



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Югорский государственный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «ЮГУ»)**

---

## **Коллекция фирменной атрибутики «Навстречу горизонту»**

**Инициативная группа проекта**

Сысоева Яна Владимировна

Беткер Алиса Сергеевна

Бердников Андрей Антонович

**г. Ханты-Мансийск**

**2026 год**

## **Актуальность**

Актуальность проекта туристского клуба «Горизонт» обусловлена высоким интересом студентов к спортивному туризму: 83% опрошенных выразили желание заниматься этим видом активности, а 57% интересуются сразу всеми направлениями клуба. Это подтверждает необходимость комплексного развития туризма в вузе. Кроме того, инициатива поддерживается на государственном уровне: после поручения Президента РФ в 2022 году реализуется масштабная программа возрождения студенческих турклубов, что открывает новые возможности для студентов и способствует популяризации активного образа жизни. Отсутствие уникальной формы участников турклуба снижает узнаваемость команды и ограничивает потенциал брендинга вуза. Внедрение мерча обеспечит единую атрибутику для участников, усилит позиционирование университета как площадки для развития спортивного туризма и повысит лояльность студенческого сообщества.

## **Проблема**

Остро стоит проблема идентификации и мотивации членов клуба. Отсутствие унифицированной атрибутики (мерча) приводит к тому, что на всероссийских соревнованиях, где «Горизонт» представляет университет и регион, команда не имеет единого узнаваемого стиля. Это снижает престиж бренда клуба и вуза в глазах судей и соперников.

## **Цель инициативного проекта**

Разработать и внедрить линейку фирменной продукции турклуба для формирования устойчивой бренд-идентичности и повышения узнаваемости клуба на региональном и всероссийском уровнях в период с мая по декабрь 2026.

## **Задачи инициативного проекта**

1. Определить ассортимент коллекции
2. Разработать улучшенный дизайн с символикой турклуба.
3. Поиск подрядчика и поставщика, типографии для выпуска линейки вещей
4. Составление сметы проекта.
5. Запуск линейки на производство и получение поставки готовой продукции.

## **Целевая аудитория:**

### **Прямые благополучатели:**

Члены туристского клуба «Горизонт» (студенты и выпускники) — 50+ человек, непосредственно получающие мерч для участия в соревнованиях и походах.

### **Косвенные благополучатели:**

- Студенты университета, посещающие секции и массовые мероприятия клуба (более 200 человек), которые получают возможность вступить в актив и выиграть мерч.
- Университет, за счет укрепления бренда вуза на всероссийской арене благодаря узнаваемой экипировке команды.
- Спортивное сообщество региона и России, взаимодействующее с командой «Горизонт», чей уровень организации повысится.

### **Ожидаемые результаты от реализации инициативного проекта**

#### **Количественные результаты:**

Лонгслив на молнии синтетический 15 единиц

Футболка хлопок 15 единиц

Ветровка 15 единиц

Походная кружка 15-20 единиц

#### **Качественные результаты:**

- **Рост узнаваемости турклуба. Формирование единой визуальной идентичности.** Единая атрибутика сделает команду заметной на соревнованиях и походах, улучшит восприятие клуба среди других вузов и участников спортивных сообществ.
- **Повышение престижа университета.** Улучшение визуального имиджа команды на соревнованиях с фирменной символикой турклуба подчеркнёт вовлечённость вуза в развитие спортивного туризма и активного студенчества, укрепит имидж университета как центра молодёжной активности.
- **Создание основы для долгосрочного брендинга.** Разработанный дизайн и опыт выпуска мерча станут базой для дальнейшего развития бренда турклуба: расширения линейки продукции, создания сезонных коллекций и укрепления позиций клуба в университете и за его пределами.)

### **Мероприятия по реализации инициативного проекта**

### Этап 1: Организационно-подготовительный (1–2 неделя)

- Определение дизайн-макета мерча и форм вещей: ветровки, лонгсливы, футболки, походные кружки.
- Изучение цен на рынке, заключение договоров с поставщиками типографией/швейным производством.

### Этап 2: Изготовление линейки вещей (3–5 неделя)

- Размещение заказа на изготовление вещей, с акцентом на практичность для походов, и сувенирной продукции клуба.
- Контроль качества нанесения символики.

### Этап 3: Заключительный и презентационный (6 неделя)

- Торжественная презентация коллекции фирменного мерча на 5 этапе Всероссийской студенческой лиги спортивного туризма.
- Вручение продукции активным участникам и призерам соревнований.
- Освещение итогов проекта в социальных сетях университета, партнеров и клуба.

Нашу логическую цепочку мы разделили на 3 этапа. В первый этап входят основополагающие шаги. От дизайна будет зависеть дальнейшая визуальная составляющая, а финансовая аналитика поможет правильно уложиться в установленные рамки бюджета. Далее мы сделаем небольшую партию, где проверим качество исполнения. В конечном итоге мы презентуем коллекцию и подведем итоги.

### **Бюджет проекта**

Бюджет у всех выступающих команд равный, составляет 100 тысяч рублей. В наши основные расходы входят закупка одежды и аксессуаров. Для нанесения дизайна на одежду мы будем использовать DTF-печать, для аксессуаров UV DTF. Хотелось бы отметить, что нанесение логотипа мы будем осуществлять самостоятельно, для экономии расходования бюджета. Обязательным условием мы выделяем 10 тысяч рублей на транспортные расходы. Подробную таблицу сметы вы сможете увидеть чуть позже.

Финансовый план, который описывает все необходимые расходы и источники финансирования для реализации проекта.

(100 000 руб.)

## **Нефинансовый вклад (трудовое участие) студентов, партнёров, бизнесменов города**

### **Студенты (члены турклуба):**

Нашим нефинансовым вкладом являются наши партнеры в виде студентов турклуба, конечно же, Югорский Государственный Университет, а также типографии и швейные производства, которые помогают консультировать и выбирать наиболее выгодные решения.

- Волонтерская помощь: участие в разработке дизайн-макетов мерча (при наличии профильных навыков).

### **Партнеры:**

-университет:

- Медиасопровождение и поддержка в процессе реализации проекта

### **Эксперты в дизайне/ типографии и швейные производства:**

- Консультационная поддержка.
- Партнерские скидки.)

### **Заключение**

Спасибо Югорскому Государственному Университету за возможность проявлять инициативы по студенческому бюджетированию. Спасибо за внимание! Уважаемые жюри, готовы ответить на Ваши вопросы.

### **Смета**

Подробная таблица сметы расположена на последнем слайде

### **Дополнительная информация**

(место для заполнения)