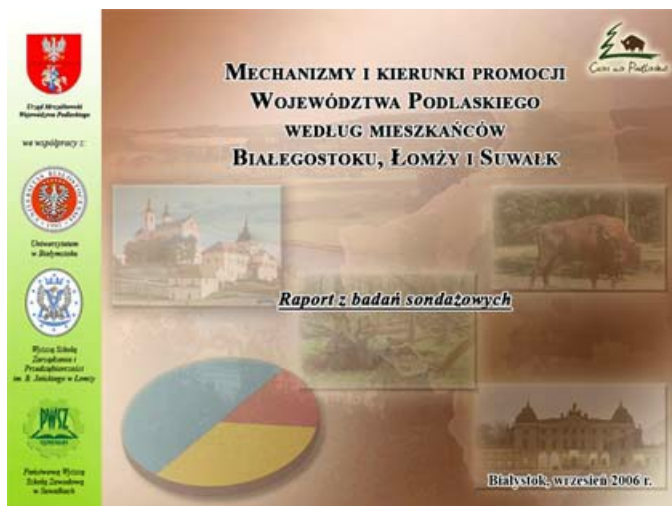


Podlaskie - region wielkich możliwości

Na Wydziale Historyczno – Socjologicznym Uniwersytetu w Białymstoku zaprezentowano wyniki badań prowadzonych w ramach projektu pn. „Mechanizmy i kierunki promocji województwa podlaskiego wg mieszkańców Białegostoku, Łomży i Suwałk”.



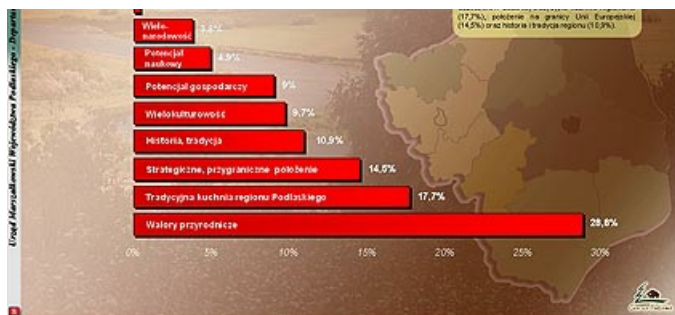
Projekt był realizowany we współpracy z trzema szkołami wyższymi – Uniwersytetem w Białymstoku, Wyższą Szkołą Zarządzania i Przedsiębiorczości im. B. Jańskiego w Łomży oraz Państwową Wyższą Szkołą Zawodową w Suwałkach. Jego pierwszą część stanowił sondaż przeprowadzony wśród mieszkańców Białegostoku, który został następnie powtórzony w dwóch kolejnych miastach regionu, tj. w Łomży i Suwałkach.

A oto, co udało się ustalić autorom badań: otóż, mieszkańcy trzech największych ośrodków miejskich województwa podlaskiego niezwykle pozytywnie postrzegają jego walory i możliwości, ale gorzej oceniają ich wykorzystywanie.

Prawie 80 procent uczestników badania jest przekonanych, iż Podlaskie posiada szczególne atrybuty, natomiast zaledwie 29 procent jest skłonnych zgodzić się z tym, że z owych zalet czyniony jest właściwy użytek.

Uczestnicy badania różnią się co do oceny obecnego wizerunku województwa podlaskiego. Najwięcej osób uważa, że jest on pozytywny jednak tylko nieco rzadziej twierdzi się, że ma on ambiwalentny (ani pozytywny, ani negatywny) charakter. 1/5 respondentów wyraziła opinię, iż obraz Podlaskiego odbiega „in minus” od pozostałych regionów Polski.





Co warto podkreślić, ponad połowa mieszkańców trzech największych miast Podlaskiego uważa, że wizerunek województwa uległ w ostatnich latach zmianie i w przekonaniu 85% z nich była to zmiana na lepsze. Efekty działań promocyjnych zauważa się głównie na dwóch polach: popularyzacji podlaskich produktów oraz pozyskiwania turystów.

Największym atutem Podlaskiego wg jego mieszkańców są walory przyrodnicze (28% wskazań), tradycyjna kuchnia regionalna (17,7%), położenie na granicy Unii Europejskiej (14,5%) oraz historia i tradycja regionu (10,9%).

W opinii respondentów równie ważne jest promowanie województwa w kraju, co poza granicami Polski.

Spośród inicjatyw, w które zaangażowany jest Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, zdecydowanie najbardziej znane są Dożynki.

Kolejne miejsca przypadły portalowi internetowemu „Wrota Podlasia” oraz konkursowi Podlaska Marka Roku. Oznacza to, że część działań podejmowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego zdążyła się już zakorzenić w świadomości białostoczan, łomżan i suwalczan.

Jest to spostrzeżenie warte wyraźnego podkreślenia, ponieważ wiele z tych inicjatyw jest stosunkowo młodych, tak jak np. „Podlaska Marka Roku”, Urodziny Województwa Podlaskiego, czy też portal „Wrota Podlasia”, a mimo tego są już przez wielu mieszkańców regionu dobrze rozpoznawane.

