

Гимназисты из Борисова создают имидж Беларуси: сувениры, экскурсии, рекламный буклет, сайт



Для жителей Борисова не секрет: первая гимназия богата не только олимпиадными победами, но и научными исследованиями. Каждый год наши гимназисты неустанно трудятся над тем, чтобы раскрыть неизвестные факты, провести сложнейшие опыты и получить долгожданные результаты.

Я тоже не смогла остаться в стороне и два года назад пришла к своему преподавателю географии Елене Борисовне Алексеевой с вопросом: «Как вам кажется, чем мы можем быть полезны?» Думали недолго, ведь некоторые проблемы действительно были насущными, а их решения, к сожалению, находились в замороженном состоянии. Так мы выбрали тему нашей работы – «Сувениры с конвейера: открываем Минщину заново».

Я думаю, что для жителей Борисова не секрет: первая гимназия

богата не только олимпиадными победами, но и научными исследованиями. Каждый год наши гимназисты неустанно трудятся над тем, чтобы раскрыть неизвестные факты, провести сложнейшие опыты и получить долгожданные результаты. Я тоже не смогла остаться в стороне и два года назад пришла к своему преподавателю географии, Елене Борисовне Алексеевой, с вопросом: «Как вам кажется, чем мы можем быть полезны?». Думали недолго, ведь некоторые проблемы действительно были насущными, а их решения, к сожалению, находились в замороженном состоянии. Так мы выбрали тему нашей работы – «Сувениры с конвейера: открываем Минщину заново».

Вполне очевидно, что турист, посещая нашу страну, собирается привезти в подарок для дочки или сына одежду с изображением зубра, для жены – конфеты «Коммунарка», для мужа – «Бульбаш», а для друга, конечно же, – магнитик с изображением Национальной библиотеки – все в лучших традициях имиджа Беларуси. Но только ли этими сувенирами известна наша страна?

Каждый уважающий себя турист точно знает, за чем он едет в ту или иную страну. Турция известна своими сладостями, Франция, конечно, – духами, а Япония – шелком. Эти вещи вызывают прямые ассоциации, имеют яркую эмоциональную окраску, а значит, получают право на известность во всем мире.

Беларусь, разумеется, тоже может предложить интересные и запоминающиеся сувениры, но зачастую это продукция крупных предприятий. Качество товаров не вызывает сомнений, но вся линейка сувенирной продукции отечественных производителей невелика. С этого вывода и началась наша работа.

Она прошла множество стадий. Сначала мы представили ее под названием «Брендинг городов Минской области», потом на республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси» – в ином виде, и вот мы имеем ее финальный вариант – «Сувениры с конвейера: открываем Минщину заново». Нашей основной задачей было выяснить, действительно ли в сувенирной индустрии нашей

страны существует проблема, в чем именно она заключается и как можно ее решить.

На первом этапе мы провели социологический онлайн-опрос, который мог пройти любой интернет-пользователь (получили более тысячи ответов), и сделали соответствующие выводы. Во-первых, белорусы не знают, какие товары являются настоящими национальными сувенирами, во-вторых, не представляют, куда направить туриста за покупками сувенирной продукции, и, в-третьих, сами белорусы не верят в конкурентоспособность отечественного товара на мировом рынке.

Наш следующий шаг – экскурсии на небольшие предприятия Минской области, продукция которых сможет пополнить список сувенирной. Мы посетили валяно-войлочную фабрику в Смилевичах (было чему удивиться: как вам тапочки для француженок?), свечную мануфактуру в Узде (в Америке о ней знают больше, чем в Беларуси), Воложинский молочный комбинат (сыра с черемшой вы точно нигде больше не найдете) и другие. Путешествуя по назначенному маршруту, мы разговаривали с руководителями мануфактур и заводов, с удивлением рассматривали возможные будущие сувениры и узнавали много нового. С этого момента зародилась еще одна идея, которую нам посчастливилось осуществить – создать рекламный буклет с указанием продукции и причин, объясняющих, почему следует купить этот товар. Дизайн получился красочным, а текст – очень эмоциональным, и мы подумали: «Может, еще и веб-сайт?..»

Так появился на свет еще один способ рекламы – сайт, на котором содержится гораздо больше информации о товаре, наши рекомендации, способы проезда, ссылки на официальные сайты и многое другое. Очень надеемся, что в ближайшем будущем он будет доступен еще на нескольких иностранных языках.

Была проделана, безусловно, огромная работа, и каждый раз, когда придумывали новые детали, а потом еще и воплощали их в жизнь, мы радовались и все больше и больше наполнялись

уверенностью. Хочется надеяться, что удастся познакомить с нашим проектом как можно больше людей и продолжать совершенствовать его и дальше. Может, и Министерство туризма нас услышит?

**Анна Белая, 11 «В» класс,
фото Светланы ЧЕКАЛОВОЙ**