

# **Instytut Eurotest**

Raport

## **TURYSTYKA GDAŃSKA W II KWARTALE 2013 ROKU**

lipiec 2013

**Instytut Eurotest**  
80-237 Gdańsk, ul. Uphagena 10, tel. 058-341-63-70, fax 058-341-66-20  
[home page: www.eurotest.com.pl](http://www.eurotest.com.pl) [e.mail: enter@eurotest.com.pl](mailto:enter@eurotest.com.pl)

## Spis treści

<b>1. Wstęp i metodologia badania</b>	<b>3</b>
<b>2. Korzystający z oferty turystycznej Gdańska</b>	<b>5</b>
2.1. Główny cel przyjazdu do Gdańska	5
2.2. Sposób spędzania czasu w Gdańsku	8
2.3. Ocena czystości i jakości plaż w Gdańsku	11
2.4. Ocena możliwości robienia zakupów w Gdańsku	12
2.5. Ocena oferty i jakości imprez kulturalnych, rozrywkowych, sportowych	13
2.6. Zwiedzane obiekty w Gdańsku	14
2.7. Korzystający z punktów Informacji Turystycznej	20
2.8. Ocena jakości udzielonej informacji turystycznej	21
2.9. Korzystający z gastronomii	22
2.10. Ocena jakości usług gastronomicznych	23
<b>3. Pobyt turystów w Gdańsku</b>	<b>24</b>
3.1. Miejsce zakwaterowania turystów	24
3.2. Ocena jakości usług noclegowych przez turystów	25
3.3. Czas pobytu w Gdańsku	26
3.4. Czym poruszają się po Gdańsku?	27
3.5. Ocena jakości dróg i możliwości poruszania się po mieście	29
3.6. Ocena komunikacji miejskiej	30
3.7. Szacunkowe wydatki turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale	31
<b>4. Ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających i poczucia bezpieczeństwa turystów i odwiedzających</b>	<b>34</b>
4.1. Ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających	34
4.2. Ocena poczucia bezpieczeństwa przez turystów i odwiedzających	35
<b>5. Ocena atrakcyjności Gdańska</b>	<b>36</b>
5.1. Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast w Polsce	36
5.2. Co zachęciło turystów i odwiedzających Gdańsk do przyjazdu poza sezonem letnim	39
5.3. Czy turyści i odwiedzający poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom?	42
5.4. Częstotliwość odwiedzania Gdańska	43
5.5. Promocja i informacja o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania turystów i odwiedzających	45
<b>6. Odwiedzający - zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego w tym na obszarze metropolitalnym</b>	<b>47</b>
6.1. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego	47
6.2. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na obszarze metropolitalnym	49
6.3. Zwiedzane przez turystów inne miejscowości województwa pomorskiego	50
<b>7. Organizacja przyjazdu do Gdańska</b>	<b>52</b>
7.1. Sposób organizacji przyjazdu	52
7.2. Czym turyści przyjechali do Gdańska i ocena warunków dojazdu	53
<b>8. Struktura ankietowanych turystów i odwiedzających</b>	<b>57</b>
8.1. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający?	57
8.2. Z kim przyjechali turyści i odwiedzający do Gdańska?	59
8.3. Struktura ankietowanych turystów i odwiedzających wg cech demograficznych	61
<b>9. Szacunkowe obłożenie obiektów noclegowych</b>	<b>64</b>
<b>10. Liczba turystów w Gdańsku wg miesięcy w rejestrowanej bazie noclegowej</b>	<b>65</b>
<b>11. Oszacowanie liczby turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale 2013 r.</b>	<b>68</b>
<b>12. Podsumowanie</b>	<b>69</b>
Spis tabel	82
Spis wykresów	83

## 1. Wstęp i metodologia badania

Przedstawiamy Państwu raport „Turystyka gdańska w II kwartale 2013 roku”. Planowane są cykliczne badania turystyki gdańskiej i kolejne prezentacje raportów w okresach kwartalnych 2013 roku i w I kwartale 2014 roku.

Instytut Eurotest ma wieloletnie doświadczenie w realizacji opracowań na temat turystyki. Niniejszy raport zawiera szereg informacji o turystach i odwiedzających Gdańsk, w tym: skąd przyjechali, o ich liczbie, o poziomie wydatków, satysfakcji z pobytu, o tym jakie opinie przekażą znajomym o Gdańsku i inne informacje oraz opinie zebrane podczas badania ankietowego. Raport zawiera również informacje statystyczne o liczbie turystów w rejestrowanej bazie noclegowej wg miesięcy. Ze względu na cykl opracowywania danych statystycznych dane te prezentowane są z około trzymiesięcznym opóźnieniem.

