**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

 *(ссылка на проект)*  *(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организациивысшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 77194555553 |
| Регион ВУЗа | Рязань |
| Наименование акселерационной программы | Мосполитех-Рязань 2.0 |
| Дата заключения и номер Договора | 13.07.2023 № 70-2023-000662 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Разработка трехмерной модели объектов культурного наследия |
| **2** | **Тема стартап-проекта\****Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы,**основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | Тип проекта: программа развития регионаСтадия продукта: прототип или MVPНаправление/сфера/индустрия: Искусство; Строительство и инфраструктура; Туризм и гостиничный бизнес Сквозные технологии: 3D прототипирование Технологические направления: Технологии информационных, управляющих, навигационных систем.Приоритетные направления НТИ: Проекты тематики «Креативные индустрии» (маркетинг, архитектура, ремесла, дизайн, кино, телевидение, фотография, издательская деятельность, музыка и т.д.) |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| **4** | **Рынок НТИ** | TravelNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | 3D ПРОТОТИПИРОВАНИЕ |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * Unti ID U1135392
* Leader ID: id1111965
* ФИО: Власова Татьяна Александровна
* Телефон: 89537437594
* Почта: tania.viaso161634@gmail.com
* Unti ID U1630051
* Leader ID: id 3251989
* ФИО: Кузнецова Алина Александровна
* Телефон: 89623963876
* Почта: zkmrf10@gmail.com
* Unti ID U1111556
* Leader ID: id 3254986
* ФИО: Молодцов Владимир Сергеевич
* Телефон: 89105712636
* Почта: waxervova@gmail.com
 |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** |
|  | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 |  |  | Власова Татьяна Александровна | Работа с Певческим корпусом Рязанского кремля (объем), лидер команды | 89537437594tania.viaso161634@gmail.com |  |  |
| 2 |  |  | Карапетян Геворг Юрикович | Работа с Певческим корпусом Рязанского Кремля (детали) | 89105738068gev.karapetyan.ru@gmail.com |  |  |
| 3 |  |  | Кузнецова Алина Александровна | Работа с Успенским собором Рязанского Кремля (объем) | 89623963876zkmrf10@gmail.com |  |  |
|  |  | 4 |  |  | Ступишина Мария Михайловна  | Работа с Успенским собором Рязанского Кремля (украшения) | 89105005262 |  |  |
|  |  | 5 |  |  | Бычкина Марьяна Дмитриевна  | Работа с Успенским собором Рязанского Кремля (проемы) | 89105046604mbychina@mail.ru |  |  |
|  |  | 6 |  |  | Орликова Мария Андреевна | Церковь Богоявления Господня в Преображенском Рязанском монастыре (объем)  | 89155951165terrakota.2014yandex.ru@gmail.com |  |  |
|  |  | 7 |  |  | Соловьева Анисья Владимировна | Церковь Богоявления Господня в Преображенском Рязанском монастыре (детали) | 89966160027sol.anisya@yandex.ru |  |  |
|  |  | 8 |  |  | Пронтишева Виктория Сергеевна | Ворота в южной стене Спасо-преображенского монастыря Рязанского Кремля | 89006085207prontisheva.vika@gmail.com |  |  |
|  |  | 9 |  |  | Степан Мария Михайловна | Юго-восточная башня Рязанского Кремля | 89209542152maria.stepan03@yandex.ru |  |  |
|  |  | 10 |  |  | Стреглигова ЕкатеринаНиколаевна | Юго-западная башня Рязанского Кремля | 89006106678sterligovakatya@gmail.com |  |  |
|  |  | 11 |  |  | Авдейкина ДарьяАлексеевна | Стены Рязанского Кремля | 8 (920) 955-52-90dasha20030811@gmail.com |  |  |
|  |  | 12 |  |  | Амелина Анастасия Андеевна | Территория Рязанского Кремля | 89105790234nastaamelina532@gmail.com |  |  |
|  |  | 13 |  |  | Афонькина Арина Юрьевна | Территория Рязанского Кремля | 89209759333arinaafonkina@yandex.ru |  |  |
|  |  | 14 |  |  | Лаврентьева Дарья Николаевна  | Преображенский собор Рязанского Кремля | 89106248991daria.lavrik2003@mail.ru |  |  |
|  |  | 15 |  |  | ПарамошкинаЕкатерина Дмитриевна  | Преображенский собор Рязанского Кремля | 89106258907k.param2016@yandex.ru |  |  |
|  |  | 16 |  |  | Натахина Анна Олеговна | Ворота и сторожки в северно-западной стене Рязанского Кремля | 89156179829zubrilnaya@bk.ru |  |  |
|  |  | 17 |  |  | Михеева Валерия Александровна | Ворота и сторожки в северно-западной стене Рязанского Кремля | 89106398010liam\_q@bk.ru |  |  |
|  |  | 18 |  |  | Моисеев Станислав Романович | Христорожденственский собор Рязанского Кремля | 89009054050stasmoiseev20@gmail.com |  |  |
|  |  | 19 |  |  | Молодцов Владимир Сергеевич | Христорожденственский собор Рязанского Кремля | 89105712636waxervova@gmail.com |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 8 | **Аннотация проекта\****Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты* | Осуществляется разработка трехмерных моделей объектов культурного наследия на примере объекта культурного наследия федерального значения «Ансамбль Кремля», XIII - XV; XVI - XX вв. (Рязанская область, г. Рязань, Кремль).Цели проекта:Разработка информативной трехмерной цифровой модели, с детальной проработкой градостроительных, архитекурных и художественных особенностей в охвате территории объекта культурного наследия федерального значения «Ансамбль Кремля».Задачи проекта:1. Разработать цифровую трехмерную модель объекта культурного наследия федерального значения «Ансамбль Кремля», XIII - XV; XVI - XX вв. (Рязанская область, г. Рязань, Кремль) при поддержке потенциального заказчика в лице Рязанского епархиального управления.
2. Внедрить трехмерную модель объекта культурного наследия на платформу сайта заказчика.
3. Определить трудозатраты и объем ресурсов, потраченных на создание трехмерной модели
4. Проанализировать рынок услуг по созданию трехмерных моделей исторических зданий
5. Привлечь новых клиентов с помощью рекламы в социальных сетях и рекомендации Рязанской епархии

