



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»



# ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА В ФОРМЕ СТАРТАПА НА ТЕМУ:

## **Вывод на рынок электронной коммерции нового бренда одежды «YOUNG WILD FREE»**

Выполнил обучающийся  
группы 15.24Д-Э02/22м

Сас Дмитрий Алексеевич

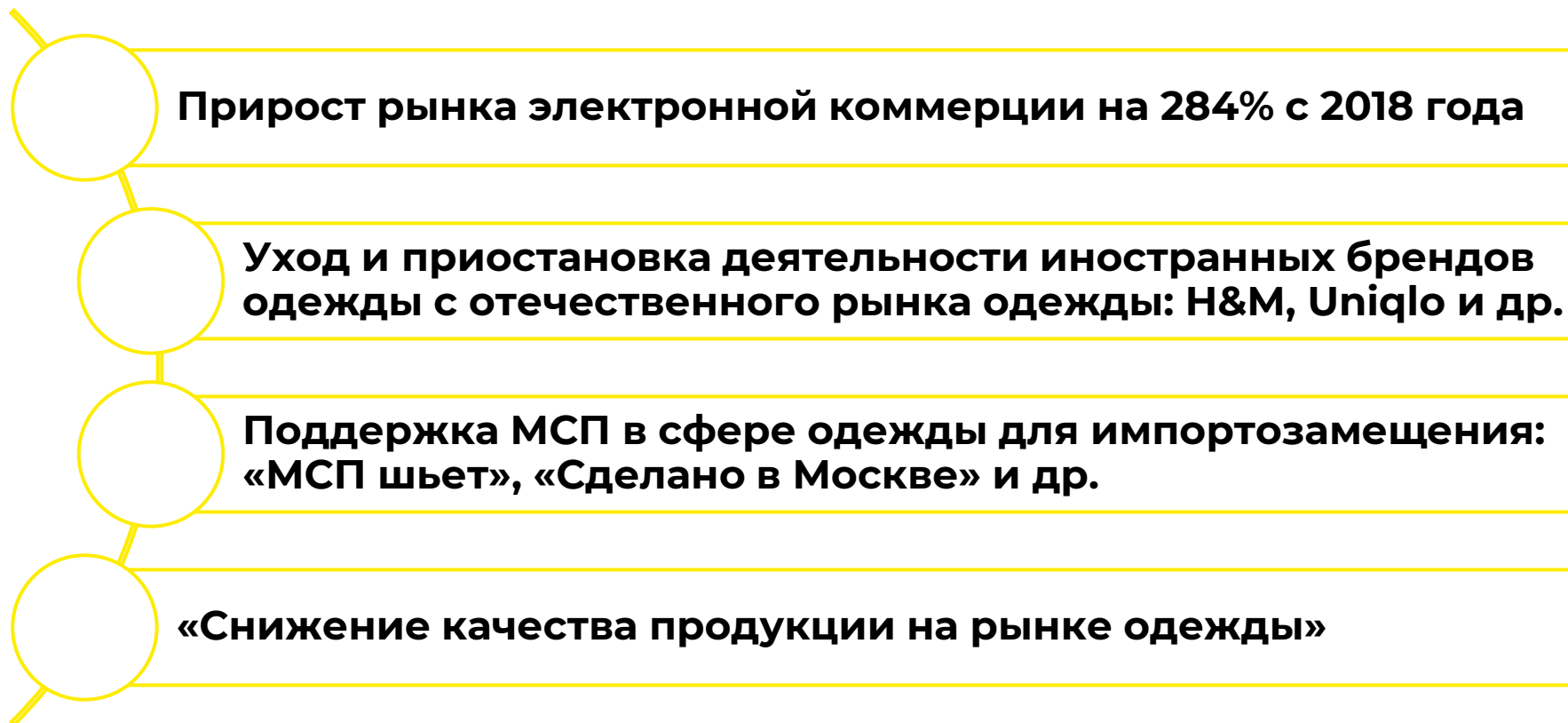
Научный руководитель:

Репникова Валентина Михайловна

Москва - 2024



# АКТУАЛЬНОСТЬ, ИДЕЯ, ЦЕЛЬ



## ИДЕЯ

- Создание отечественного бренда молодежной одежды и его интенсивное развитие на российском рынке электронной коммерции

## ЦЕЛЬ

- К 30 июня 2025 года достичь выручки проекта YOUNG WILD FREE более 1 млн руб/мес и чистой прибыли более 15%



# БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

| Ключевые партнеры                                                                                                                  | Ключевые активности                                                                                                                                                                                       | Ценностные предложения                                                                                                                                                                                                                                                                     | Отношения с клиентами                                                                                                                                                                                                                                                                  | Сегменты потребителей                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Производители одежды.<br>2. Типографии DTF-печати и вышивки.<br>3. Транспортные компании.<br>4. Блоггеры и рекламные агентства. | 1. Дизайн одежды.<br>2. Собственное производство.<br>3. Маркетинг.<br>4. Продажи.<br>5. Упаковка и доставка<br>6. Клиентский сервис.<br>7. Брендинг.                                                      | 1. Дизайн одежды, отражающий философию и смысл.<br>2. Молодежный уличный городской стиль + оверсайз одежда<br>3. Хорошее качество при доступной цене - долговечность<br>4. Стать частью комьюнити бренда "для своих"<br>5. Капсульная одежда – возможность сочетать с различными образами. | 1. Соцсети и комьюнити.<br>2. Отдел заботы о клиентах - можно оставить отзыв, сообщить о проблеме, найти пути решения.<br>3. Общение с менеджером при покупке одежды<br>4. Совместное создание продукции – проверка гипотез и сбор мнения комьюнити<br>5. Акции и программа лояльности | 1. <u>Школьники/ студенты 16-22</u> - хотят выделиться, подчеркнуть индивидуальность и свободу. Хотят быть часть «комьюнити», «тусовки». Живут моментом, любят свободную одежду. Заработка хватает, чтобы покупать одежду масс-маркета и недорогого среднего сегмента.                                          |
|                                                                                                                                    | <b>Ключевые ресурсы</b><br>1. Товарный знак.<br>2. Команда сотрудников.<br>3. Собственное производство и шоурум.<br>4. Сайт, социальные сети.<br>5. Опыт создателей проекта<br>6. Первоначальный капитал. |                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Каналы сбыта</b><br>1. Интернет-магазин.<br>2. Социальные сети.<br>3. Маркетплейсы.<br>4. Доски объявлений.<br>5. Собственный шоурум.<br>6. Розничные магазины-партнеры.<br>7. Стенды на выставках<br>8. Реклама и блоггеры<br>9. Сарафанное радио                                  | 2. <u>Взрослые люди 22-30</u> – «подросшие студенты» - любят бренд "для своих" (посоветовал друг – «ношу на каждый день»). Ценят удобство, практичность, качество в свободной одежде. Хотят раскрепоститься после офиса и переодеться в привычную одежду. Также вспомнить жизнь моментом. Более платежеспособны |

## Структура издержек

1. Себестоимость закупки готового товара, производственного сырья.
2. Заработная плата сотрудникам.
3. Реклама и продвижение.
4. Логистика и распределение.
5. Эквайринг и услуги банка.
6. Инвестиции в открытие шоурума и производства

## Источники доходов

1. Продажа нашей продукции.
2. Реклама на наших каналах в социальных сетях.
3. Доходы от коллаборации с партнерами – совместные коллекции.



# БРЕНДИРОВАНИЕ

## ЛОГОТИП БРЕНДА



## ЗАЯВКА НА РЕГИСТРАЦИЮ В РОСПАТЕНТЕ

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ (190) RU (210) **2024708258**



ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА  
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания и наименования мест происхождения товаров

Состояние делопроизводства: [Экспертиза заявленного обозначения](#) (последнее изменение: 04.03.2024)

Заявка на регистрацию товарного знака (знака обслуживания)

---

(210) Номер заявки: [2024708258](#)

(220) Дата подачи заявки: [31.01.2024](#)

(441) Опубликовано: [03.02.2024](#)

(540) Изображение (воспроизведение) заявляемого обозначения



**YOUNG WILD FREE**

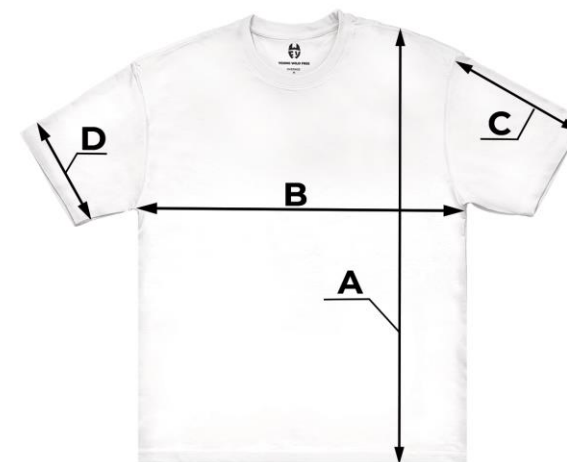


# ПРОДУКТ

## ХАРАКТЕРИСТИКИ

- **Материал:** кулирная гладь, 210 г/м2;
- **Качество:** высшее - пенье;
- **Состав:** хлопок - 75%, полиэстер - 25%;
- **Цвет:** насыщенный белый/черный;
- **Размер:** oversized (XS-L);
- **Принт:** DTF;
- **Особенности:** увеличенная линия проймы, повышенная износостойкость, насыщенный цвет.

## РАЗМЕРНАЯ СЕТКА



OVERSIZED

| Размер | XS | S  | M  | L  |
|--------|----|----|----|----|
| A (см) | 70 | 72 | 74 | 76 |
| B (см) | 54 | 56 | 58 | 60 |
| C (см) | 23 | 23 | 24 | 24 |
| D (см) | 19 | 19 | 20 | 20 |