Celem ułatwienia rozróżnienia prezentowanych w raporcie informacji dot. turystów i odwiedzających podtytuły zostały oznaczone kolorami: - **Turyści** - **Odwiedzający**.

### Metodologia

Badanie ankietowe turystów i odwiedzających Gdańsk zrealizowano za pomocą metody bezpośrednich wywiadów osobistych przy zastosowaniu kwestionariusza ankietowego skonsultowanego ze Zleceniodawcą.

Zdefiniowani w badaniu **odwiedzający** - to osoby przebywające w Gdańsku kilka godzin lub jeden dzień bez noclegu, a **turyści** - to osoby przebywające co najmniej z jednym noclegiem w Gdańsku. Stanowią oni **podstawę** prezentowanych w raporcie tabel i wykresów.

Badaniem objęte były osoby od 15 roku życia wg ustalonych przedziałów wieku. Dobór osób do ankietowania poprzedzony był pytaniem filtrującym wykluczającym stałych mieszkańców Gdańska, zamieszkowych pracujących oraz przebywających na pobycie czasowym uczniów i studentów.

Losowego doboru osób do badania dokonywali ankieterzy na podstawie szczegółowej instrukcji zapraszając do ankietowania co n-tą osobę przebywającą w rejonie doboru próby (w zależności od wielkości ruchu turystycznego zapraszano od co 5-tą do co 20-tą osobę). Próba badania liczyła 600 osób, w tym 207 odwiedzających i 393 turystów. Poboru próby dokonywano w następujących rejonach nasilonego ruchu turystycznego: ul. Długa, Długi Targ, ul. Mariacka, Długie Pobrzeże, Rybackie Pobrzeże, Plac Solidarności, molo i plaża w Brzeźnie, ZOO, Park w Oliwie i poblize Katedry w Oliwie. W okresie niesprzyjającej pogody ankietowanie realizowane było w obiektach zamkniętych, w tym: na dworcu PKP, na lotnisku, w obiektach noclegowych, w galeriach i centrach handlowych. Wywiady wykonywane były wg ustalonego harmonogramu obejmującego cały okres II kwartału 2013 roku.

Celem uniknięcia deklaratywnego szacowania wydatków jakie turyści i odwiedzający ponieśli podczas pobytu, oszacowania wydatków dokonywano na podstawie odpowiedzi odnoszących się do faktycznie poniesionych wydatków podczas dotychczasowego okresu pobytu na określoną liczbę osób i następnie wyliczając na tej podstawie średnie wydatki na osobo/dzień.

Analizy danych uzyskanych z badania ankietowego wykonano za pomocą specjalistycznego pakietu oprogramowania komputerowego SPSS Professional Statistics™. Statystyczny błąd szacunku wyników badania mieści się w przedziale +/- 5% przy 95% przedziale ufności.

Próba badania obiektów noclegowych liczyła 30 obiektów. Celem zachowania reprezentacyjności populacji struktura próby odzwierciedlała strukturę obiektów noclegowych wg kategorii z zachowaniem proporcji ilości obiektów w próbie wg udziału ilości miejsc noclegowych posiadanych przez te objekty.

Oszacowanie liczby turystów oraz odwiedzających Gdańsk wykonane zostało na podstawie następujących głównych źródeł informacji: danych GUS dotyczących liczebności turystów w rejestrowanej bazie noclegowej, trendu obliczonego na podstawie danych o liczbie turystów w rejestrowanej bazie noclegowej w poprzednich latach, opinii ekspertów dot. rozwoju i zmian w turystyce, danych z badania obiektów noclegowych dotyczących obłożenia obiektów oraz danych z badania ankietowego, w tym: struktury miejsc zakwaterowania turystów w rejestrowanej i nie rejestrowanej bazie noclegowej, ilości osób z którymi przyjechali turyści i odwiedzający, ilu krotności odwiedzania Gdańska przez turystów i odwiedzających w okresie realizacji badania.

Wyniki zaprezentowane w raporcie powinny być interesujące dla władz miasta oraz branży usług turystycznych, w tym właścicieli bazy hotelowej i gastronomicznej jak i innych usługodawców. Wyniki badania mogą być także interesujące dla inwestorów szeroko pojętej infrastruktury usługowej miasta.