Целевая аудитория проекта: 1. Администрации муниципальных образований;
2. Администрации музеев;
3. Туристические организации;
4. Участники застройки исторических территорий городов, проектные организации.

Область применения: градостроительство, туризм, реклама.Трехмерная цифровая модель направлена на улучшение туристической привлекательности исторического центра города. Может использоваться в качестве информационной трехмерной модели на вэб-сайтах, при разработке туристических маршрутов города, в качестве основы для создания макетов объектов, градостроительном анализе территории и презентации проектов развития и использования территории.  |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет****продаваться\****Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации**которого планируется получать основной доход* | Трехмерная цифровая модель объектов градостроительства и архитектуры городской среды. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\****Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя,**которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт* | Малодоступная информация, возможность визуального восприятия с разных ракурсов объектов архитектуры и градостроительства исторически ценных и застраиваемых городских территорий.  |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\****Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц**– категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)* |  Потенциальные потребители: 1. Юридические лица (организации и лица, занимающиеся архитектурным и градостроительным проектированием реставрацией, организацией туристических мероприятий, рекламой и общественной деятельностью)
2. Географическое положение потребителей – центральные регионы России
3. Сектор рынка: B2B, B2G.
 |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\****Указывается необходимый перечень научно-**технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Существующие: ПО Archicad (построение архитектурных 3d-моделей); социальные сети, СМИ (освещение проекта)Собственные разработки: чертежи, созданные по обмерам архитектурных сооружений и их оцифровка |
| 13 | Бизнес-модель\**Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для**создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и**поставщиками, способы привлечения**финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.* | Создание архитектурного бюро, которое будет специализироваться на создании 3d-моделей исторических архитектурных объектов и городских территорий. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Яндекс карты (панорамы)
2. Multiplex
3. Seliverstoff
4. 3DProScan
5. МЕРОКАС
 |
| 15 | **Ценностное предложение\****Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими**конкурентами, и с самого начала делает**очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | Развитие города в целом сопутствуется большим уровнем интереса к нему, соответственно туристов. Карты доступные в общем пользовании не всегда передают нужную атмосферу места и зачастую недоступные в некоторых местах. Наша 3D-модель позволит качественно показать святыню Рязани, а так же предостережет от 3D-сканирования, которое могут позволить не все музеи. Интерактив – то, что позволит каждому из любой точки мира погрузиться в историческую среду города. |
| 16 | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД,****действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.);****дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)\****Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и**востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем**обосновывается потенциальная**прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым* | Конкурентные преимущества: на существующем рынке Рязанской области нет подобных проектных разработок в чем и заключается уникальность. Доступ к ограниченным ресурсам – это сама историческая территория и архитектурные сооружения. |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\****Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют**выбранному тематическому направлению* |  **Технические характеристики:** строительный объем, экспликация общей площади помещений, количество этажей, год постройки или ввода в эксплуатацию и поэтажные планы. (Все эти данные имеются на основании обмеров) |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей)**стартапа в части выстраивания внутренних**процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные параметры бизнеса: Линейно-штабная организацияФинансовые показатели бизнеса: выручка, расходы, чистая прибыль, рентабельность чистой прибыли, соотношение поступлений и выбытий, рентабельность собственного капитала, рентабельность активов, выручка или прибыль на сотрудника, текущая ликвидность, финансовая независимость |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\****Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые**обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами**(сравнение по стоимостным, техническим**параметрам и проч.)* | Конкурентные преимущества: на существующем рынке Рязанской области нет подобных проектных разработок в чем и заключается уникальность. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции\****Описываются технические параметры**научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/**обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их**конкурентоспособность* | Существующие: Archicad (построение 3d-моделей); социальные сети, СМИ (освещение проекта)Собственные разработки: чертежи, созданные по обмерам архитектурных сооружений и их оцифровка |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL***Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап- проект по итогам прохождения**акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно**развивать стартап дальше* | **TRL -** Это метод оценки зрелости технологий для принятия решений, касающихся разработки и перехода на новые технологии. Сегодня фактически является глобальным стандартом. Созданный стартап-проект и является переходом на новые технологии. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект полностью соответствует научным приоритетам образовательной организации |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую**стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | В Рязанской области одним из каналов продвижения является СМИ, также социальные сети. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Каналы сбыта для реализации продукта могут начинаться с местных СМИ и заканчиваться официальным показам на сайтах администрации города Рязани  |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Развитие города напрямую связано с развитием туризма. В данный период времени город имеет слабую информативную базу про достопримечательности Рязани. 3D-модель может показать, что ждет гостя в данном месте и тем самым заинтересовать пользователя.Так же в настоящее время, на создании 3d-моделей исторических зданий специализируется очень ограниченное количество компаний, из-за чего заказчикам сложнее заказать продукт. Так же музеям и другим организациям, нуждающимся в создании трехмерной модели бывает сложно заказать модель из-за недостатка финансирования. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\****Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая**часть проблемы или вся проблема решается с**помощью стартап-проекта* | С помощью данного стартап-проекта решиться проблема реставрации памятников архитектуры Рязани, также пополниться база для туристов и для музеев города. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\****Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9,**10 и 24)* | Взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем заключается в информации, ведь именно ее не хватает для того, чтобы начать реставрацию памятников архитектуры и развивать туризм в городе  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Наши услуги помогут потребителю получить нужную информацию для реставрации, ремонта, содержания памятников архитектуры, а также развить туризм в городе. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\****Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные**возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию,**указанную в пункте 7.* | Для оценки потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса 1. Стоит посмотреть на стратегию развития, которую реализует данный стартап проект2. Определить по каким критериям будет проводиться оценка бизнеса.3. Рассмотреть все элементы стратегии и оцените их в соответствии с выбранными критериями.4. Сравнить стратегию, по которой действует компания, с эталонными стратегиями развития бизнеса, чтобы понять, насколько ее действия эффективны. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**\*