**A - длина футболки**      **C - длина рукава**  
**B - полуобхват груди**    **D - ширина рукава**



# КОЛЛЕКЦИЯ «MOOD»

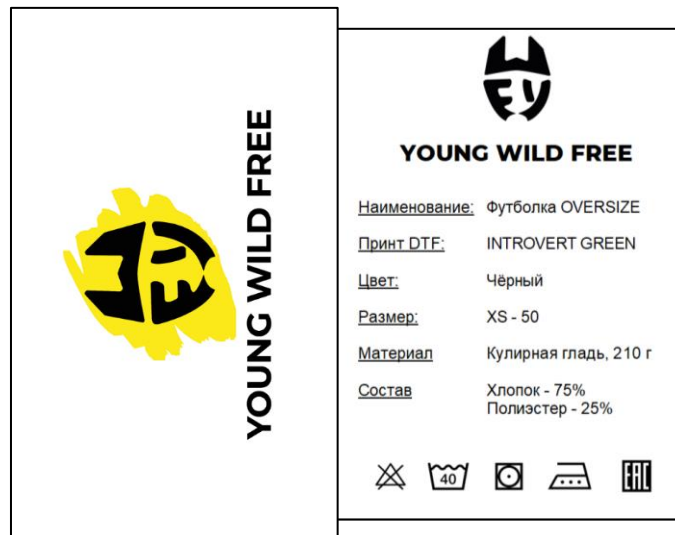




# УПАКОВКА

## БИРКА С ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

## ЗИП-ПАКЕТ С ЛОГОТИПОМ



## СТИКЕРПАК



## ВИЗИТКА С КОНТАКТАМИ







**ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН**



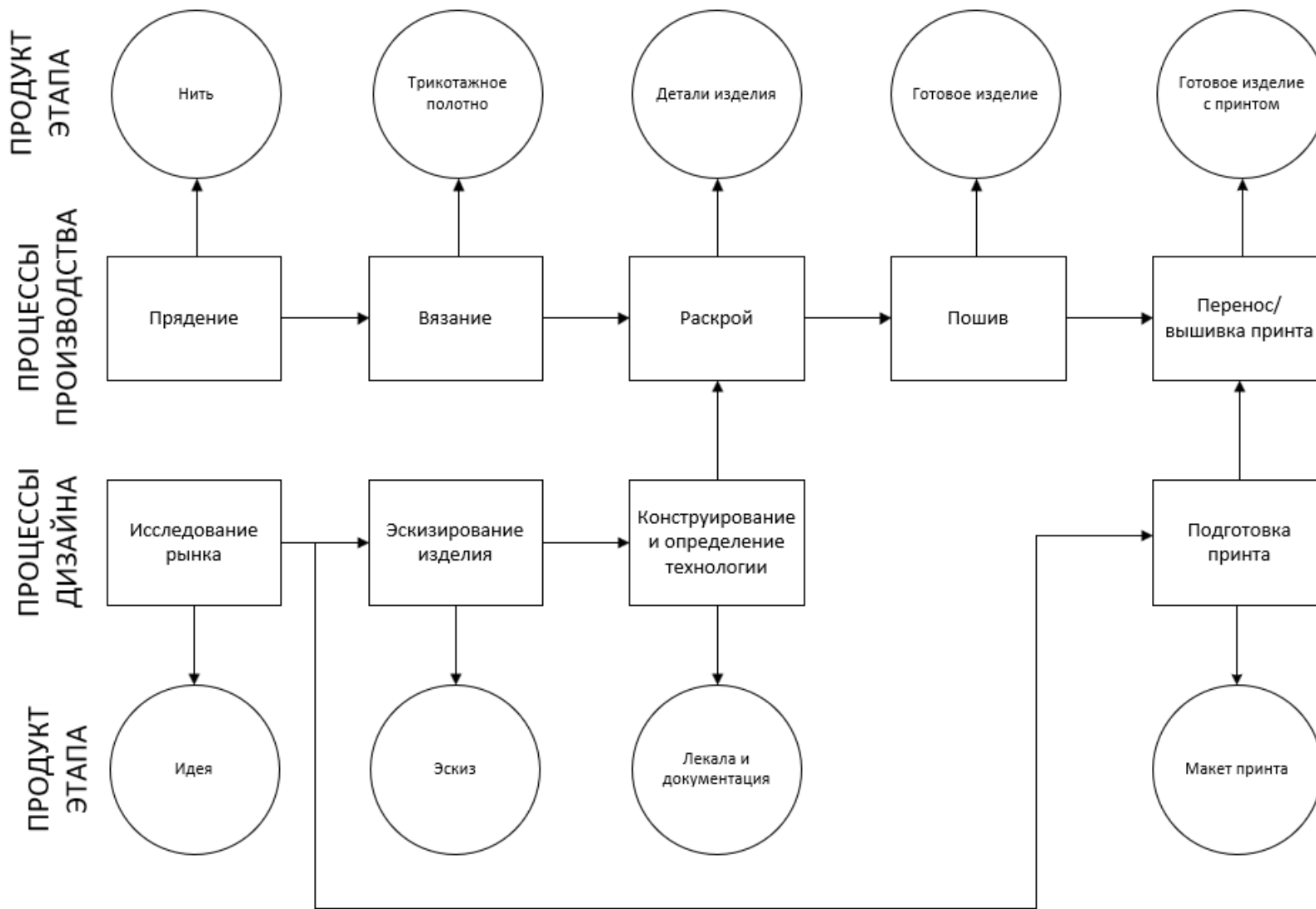
**YOUNG WILD FREE**





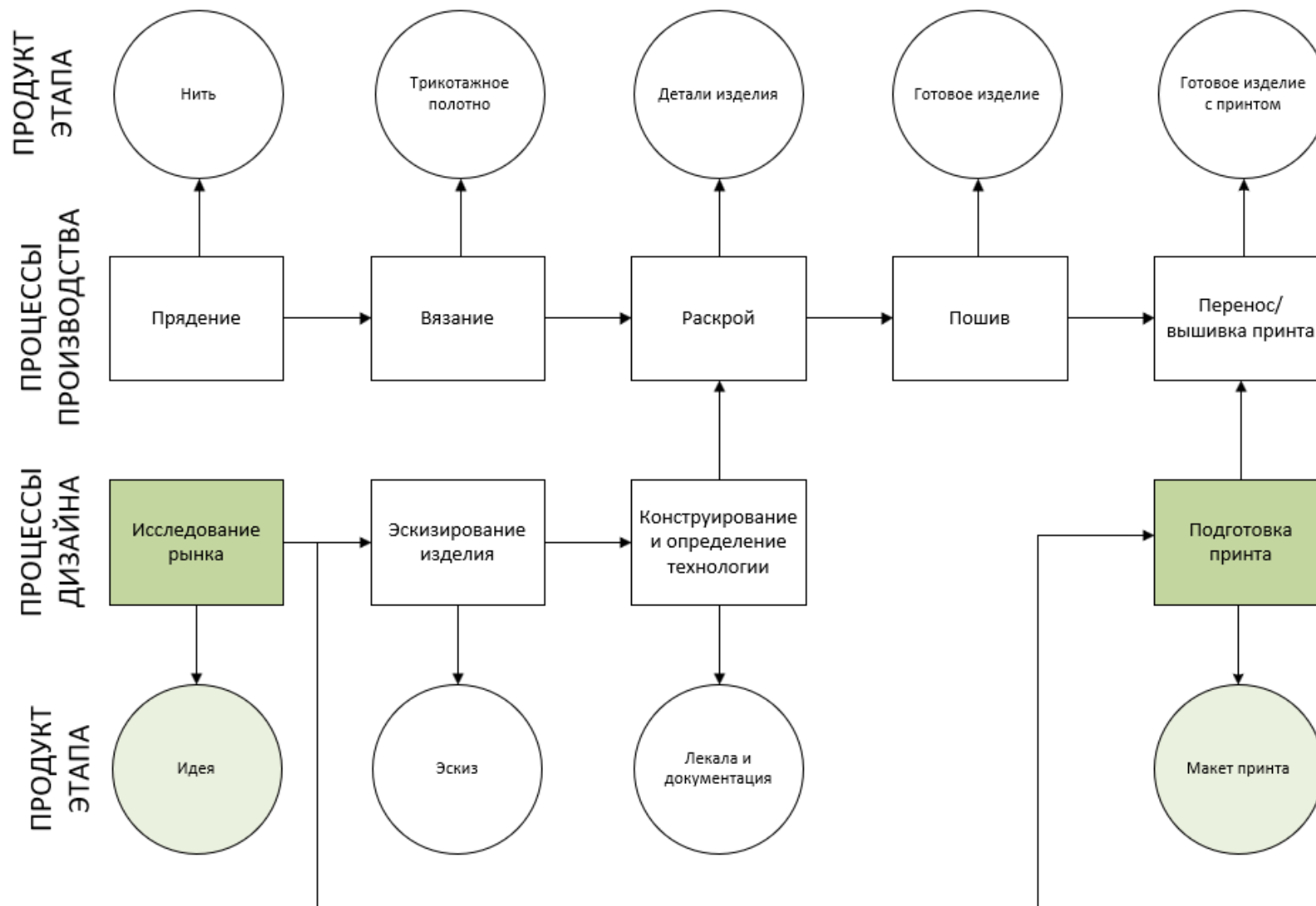


# ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ



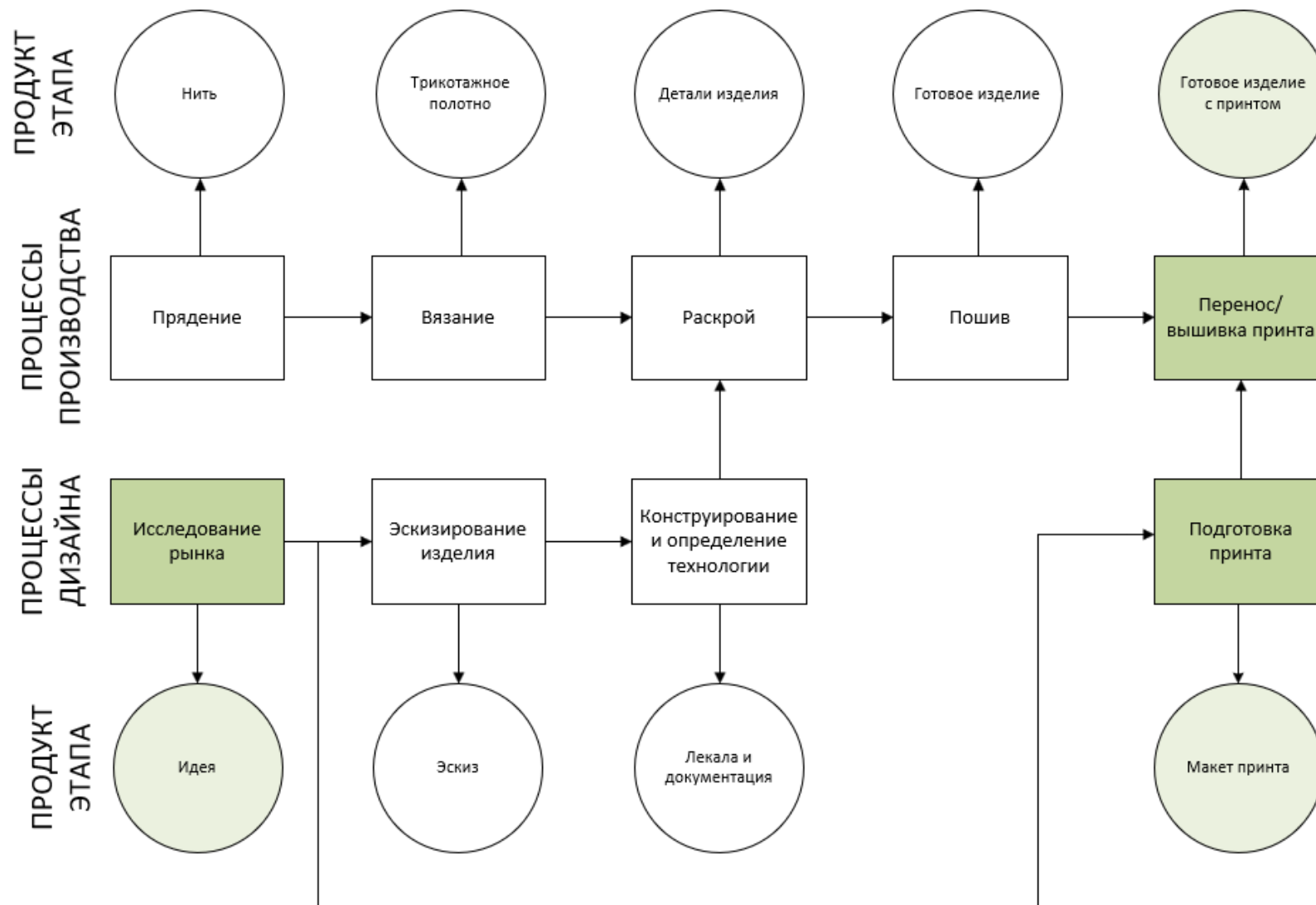


# ПРОИЗВОДСТВО. ВАРИАНТ 1



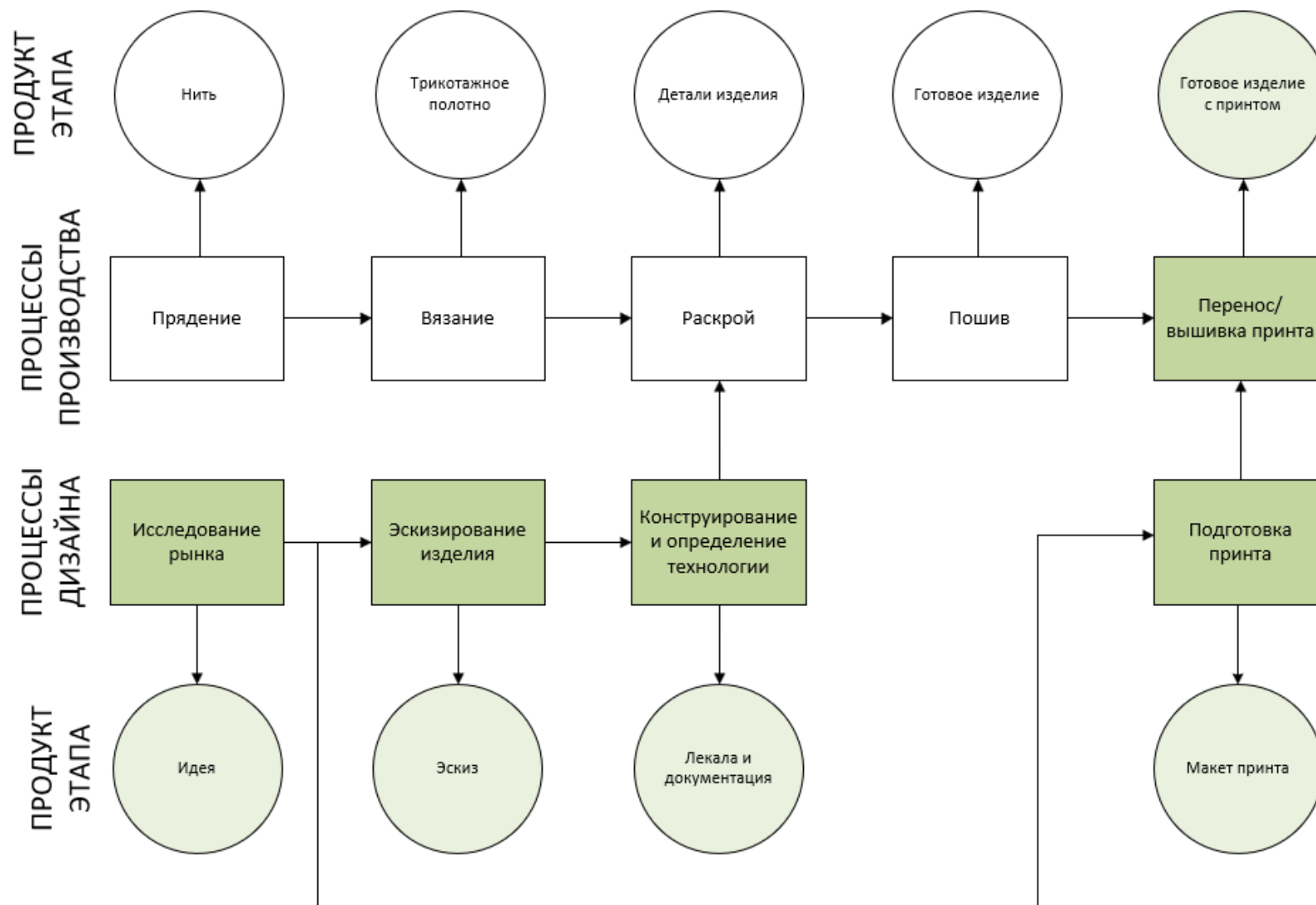


# ПРОИЗВОДСТВО. ВАРИАНТ 2



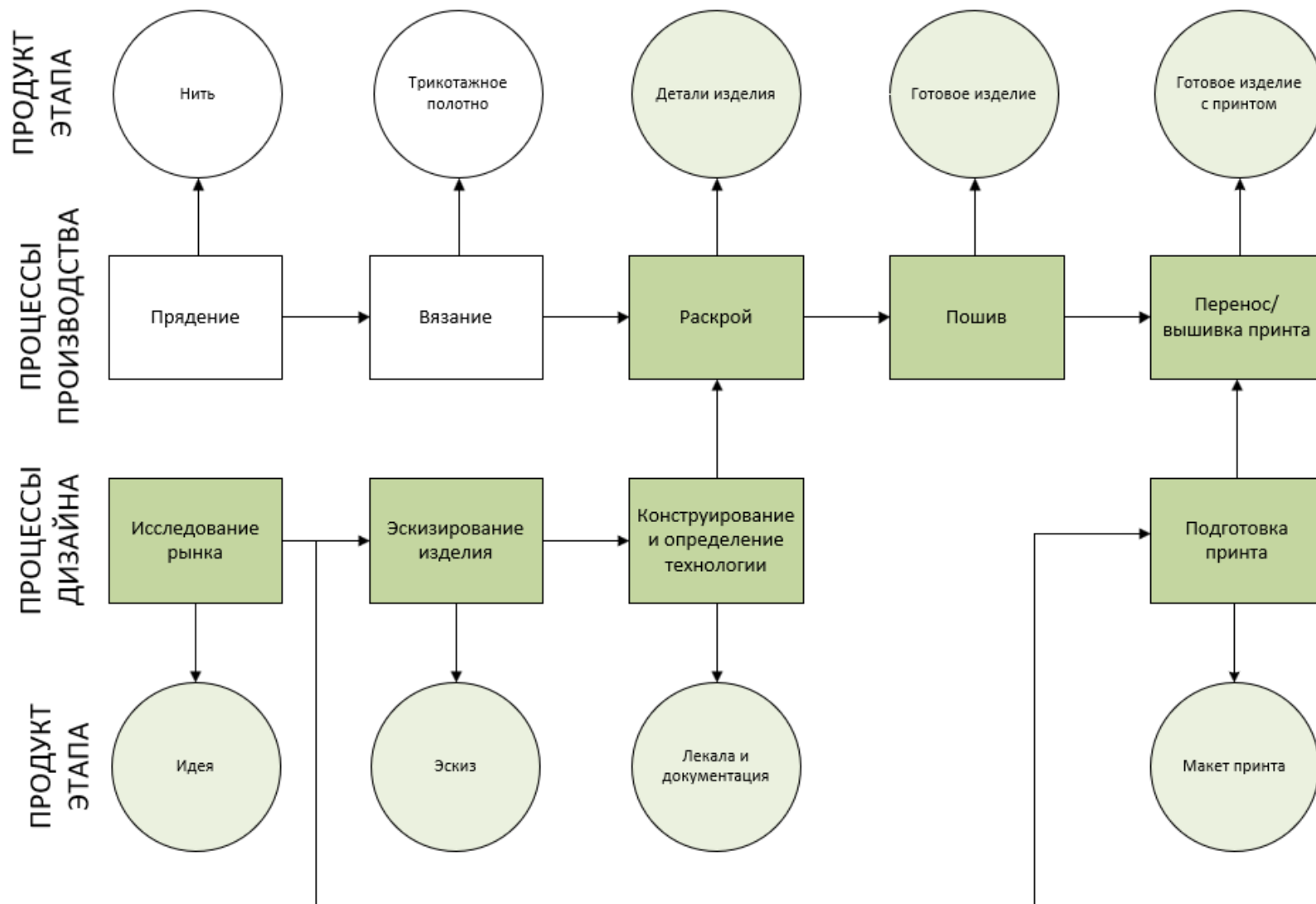


# ПРОИЗВОДСТВО. ВАРИАНТ 3



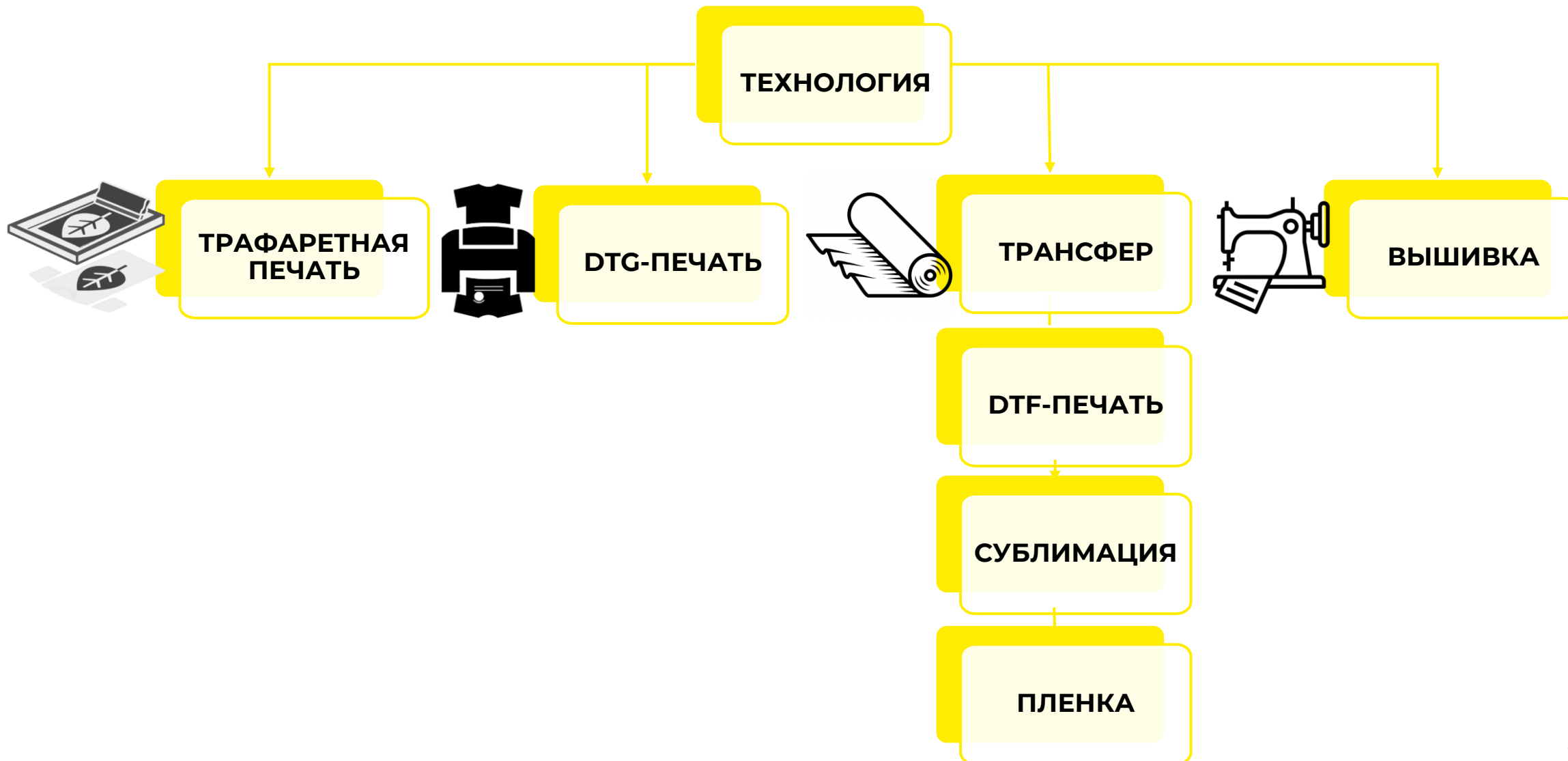


# ПРОИЗВОДСТВО. ВАРИАНТ 4





# НАНЕСЕНИЕ ПРИНТА





# DTF-ПЕЧАТЬ

## ТЕРМОПРЕСС BULROS T-330



## РУЛОН С ПРИНТАМИ



## НАНЕСЕНИЕ ПРИНТА







# СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРИ MINI-ПРОИЗВОДСТВЕ НА 2024 Г.

## СТРУКТУРА СЕБЕСТОИМОСТИ



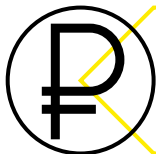
Закупочная цена  
одежды



Перевозка до нашего  
склада



DTF-трансфер



Затраты на перенос  
принта



Бирка, вкладыши,  
упаковка

Худи с  
начесом

1 365 ₽

Худи без  
начеса

1 115 ₽

Футболки

665 ₽

Кепки

580 ₽

Панамки

530 ₽

Брюки  
Карго

1 315 ₽

Носки  
упаковка

520 ₽

Майки и  
топы

615 ₽

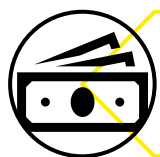
Шорты

1 015 ₽



# СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРИ СОБСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ НА 2026 Г.