## 2. Korzystający z oferty turystycznej Gdańska

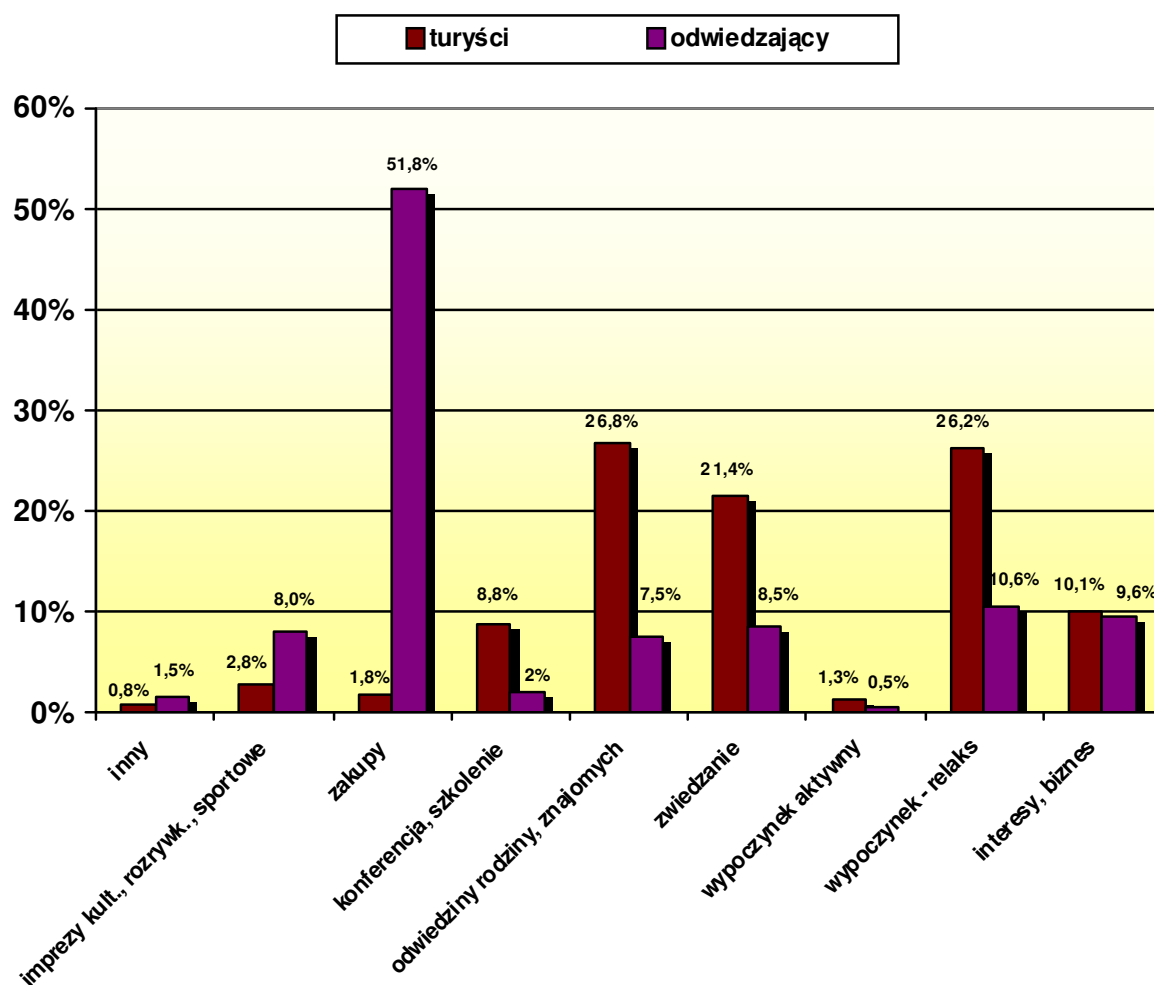
### 2.1. Główny cel przyjazdu do Gdańska

#### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: odwiedziny rodziny, znajomych 26,8%; wypoczynek – relaks 26,2%; zwiedzanie 21,4%; interesy, biznes 10,1%; konferencja, szkolenie 8,8%; imprezy kulturalne rozrywkowe lub sportowe 2,8% (tu podawano koncert Bon Jovi); zakupy 1,8%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,3% i w „innym” celu przybyło 0,8% (komunia, wesele).

**Odwiedzający** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: zakupy 51,8%; wypoczynek – relaks 10,6%; interesy, biznes 9,6%; zwiedzanie 8,5%; imprezy kulturalne rozrywkowe, sportowe 8% (tu podawano koncert Bon Jovi i Święto Miasta oraz Widowisko Nocy Świętojańskiej); odwiedziny rodziny, znajomych 7,5%; konferencja, szkolenie 2% i w „innym” celu przybyło 1,5% (komunia, lekarz).

Wykres 1. Główny cel przyjazdu turystów i odwiedzających do Gdańska



inny: komunia, wesele, lekarz.

