

# Бизнес-план по открытию ивент-агентства в Узбекистане

К 2025 году рынок ивент-услуг в Узбекистане находится в фазе активного роста и трансформации. Увеличение корпоративной активности, рост спроса на частные торжества, развитие digital-инфраструктуры и открытие страны для международных инвестиций создают уникальные условия для запуска современного, креативного и прибыльного ивент-агентства. Предприниматель, входящий в этот рынок сейчас, может занять прочную нишу при наличии чёткого позиционирования, гибкой стратегии и профессионального подхода к операционным и финансовым вопросам.

## 1. Рынок и тренды

Объём рынка услуг в Узбекистане достиг 136 трлн сумов уже в первые два месяца 2025 года, увеличившись на 12,2% по сравнению с аналогичным периодом 2024 года. Сфера ивент-услуг входит в тройку самых быстрорастущих направлений, уступая только IT и финтеху. Главные факторы роста — рост числа корпоративных заказчиков (85% компаний заявили о планах масштабирования), возрождение частных торжеств (средний чек свадьбы в Ташкенте превышает \$2,000), а также проведение международных выставок и форумов (Digital Uzbekistan, E-commerce Central Asia и др.). На рынке присутствуют как крупные агентства с историей (SEVENTEAM EVENTS, Master Event), так и небольшие команды фрилансеров. Однако нехватка системных игроков с технологическим и клиент-ориентированным подходом создаёт окно возможностей для выхода на рынок с моделью «умного агентства»: автоматизация процессов, цифровой маркетинг, работа с предоплатами, гибкие пакеты услуг.

## 2. Юридическая модель и налоги

Идеальной организационно-правовой формой для ивент-агентства является ООО. Это обеспечивает прозрачность, возможность работать с крупными клиентами (в том числе B2B и госзаказами), упрощённую отчётность и доступ к банковским продуктам. Процесс регистрации занимает 5–7 рабочих дней и включает подбор уникального наименования, утверждение устава, аренду юридического адреса и подачу заявления через портал My.gov. Стоимость — около \$300, включая все сборы и нотариальные расходы.

С налоговой точки зрения необходимо учитывать:

- 12% НДС, если выручка агентства превышает 1 млрд сумов в год.
- 7,5% налога на прибыль для малых предприятий с доходом до 10 млрд сумов; 15% — стандартная ставка.
- 12% социального налога на фонд оплаты труда в случае найма сотрудников.

Таким образом, при выручке \$10,000 в месяц и расходах около \$6,000, чистая налогооблагаемая прибыль составит \$4,000, из которых около \$600 уйдёт в качестве

налога на прибыль, а \$1,200 — в качестве НДС. Общая налоговая нагрузка — около \$1,800 в месяц.

### 3. Продуктовая линейка и формат оказания услуг

Услуги агентства делятся на четыре ключевых направления:

1. **Корпоративные мероприятия** — тимбилдинги, бизнес-форумы, стратегические сессии. Основной клиент — компании с выручкой от \$1 млн в год. Средний бюджет — от \$1,500 до \$5,000 за мероприятие.
2. **Свадебные торжества** — организация «под ключ» с подбором локации, оформлением, кейтерингом, ведущим и фото/видеосъёмкой. Бюджет варьируется от \$3,000 до \$10,000.
3. **Промо-мероприятия** — запуск новых продуктов, презентации брендов, организация стендов на выставках. Стоимость варьируется от \$800 до \$2,500.
4. **Аренда оборудования** — партнёрская модель с поставщиками света, звука, LED-экранов, проекторов. Комиссионная модель или фиксированная наценка.

Дополнительно агентство предлагает цифровые решения: виртуальные туры, онлайн-трансляции, регистрацию участников через QR-системы и SMM-сопровождение. Эти опции повышают средний чек на 10–20% и выделяют агентство на фоне более традиционных конкурентов.

### 4. Финансовая модель

Для старта потребуется от \$13,500 до \$17,000, включая следующие статьи: регистрация бизнеса, аренда офиса (на 3 месяца вперёд), закупка базового оборудования и программного обеспечения (ноутбуки, лицензии, CRM), разработка сайта и первичный маркетинг (включая таргетированную рекламу и создание кейсов), а также формирование резервного фонда на непредвиденные расходы.

Ежемесячные операционные расходы составят около \$4,900 и включают аренду офиса, фонд оплаты труда (4 сотрудника, включая менеджера по продажам, креатора, ивент-менеджера и бухгалтера), расходы на онлайн-рекламу и налоги.

При среднестатистической загрузке — 3 мероприятия в месяц со средним чеком \$2,500 — выручка составит \$7,500. После вычета расходов чистая прибыль — около \$2,600. При этом один удачный месяц (например, проведение крупной свадьбы или форума за \$10,000) способен покрыть все ежемесячные издержки и создать финансовую «подушку».

Окупаемость — от 8 до 18 месяцев в зависимости от активности продаж и сезонных факторов.

### 5. Маркетинг и продажи

Клиентская база делится на два сегмента:

- **B2B:** корпоративные заказчики, банки, логистические компании, ритейл. Привлекаются через LinkedIn, участие в отраслевых выставках, партнёрства с бизнес-центрами и отелями.

- **B2C:** молодые пары, семьи, частные лица. Привлекаются через Instagram, TikTok, WOM, Telegram-чаты.

Продвижение будет строиться на трёх китах:

1. **Визуальный маркетинг** — видеорепортажи, backstage, time-lapse с мероприятий.
2. **Партнёрский маркетинг** — коллаборации с блогерами, локациями, поставщиками, ресторанами.
3. **Контент-маркетинг** — гайды, чек-листы («как выбрать подрядчика на свадьбу»), кейсы.

Особое внимание — участию в мероприятиях типа Central Asia Retail Week и Digital Week, где можно не только получить лидов, но и заключить B2B-сделки напрямую на месте.

## 6. Риски и стратегия устойчивости

Основные риски:

- **Сезонность:** летние месяцы демонстрируют падение спроса до 40%. Компенсируется акцентом на зимние корпоративы, онлайн-форматы и гибкие пакеты услуг.
- **Курсовая нестабильность:** импортные элементы (декор, техника) привязаны к доллару. Для защиты — внедрение модели предоплаты (50%) и закупка техники у местных подрядчиков.
- **Перегрузка команды:** в пиковые периоды возможны сбои. Решение — пул фрилансеров на аутсорсе, в том числе тех, кто прошёл внутреннюю школу ивент-менеджмента.

## Заключение

Открытие ивент-агентства в Узбекистане в 2025 году — это не просто модный бизнес, а стратегический шаг в быстроразвивающемся секторе. Он требует чёткого расчёта, управляемых рисков и сильной команды. Но главное — предприниматель, который успеет зайти в рынок сейчас с профессиональным подходом, может создать узнаваемый бренд, зарабатывать \$2,000–4,000 чистыми в месяц и выстраивать экосистему услуг, включающую digital-мероприятия, обучение, франшизу и маркетплейс подрядчиков.

Грамотно выстроенный маркетинг, цифровая инфраструктура и партнёрские сети станут ключом к стабильному росту и масштабированию бизнеса.