китай

Устойчиво растёт в осенние праздники: День Республики ×2.17 - наивысший показатель среди всех направлений в этот праздник; Наурыз ×1.55. Во всех 10 праздниках показатель > 0.9 наиболее стабильное из 6 направлений.



Thank you