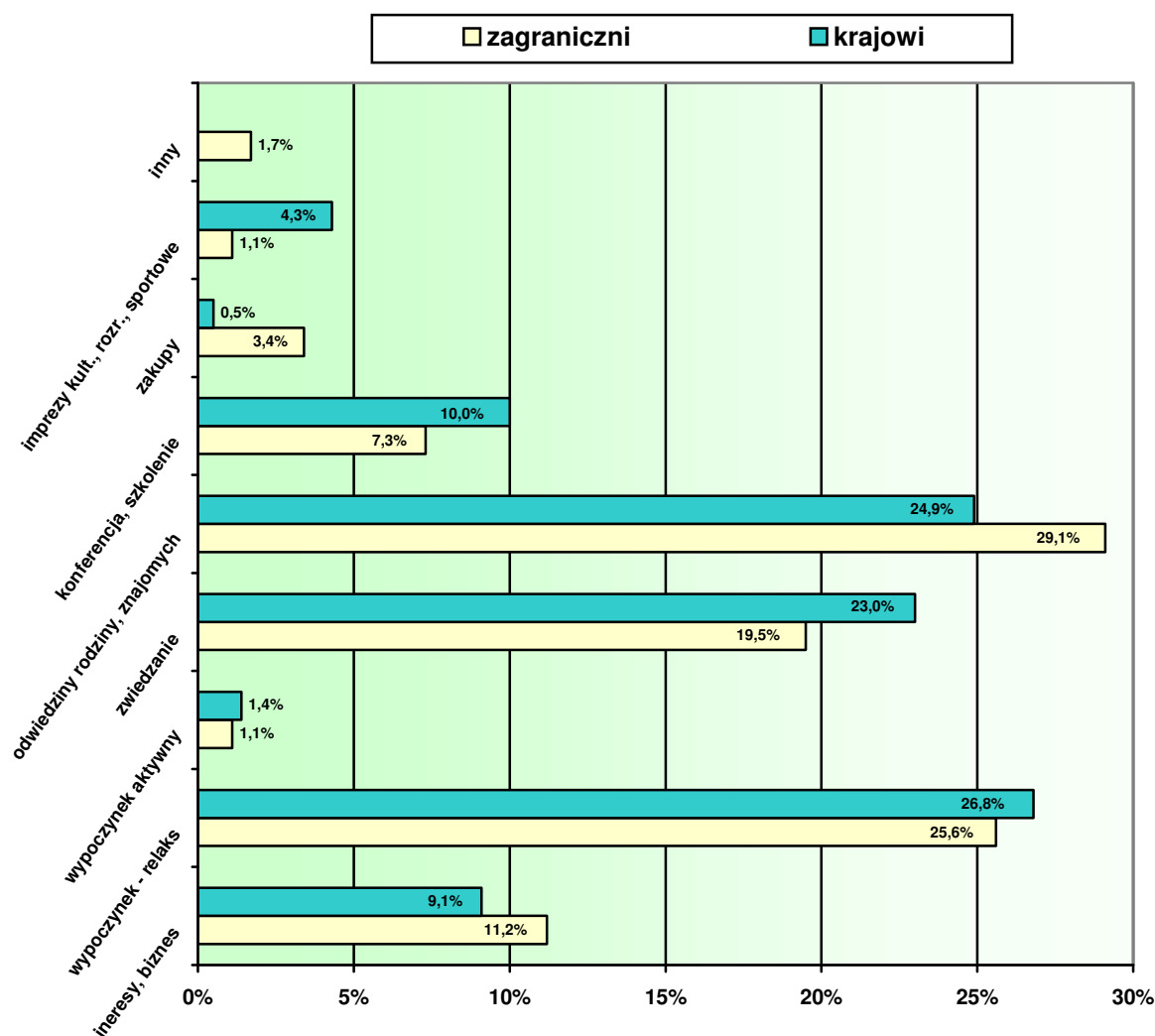
Źródło Instytut Eurotest.

## - Turyści zagraniczni i krajowi

**Turyści zagraniczni** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: odwiedzić rodziny, znajomych 29,1%; wypoczynek – relaks 25,6%; zwiedzanie 19,5%; interesy, biznes 11,2%; konferencję, szkolenie 7,3%; zakupy 3,4%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 1,1%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,1% oraz „inny” cel 1,7%,

**Turyści krajowi** podawali jako główny cel przyjazdu do Gdańska: wypoczynek – relaks 26,8%; odwiedzić rodziny, znajomych 24,9%; zwiedzanie 23,0%; konferencję, szkolenie 10,0%; interesy, biznes 9,1%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 4,3%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,4% i w celu zakupów 0,5%.

Wykres 2. Główny cel przyjazdu do Gdańska turystów zagranicznych i krajowych.