## СТРУКТУРА СЕБЕСТОИМОСТИ



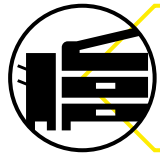
Стоимость материала



Перевозка до нашего склада



Сдельная ЗП сотрудников



Печать принта/вышивка



Бирка, вкладыши, упаковка

Худи с  
начесом

1 451 ₽

Худи без  
начеса

1 365 ₽

Футболки

856 ₽

Кепки

600 ₽

Панамки

722 ₽

Брюки  
Карго

1 737 ₽

Носки  
упаковка

635 ₽

Майки и  
топы

641 ₽

Шорты

1 116 ₽



# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА





# ДОРОЖНАЯ КАРТА ПРОЕКТА

| ЗАДАЧА                                | ГОД   | 2024-2025 |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | 2025-2026 | 2026-2027 | 2027-2028 |
|---------------------------------------|-------|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|-----------|-----------|-----------|
|                                       | МЕСЯЦ | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |           |           |           |
| ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ                 |       | ■         | ■ |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА И ТОВАРНОГО ЗНАКА |       |           | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■  |    |    |    |    |    |           |           |           |
| ЗАДАЧА MAKE OR BUY                    |       |           |   | ■ |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| РАЗРАБОТКА ПЕРВОЙ КОЛЛЕКЦИИ           |       |           |   |   | ■ |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| ПРОИЗВОДСТВО                          |       |           |   |   |   | ■ |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| СОЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА            |       |           |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| СТАРТ ПРОДАЖ                          |       |           |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           |           |
| ВЫХОД МАГАЗИНА НА ПОЛНУЮ МОЩНОСТЬ     |       |           |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  | ■  |           |           |           |
| ОТКРЫТИЕ ШОУРУМА                      |       |           |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | ■         |           |           |
| ОТКРЫТИЕ ПРОИЗВОДСТВА                 |       |           |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           | ■         |           |
| ВЫХОД ПРОИЗВОДСТВА НА ПОЛНУЮ МОЩНОСТЬ |       |           |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |           |           | ■         |





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»



# ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА В ФОРМЕ СТАРТАПА НА ТЕМУ:

## **Вывод на рынок электронной коммерции нового бренда одежды «YOUNG WILD FREE»**

Выполнила обучающаяся  
группы 15.24Д-Э02/22м

Манвелян Анна Сергеевна

Научный руководитель:

Репникова Валентина Михайловна

Москва - 2024

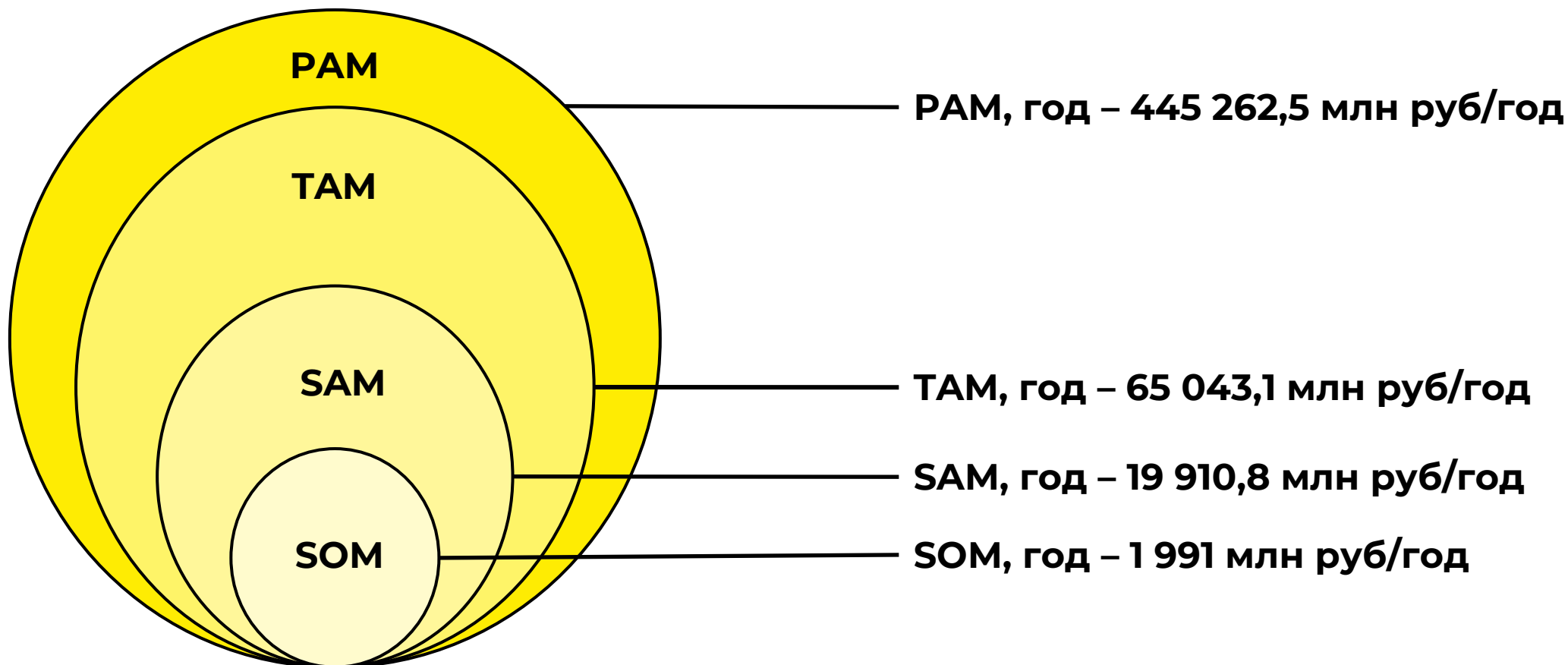


# ОБЗОР РЫНКА

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PESTEL<br/>анализ</b>               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Увеличение налогов и изменения в УСН</li><li>• Рост инфляции</li><li>• Снижение экономии на одежде</li><li>• Рост рынка электронной коммерции</li><li>• Тренд на отечественные бренды</li></ul> |
| <b>Анализ<br/>Пяти Сил<br/>Портера</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Рынок высококонкурентный, лояльность клиентов прослеживается только в среднем сегменте и выше</li></ul>                                                                                         |



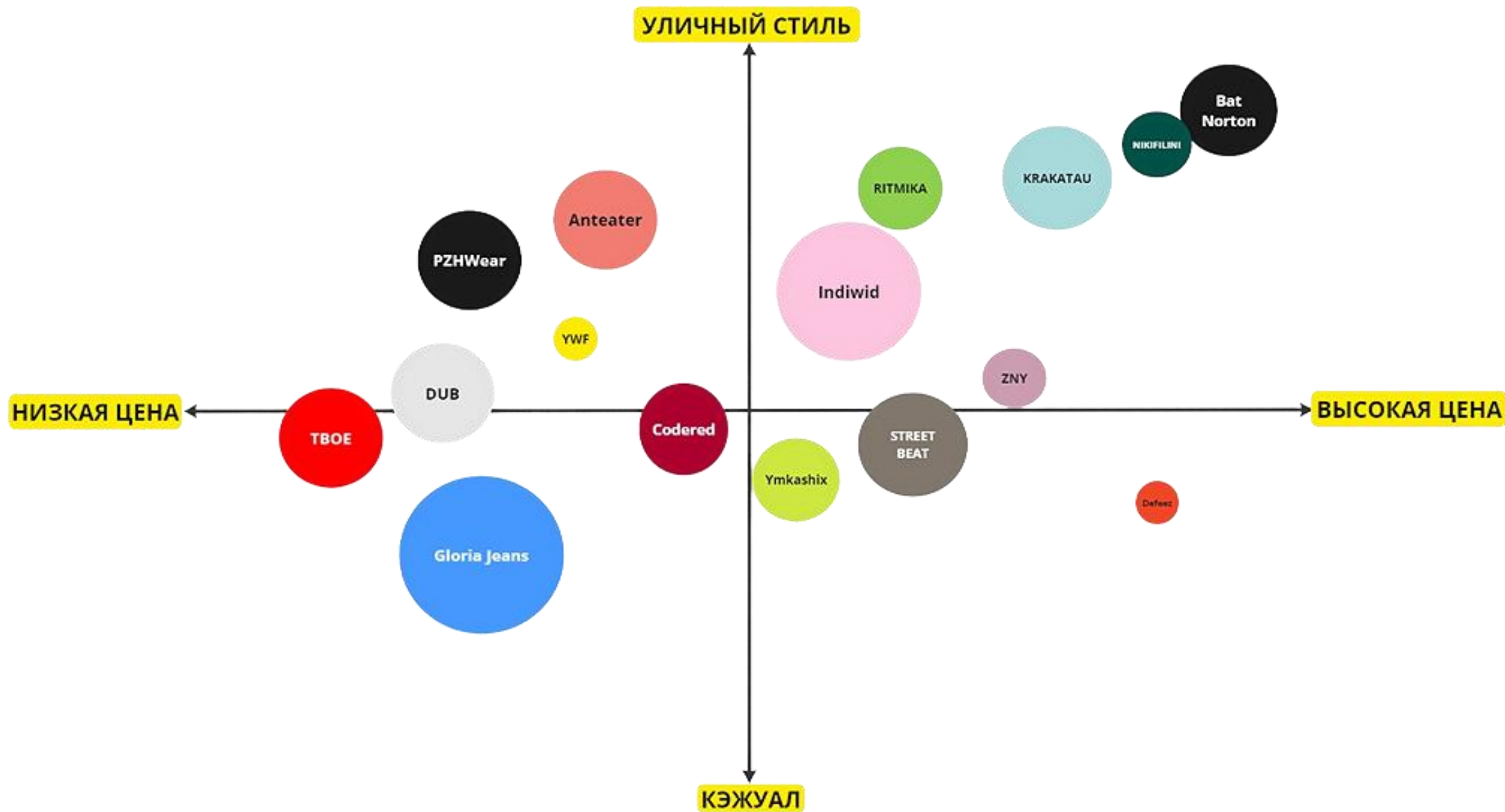
# PAM-TAM-SAM-SOM







# КАРТА ВОСПРИЯТИЯ КОНКУРЕНТОВ





# ПОЛЕВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

## ОПРОС СРЕДИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПО ПРЕДПОЧТЕНИЯМ В ОДЕЖДЕ



Цель: определить ключевые характеристики, имеющие вес для клиента во время покупки



$$n = \frac{z^2 pq}{\Delta^2}$$

## ГИПОТЕЗЫ:

- H1:* Молодёжь в возрасте от 16 до 25 лет вероятнее всего выберет одежду уличного стиля для повседневного ношения;
- H2 :* Молодёжь в возрасте от 16 до 25 лет положительно относится к принтам на одежде;
- H3:* Для молодёжи в возрасте от 16 до 25 лет качество и цена товара являются решающими факторами при выборе одежды;
- H4:* Молодёжь в возрасте от 16 до 25 лет предпочитает оверсайз модели.



# ПОЛЕВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ВЫВОДЫ

1. Уличный стиль находится на втором месте по предпочтению среди ЦА
2. Представители целевой аудитории (52%) положительно относятся к одежде с принтами
3. Цена и качество являются наиболее влиятельными факторами при совершении покупки (46% и 50% респондентов отметили данные факторы как очень важные)
4. Целевая аудитория (54%) предпочитает оверсайз модели



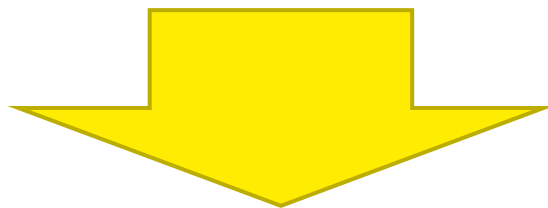
# PRICE - ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

## ФАКТОРЫ СРЕДЫ

1. Эластичный спрос
2. Высокая конкуренция
3. Повышение потребления
4. Конкуренты в основном представлены в среднем сегменте

## ЦЕЛИ YWF

1. Выход на рынок
2. Достижение к июню 2025 года, выручки проекта YWF более 1 млн руб/мес и чистой прибыли более 15%

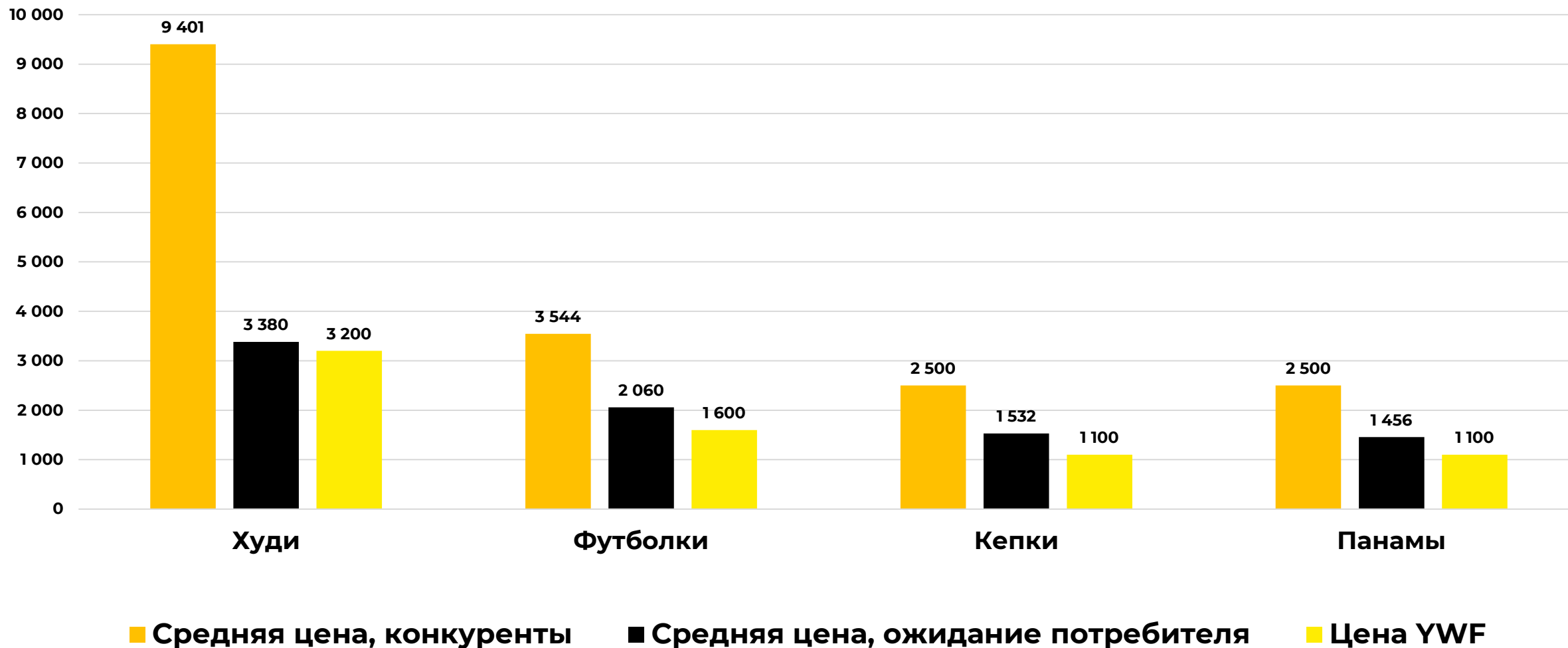


**ЗАТРАТНЫЙ МЕТОД. МЕТОД ПОЛНЫХ ИЗДЕРЖЕК**



# PRICE - ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

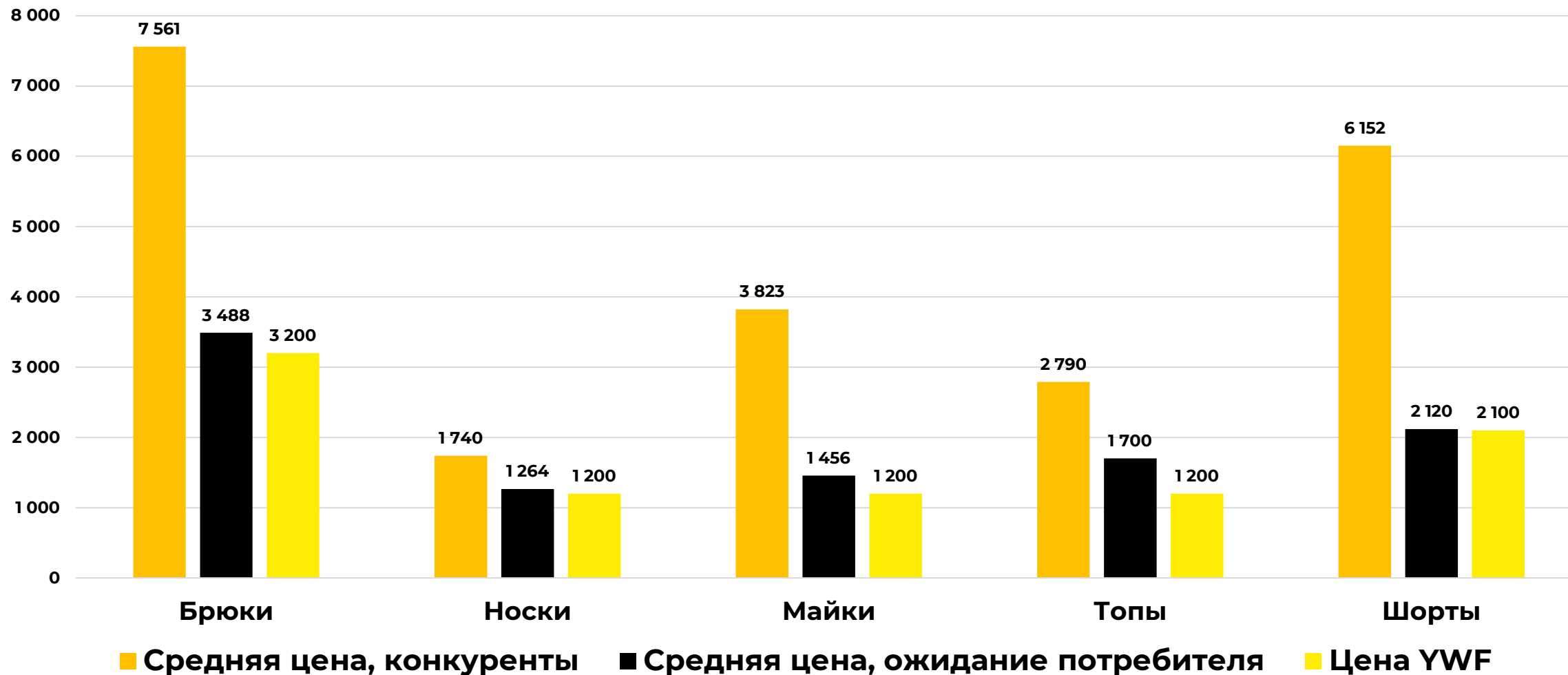
## СРАВНЕНИЕ ЦЕН





# PRICE - ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

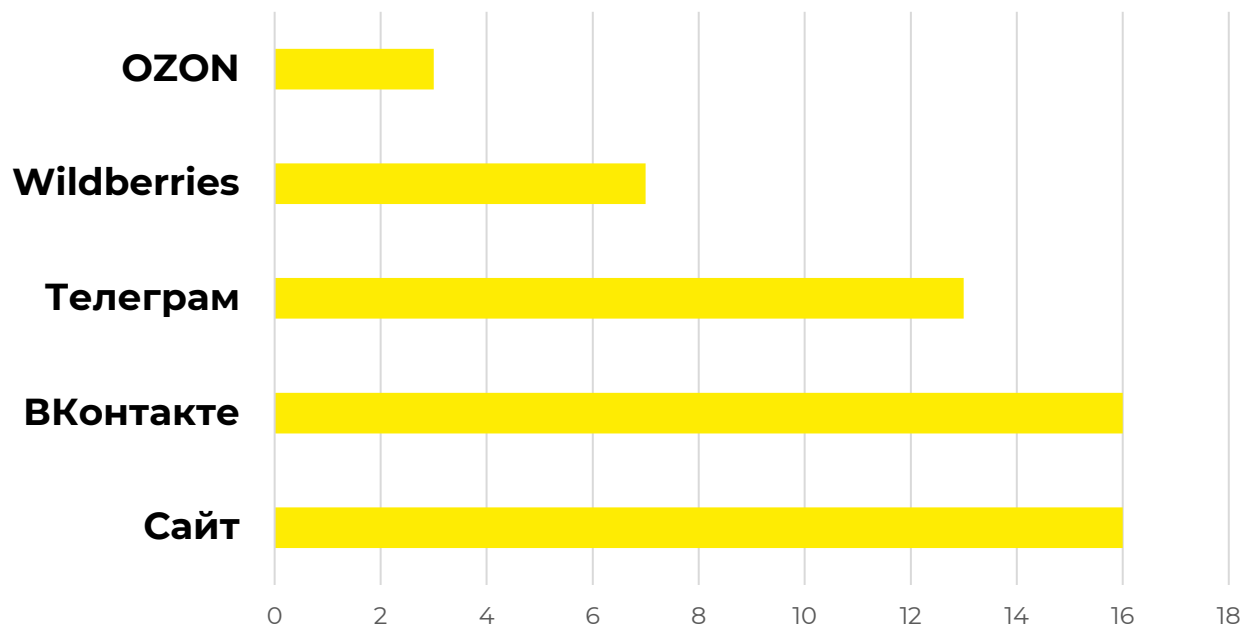
## СРАВНЕНИЕ ЦЕН





# PLACE - МЕСТО РАЗМЕЩЕНИЯ

## КОММУНИКАЦИЯ С КЛИЕНТАМИ И ПРИСУТСТВИЕ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

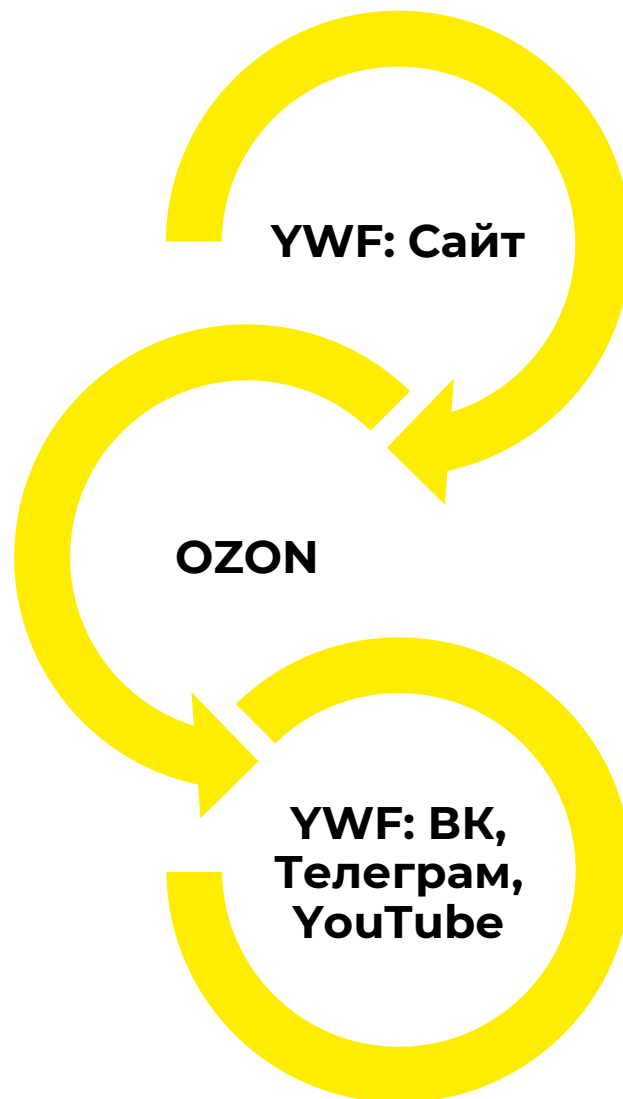


| Онлайн-площадка    | Частота заказов |
|--------------------|-----------------|
| Wildberries        | 2,032           |
| Ozon               | 1,472           |
| Сайт бренда        | 1,192           |
| Lamoda             | 1,032           |
| Социальные сети    | 0,6             |
| По совету блогеров | 0,464           |
| Яндекс.Маркет      | 0,456           |
| Avito              | 0,344           |