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu>)

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ([https://fasie.ru/programs/programma-](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php) [start/fokusnye-tematiki.php](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php) ) |  |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ****(РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* |
| Коллектив *(характеристика будущего предприятия)**Указывается информация о составе**коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации),**который Вы представляете на момент выхода предприятия на самоокупаемость.**Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы**представляете себе штат созданного**предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость* | Студенты архитекторы (20 человек), 2 преподавателя наставника |

\* Заполняется по желанию участников команды стартап-проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Техническое оснащение*Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие**технических и материальных ресурсов) на**момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | Наличие технических и материальных ресурсов на момент выхода на самоокупаемость – компьютеры, помещение, партнеры |
| Партнеры (поставщики, продавцы) *Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/**поставщиках/продавцах на момент выхода предприятия на**самоокупаемость, т.е. о том, как может**быть.* |  После выхода на самоокупаемость – поставщики (связанные с торговлей для туристов), партнеры (СМИ, компании, связанные с туризмом/реставрацией) |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)*Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть**осуществлено* | 1 проект будет осуществляется за 3-6 месяцев |
| Доходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их**источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет**достигнуто.* | 1,2 млн. руб в год |
| Расходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет**достигнуто* | Зарплата одного сотрудника - 500 руб. в час.количество сотрудников – 5 чел.Количество часов, затрачиваемых на работу в неделю - 40Месячная зарплата сотрудникам составит 600 000 руб.Арендная плата составит 250 000 руб.Лицензия ПО – 1 000 000 руб.Оборудование, мебель – 650 000Дополнительные расходы (10%) 250 000 рублейИтого: 2 750 000 руб. |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость*Указывается количество лет после завершения гранта* | 1 год |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** |
| Коллектив | 20 человек |
| Техническое оснащение: | Индивидуальные ПК |
| Партнеры (поставщики, продавцы) | заказчик: Рязанская Епархия |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА***(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* |
| Формирование коллектива: | 6 месяцев |
| Функционирование юридического лица: |  |
| Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: |  |
| Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): |  |
| Организация производства продукции: |  |
| Реализация продукции: |  |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА****ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** |
| Доходы: |  |
| Расходы: |  |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): |  |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ** |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца) |
|  |
|  | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) |
|  |
|  | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития |
| **Платформа НТИ** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно- образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах«Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» |  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» |  |

***Календарный план проекта:***

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2 |  |  |  |
| … |  |  |  |