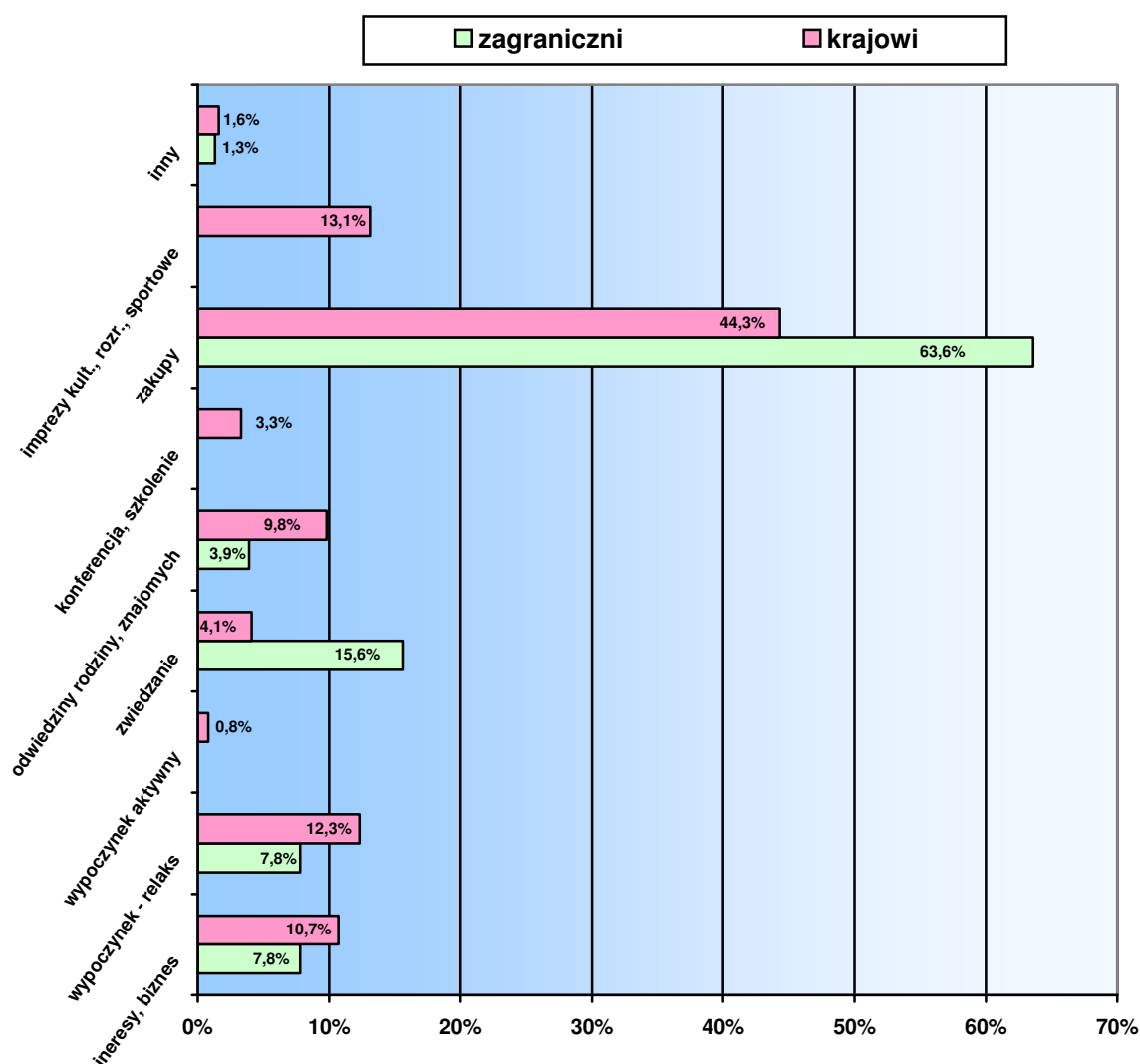
Źródło Instytut Eurotest

## - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

**Odwiedzający zagraniczni** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: zakupy 63,6%; zwiedzanie 15,6%; wypoczynek – relaks 7,8%; interesy, biznes 7,8%; odwiedziny rodziny, znajomych 3,9% oraz „inny” cel 1,3%.

**Odwiedzający krajowi** podali jako główny cel przyjazdu do Gdańska: zakupy 44,3%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 13,1%; wypoczynek – relaks 12,3%; interesy, biznes 10,7%; odwiedziny rodziny, znajomych 9,8%; zwiedzanie 4,1%; konferencję, szkolenie 3,3%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 0,8% oraz „inny” cel 1,6%.

Wykres 3. Główny cel przyjazdu do Gdańska odwiedzających zagranicznych i krajowych.