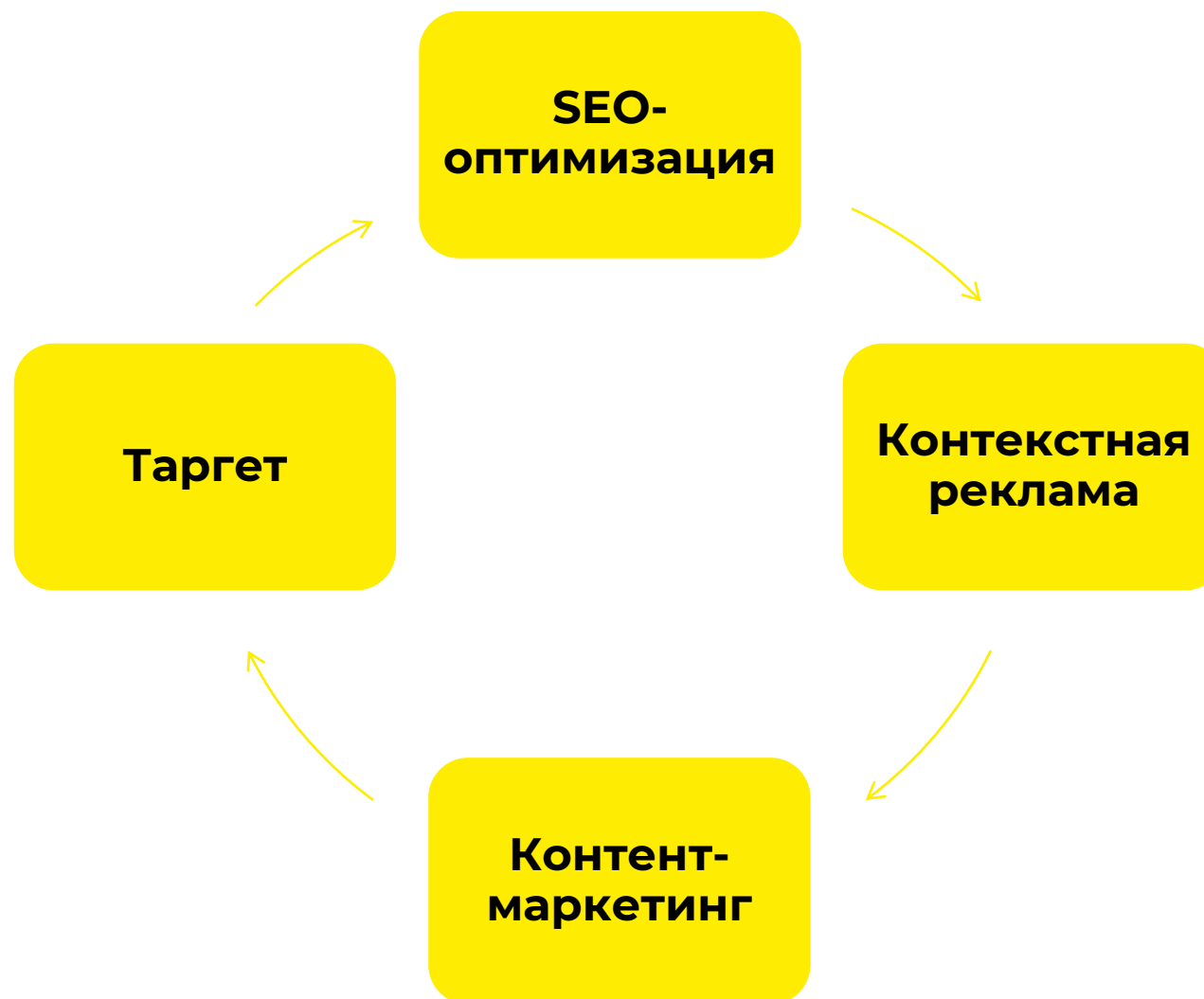


# PLACE - МЕСТО РАЗМЕЩЕНИЯ





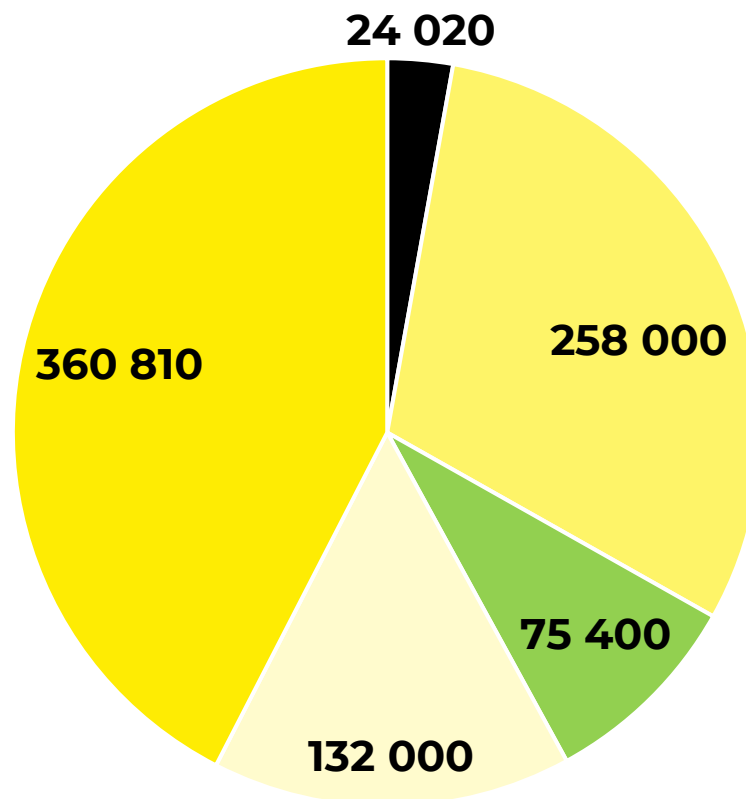
# PROMOTION - ПРОДВИЖЕНИЕ





# PROMOTION - ПРОДВИЖЕНИЕ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА ПО КАНАЛАМ, руб



■ Раздаточные материалы   ■ Соц.Сети: ВК   ■ Яндекс.Директ   ■ МТС   ■ OZON



# ВЫВОДЫ

Мы обосновали актуальность вывода на рынок нового бренда одежды

Мы определили ключевые факторы, влияющие на деятельность

Мы подготовили маркетинговый план, используя маркетинг-микс и полевое исследование





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»



# ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА В ФОРМЕ СТАРТАПА НА ТЕМУ:

## **Вывод на рынок электронной коммерции нового бренда одежды «YOUNG WILD FREE»**

Выполнила обучающаяся

группы 15.24Д-Э02/22м

Соловьева Елена Андреевна

Научный руководитель:

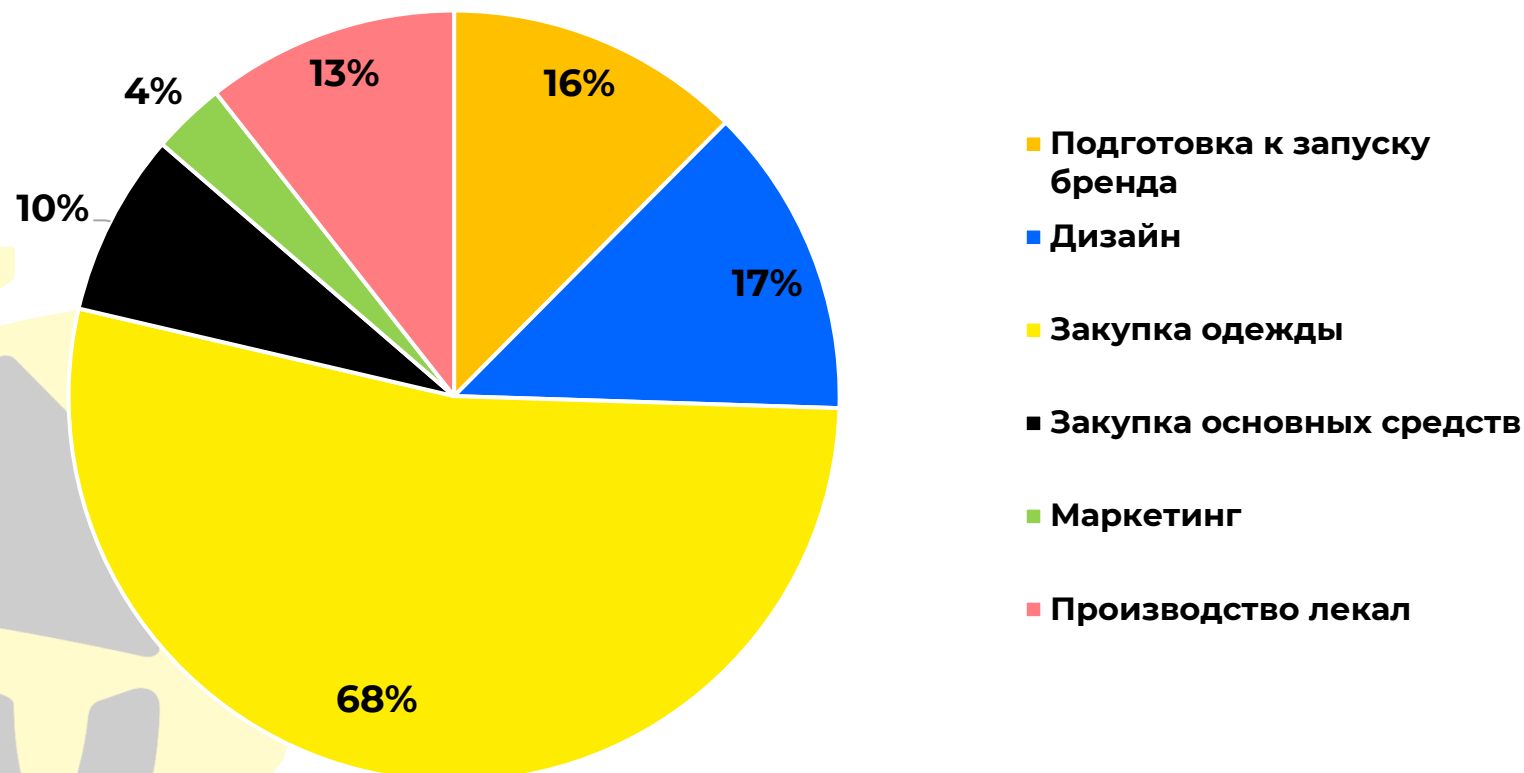
Тиньков Сергей Анатольевич

Москва - 2024





# ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РАСХОДЫ НА ОТКРЫТИЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНА

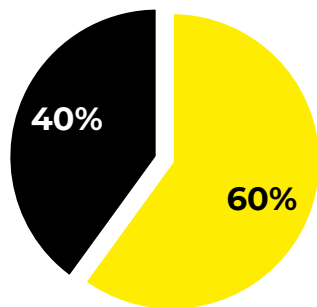


**Сумма инвестиционных расходов: 525 358,00 Р**



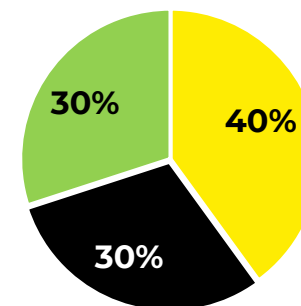
# КАНАЛЫ ПРОДАЖ

Каналы продаж в 2024-2025 гг.