Źródło Instytut Eurotest

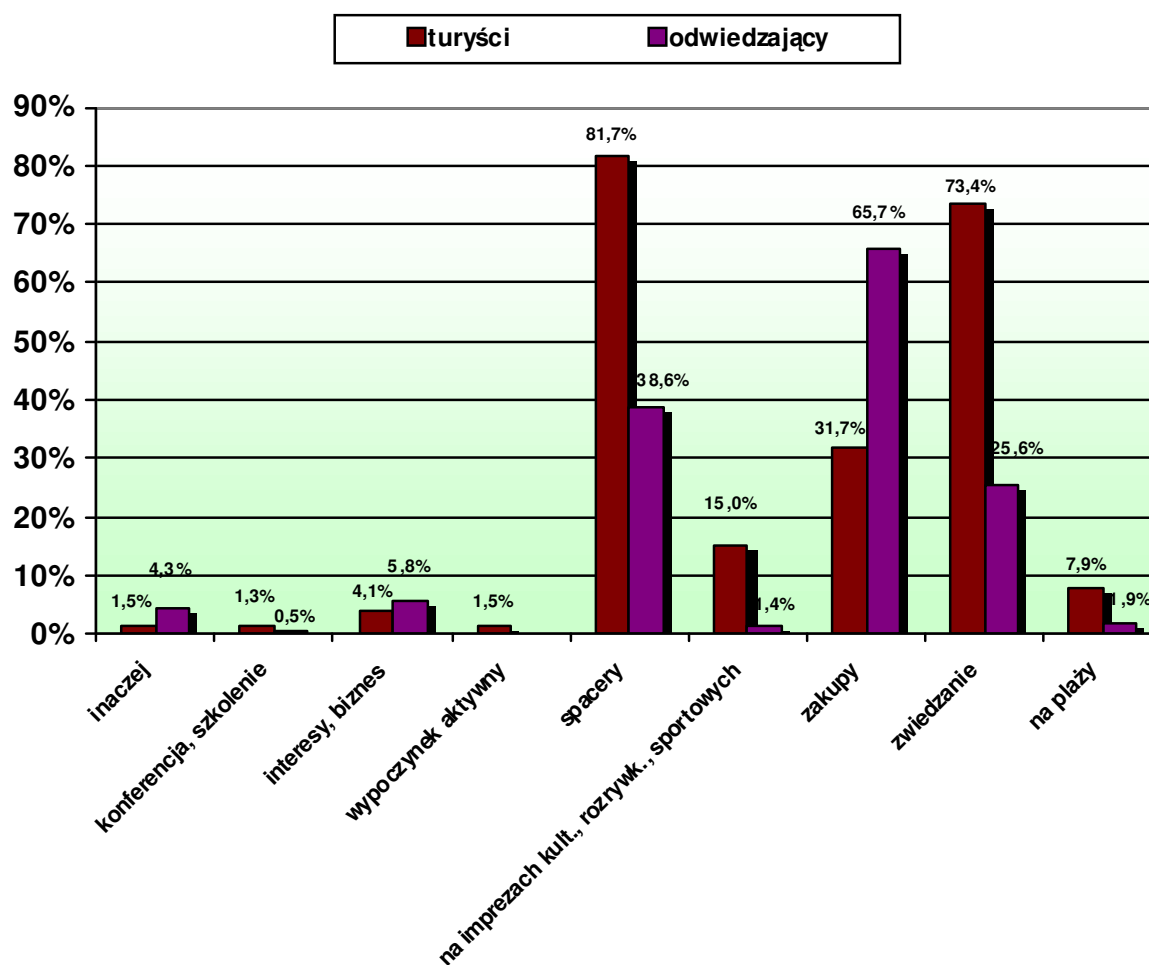
## 2.2. Sposób spędzania czasu w Gdańsku

### - Turyści i odwiedzający

Pośród **turystów** na spacery po Gdańsku udawało się 81,7%; zwiedzało Gdańsk 73,4%; na zakupy udawało się 31,7%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych było 15% (ankietowani podawali koncert Bon Jovi oraz imprezy na Długim Targu, koncert organowy w Oliwie); na plaży było 7,9%; interesy biznes prowadziło 4,1%; wypoczywając aktywnie (pływanie, rower, żagle, konie itp.) 1,5%; na konferencji, szkoleniu było 1,3% oraz w „inny” sposób spędzało czas 1,5% (w pubie, kawiarni, na spotkaniach z przyjaciółmi i rodziną).

Pośród **odwiedzających** na zakupy udawało się 65,7%; na spacery po Gdańsku udawało się 38,6%; zwiedzało Gdańsk 25,6%; interesy, biznes prowadziło 5,8%; na plaży było 1,9%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych było 1,4% (ankietowani podawali koncert Bon Jovi, imprezy na Długim Targu, mecz Lechii); na konferencji, szkoleniu było 0,5% oraz w „inny” sposób spędzało czas 4,3% (na spotkaniach z przyjaciółmi i rodziną).

Wykres 4. Jak ankietowani turyści i odwiedzający spędzają czas w Gdańsku?



inaczej: w pubie, kawiarni, spotkania z przyjaciółmi i rodziną

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło Instytut Eurotest.

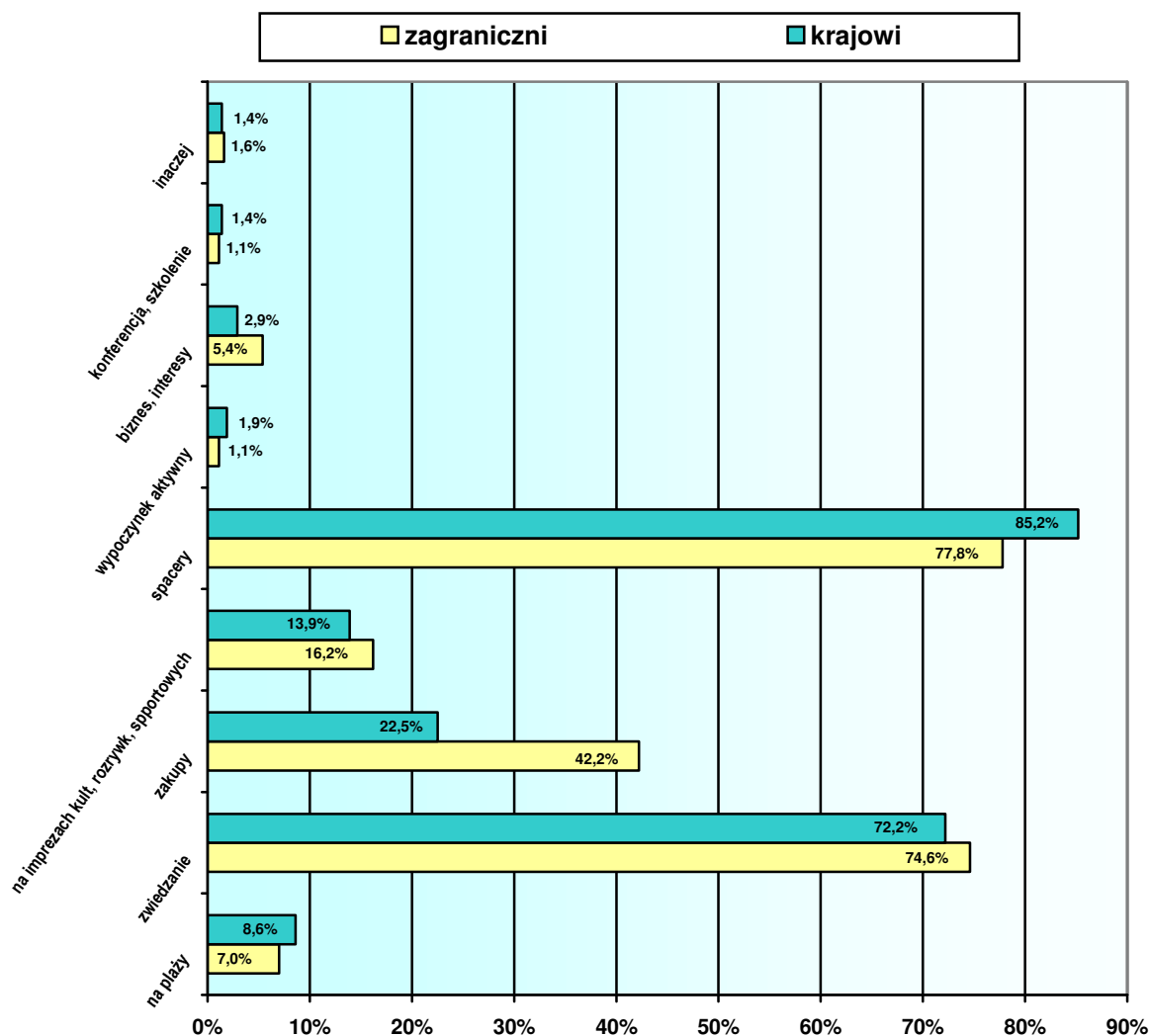


## - Turyści zagraniczni i krajowi

Ankietowani **turyści zagraniczni** spędzali czas na: spacerach 77,8%; zwiedzając 74,6%; na zakupach 42,2%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 16,2%, na plaży 7%, prowadząc interesy, biznes 5,4%; wypoczywając aktywnie (pływanie, rower, żagle, konie itp.) 1,1%; na konferencji, szkoleniu 1,1% oraz w „inny” sposób 1,6%,

Ankietowani **turyści krajowi** spędzali czas na: spacerach 85,2%; zwiedzając 72,2%; na zakupach 22,5%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 13,9%; na plaży 8,6%; prowadząc interesy, biznes 2,9%; wypoczywając aktywnie (pływanie, rower, żagle, konie itp.) 1,9%; na konferencji, szkoleniu 1,4% oraz w „inny” sposób 1,4%.