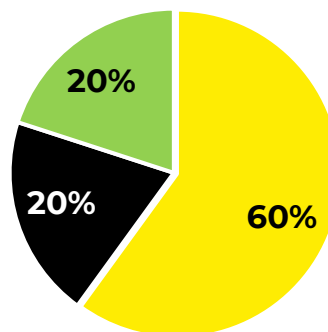
■ Интернет-магазин ■ Маркетплейс "Озон"

Каналы продаж в 2025-2026 гг.



■ Интернет-магазин ■ Маркетплейс "Озон" ■ Шоу-рум

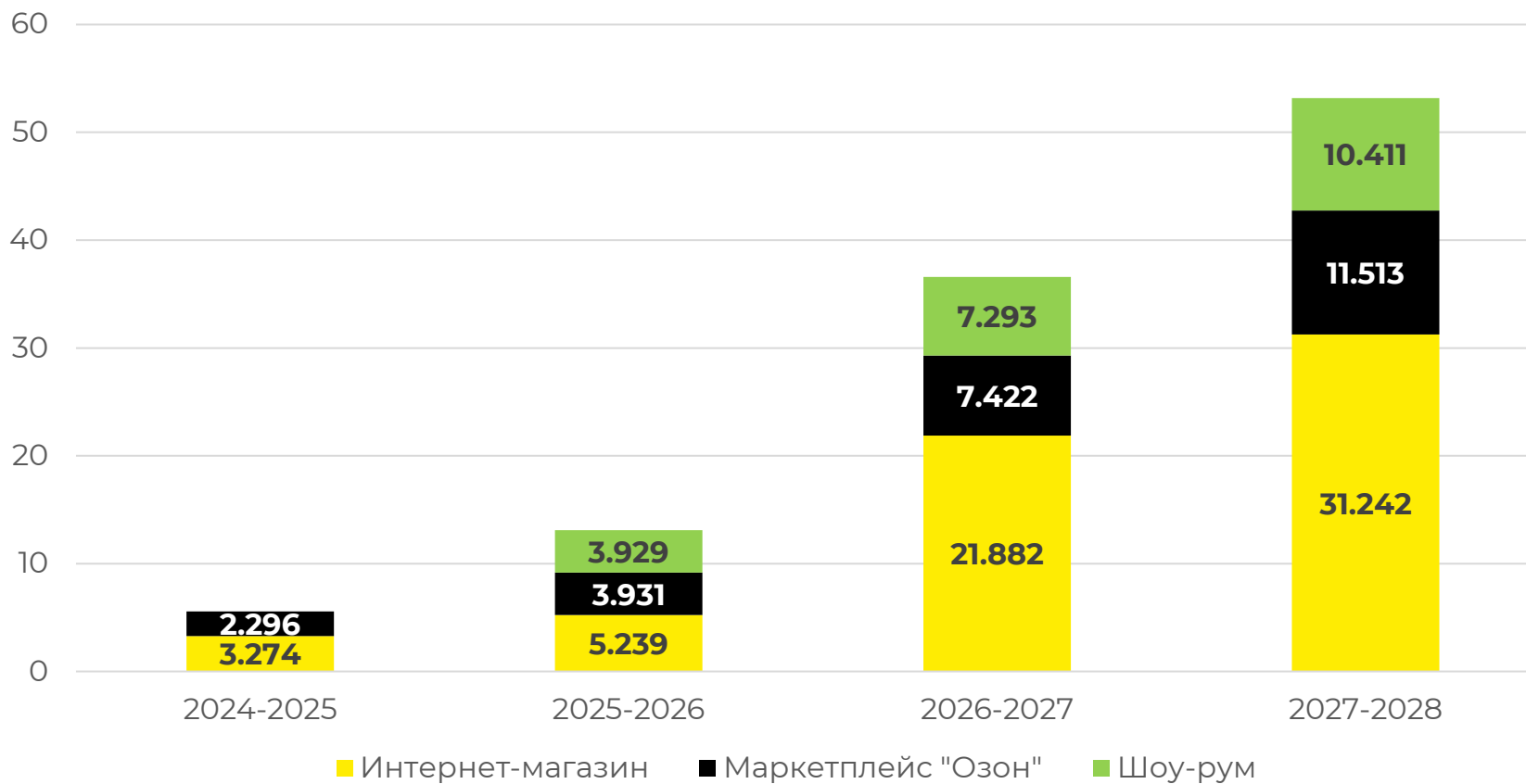
Каналы продаж в 2026-2028 гг.



■ Интернет-магазин ■ Маркетплейс "Озон" ■ Шоу-рум

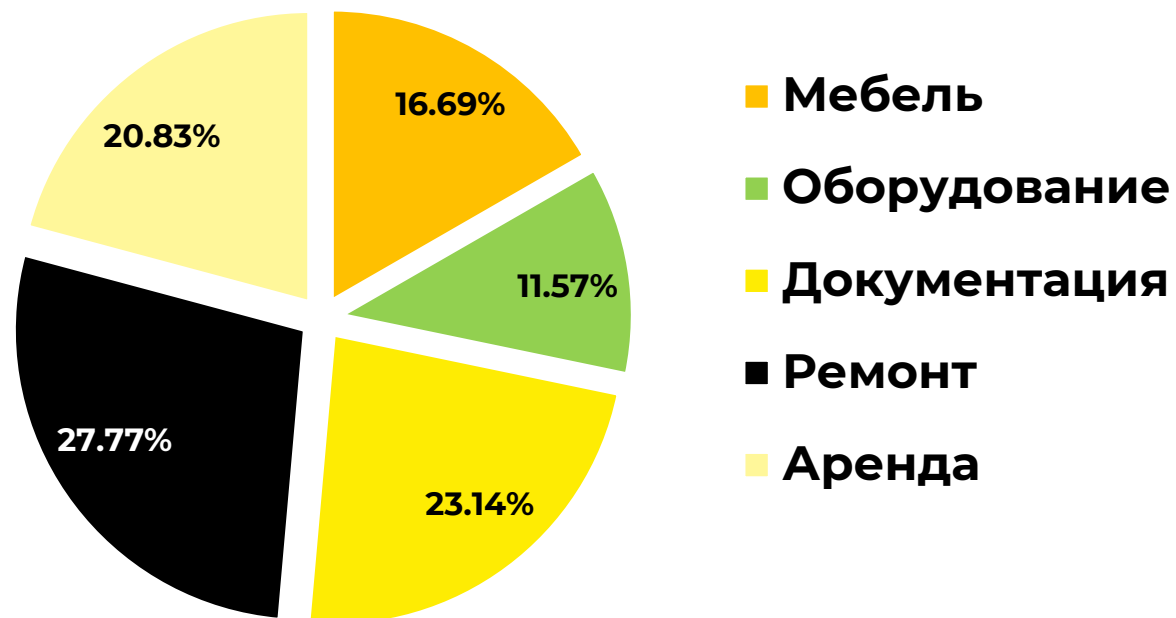


# ВЫРУЧКА, МЛН РУБ





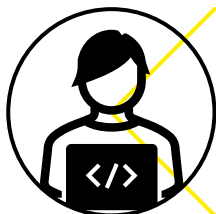
# ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РАСХОДЫ НА ОТКРЫТИЕ ШОУ-РУМА



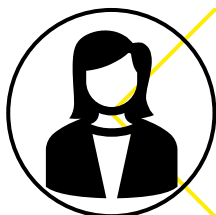
**Сумма инвестиционных расходов: 1 080 300,00 ₽**



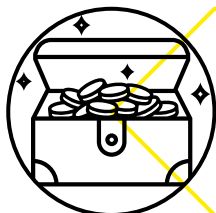
# ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ ШОУ-РУМ



**Продавец-консультант**



**Уборщик**



**Бухгалтер**

**Итого ФОТ в год: 1 200 000,00Р**  
**Взносы в СФР и травматизм: 217 440,00Р**



# ИНВЕСТИЦИИ В СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

## СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННЫХ РАСХОДОВ В СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО



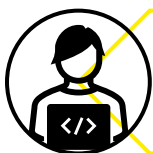
Сумма инвестиционных расходов: 3 597 800 ₽





# СОТРУДНИКИ ПРОИЗВОДСТВА

## ФИКСИРОВАННЫЙ ОКЛАД



Конструктор-дизайнер



Управляющий-ответственный  
за склад



Механик-инженер

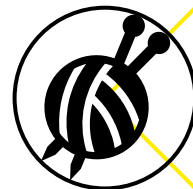


Уборщик помещения



Бухгалтер

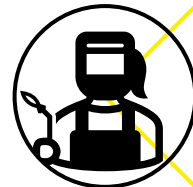
## СДЕЛЬНЫЙ ОКЛАД



Печатник-вышивальщик



Портные



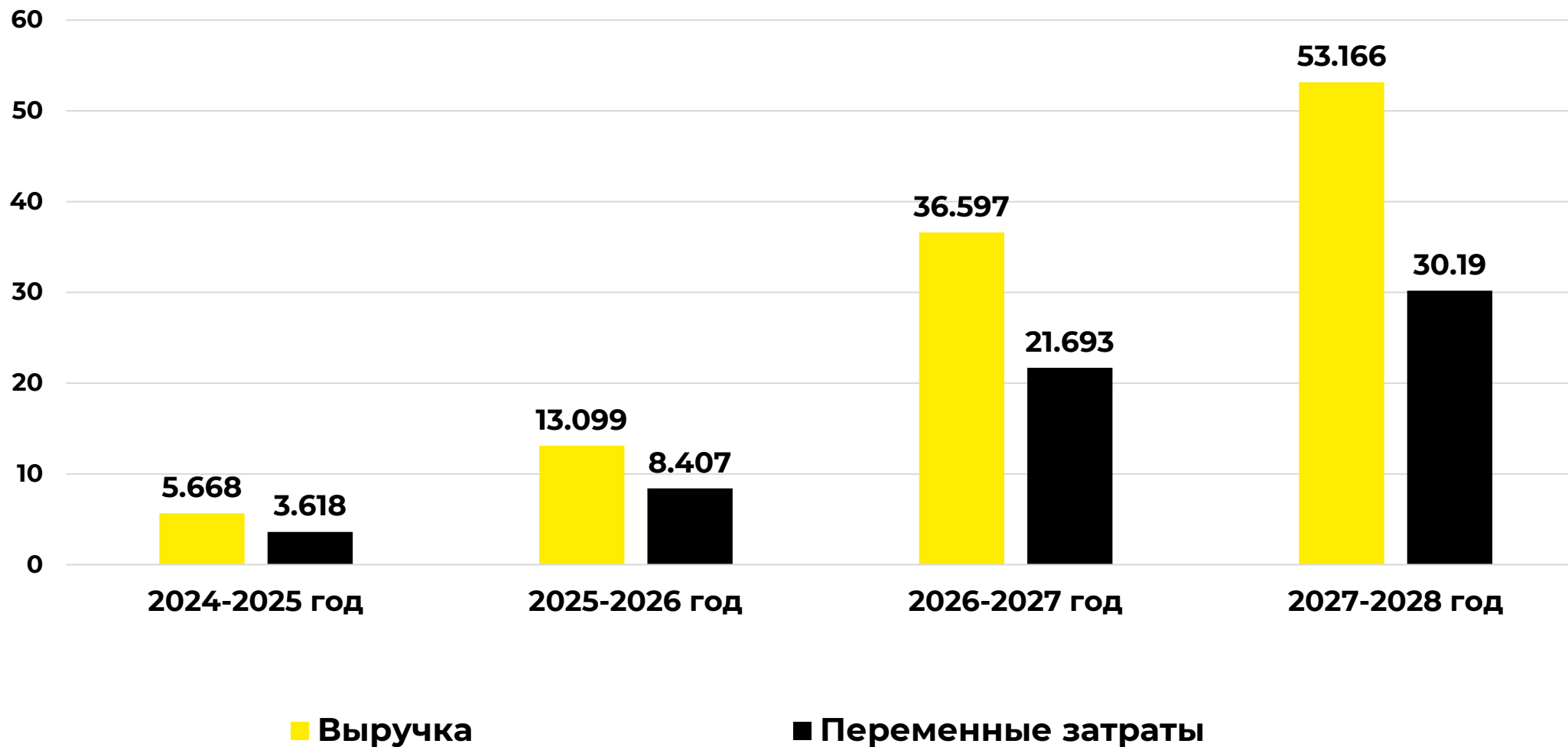
Раскройщик-технолог



Упаковщик-контролер  
качества

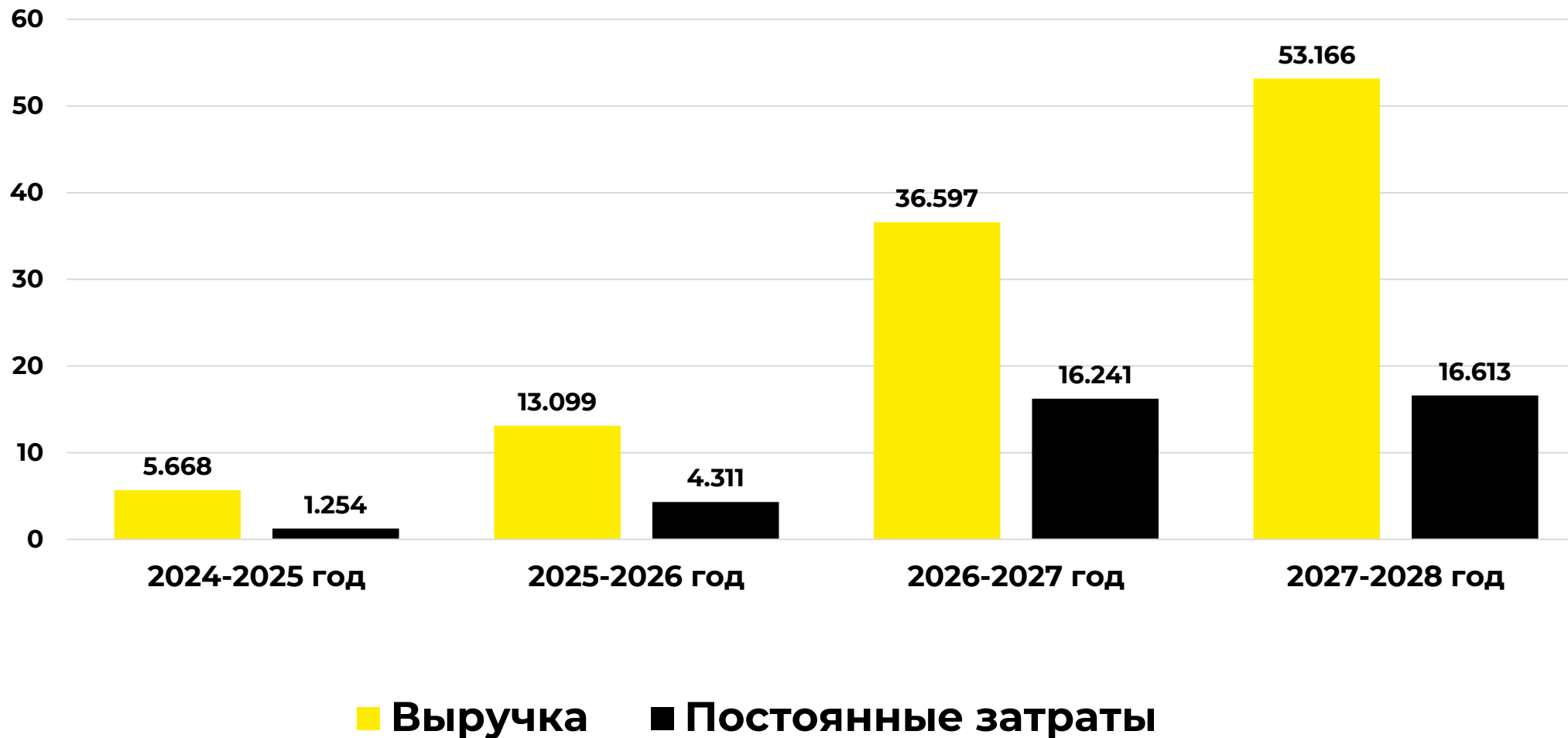


# ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, МЛН РУБ





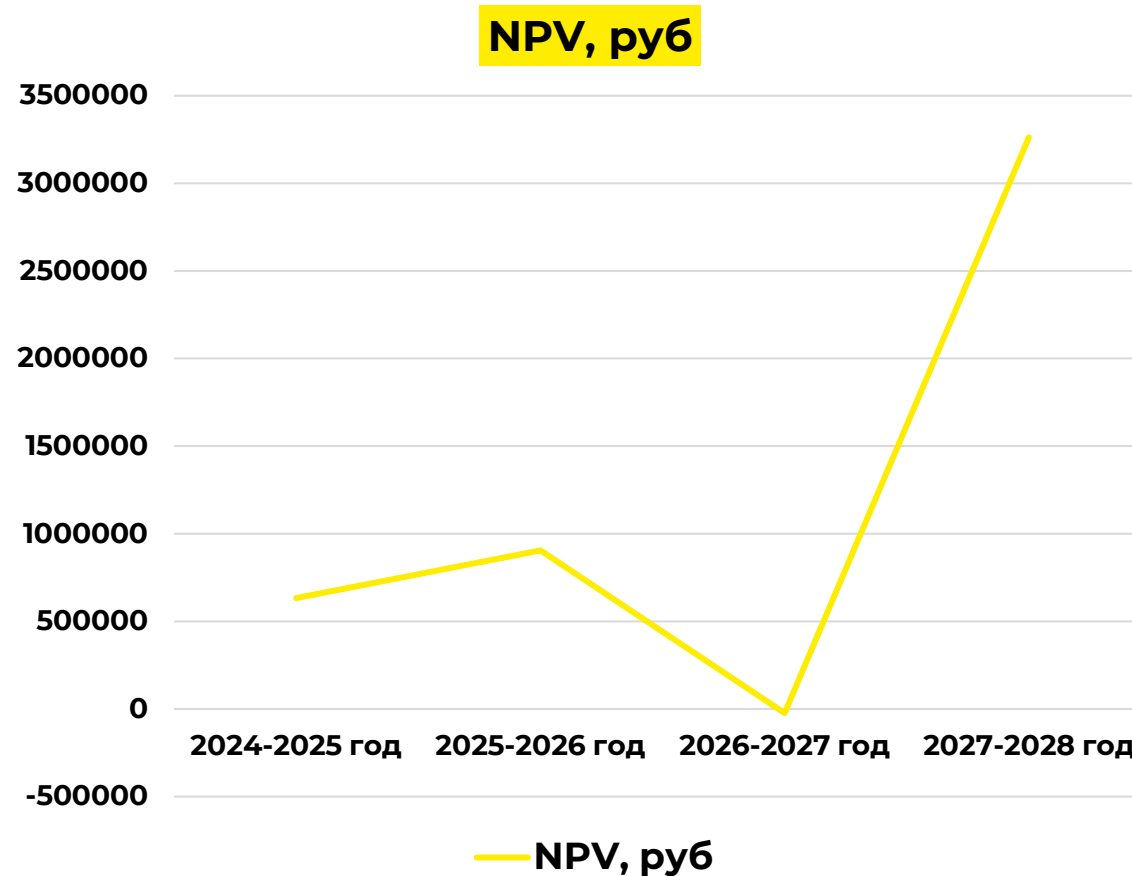
# ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ, МЛН РУБ





# ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- **NPV - 3 262 343,31 Р**
- **PP – 12,01 мес**
- **DPP – 12,21 мес**
- **PI – 1,99**
- **IRR – 138%**







# АНАЛИЗ РИСКОВ

| ПЕРИОД                                                                                         | 2027-2028 |                |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|-------|
| Сценарий                                                                                       | PI        | NPV, руб.      | IRR   |
| Ситуация 1: Мы теряем поставщика, себестоимость увеличивается на 15%                           | 0,99      | -8 555,12 Р    | 14,5% |
| Ситуация 2: Снижается спрос на 15%                                                             | 1,01      | 36 144,43 Р    | 17%   |
| Ситуация 3: Повышение коммерческих расходов из-за повышения уровня конкуренции на рынке на 20% | 1,01      | 30 083,72 Р    | 17%   |
| Ситуация 4: Увеличение капитальных затрат на 50%                                               | 1,50      | 1 666 595,04 Р | 107%  |



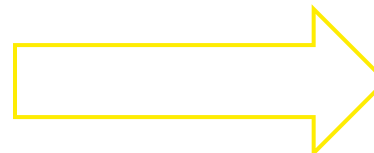
Работа с проверенными поставщиками, обеспечение качественной продукции за счет поставщика



Изменение ассортиментного ряда, удаление нерентабельной продукции, улучшение качества продукции



Расширение рынка сбыта, программа лояльности



Поиск дополнительных источников финансирования, инвесторов, кредит



# ИТОГИ



**Рассчитаны инвестиционные затраты на открытие интернет-магазина**



**Составлен план продаж**



**Определены каналы сбыта продукции**



**Произведен расчет инвестиций на открытие шоу-рума и производства**



**Составлено штатное расписание**



**Рассчитаны показатели эффективности проекта**



**Произведен анализ чувствительности к рискам**



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**







# ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

## РАСЧЕТ ЗП СОТРУДНИКОВ С ФИКСИРОВАННЫМ ОКЛАДОМ

| Должность в штатном расписании                | Кол-во ставок | Сдельная часть оплаты труда в месяц | ФОТ в год             |
|-----------------------------------------------|---------------|-------------------------------------|-----------------------|
| Конструктор-дизайнер                          | 1             | 70 000,00 Р                         | 840 000,00 Р          |
| Управляющий-ответственный за склад            | 1             | 90 000,00 Р                         | 1 080 000,00 Р        |
| Механик-инженер                               | 0,5           | 70 000,00 Р                         | 420 000,00 Р          |
| Уборщик помещения                             | 0,5           | 50 000,00 Р                         | 300 000,00 Р          |
| Бухгалтер                                     | 0,5           | 70 000,00 Р                         | 420 000,00 Р          |
| Итого ФОТ сотрудников с фиксированным окладом |               |                                     | <b>3 060 000,00 Р</b> |

## РАСЧЕТ ЗП СОТРУДНИКОВ СО СДЕЛЬНЫМ ОКЛАДОМ

| Должность в штатном расписании            | Кол-во ставок | Сдельная часть оплаты труда в месяц | Итого ЗП сотрудника в месяц | ФОТ в год             |
|-------------------------------------------|---------------|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Печатник-вышивальщик                      | 1             | 71 247,00 Р                         | 71 247,00 Р                 | 854 964,00 Р          |
| Портной                                   | 2             | 60 544,00 Р                         | 121 088,00 Р                | 1 453 056,00 Р        |
| Раскройщик-технолог                       | 1             | 72 952,00 Р                         | 72 952,00 Р                 | 875 424,00 Р          |
| Упаковщик-контролер качества              | 1             | 68 728,00 Р                         | 68 728,00 Р                 | 824 736,00 Р          |
| Итого ФОТ сотрудников со сдельным окладом |               | <b>273 471,00 Р</b>                 | <b>273 471,00 Р</b>         | <b>3 281 652,00 Р</b> |