Wykres 5. Jak ankietowani turyści zagraniczni i krajowi spędzają czas w Gdańsku?



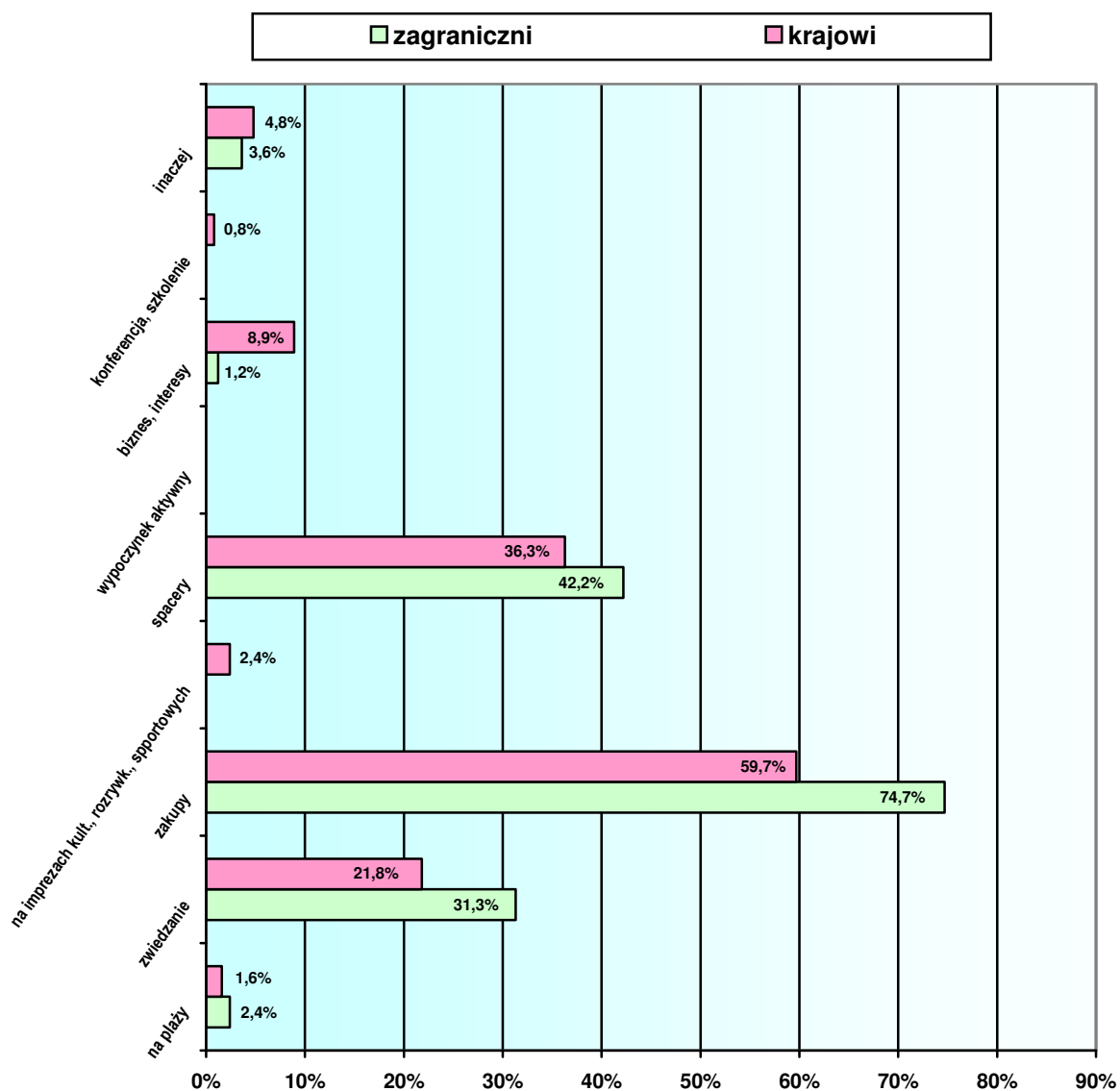
Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest

## - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

**Odwiedzający zagraniczni** spędzali czas na: zakupach 74,7%; na spacerach 42,2% i zwiedzając 31,3%; następnie w „inny” sposób 3,6%; na plaży 2,4% i prowadząc interesy, biznes 1,2%.

**Odwiedzający krajowi** spędzali czas na: zakupach 59,7%; na spacerach 36,3% i zwiedzając 21,8%; następnie prowadząc interesy, biznes 8,9%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 2,4%; w „inny” sposób 4,8%; na plaży 1,6% i na konferencji, szkoleniu 0,8%.

Wykres 6. Jak ankietowani odwiedzający zagraniczni i krajowi spędzają czas w Gdańsku?



Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest

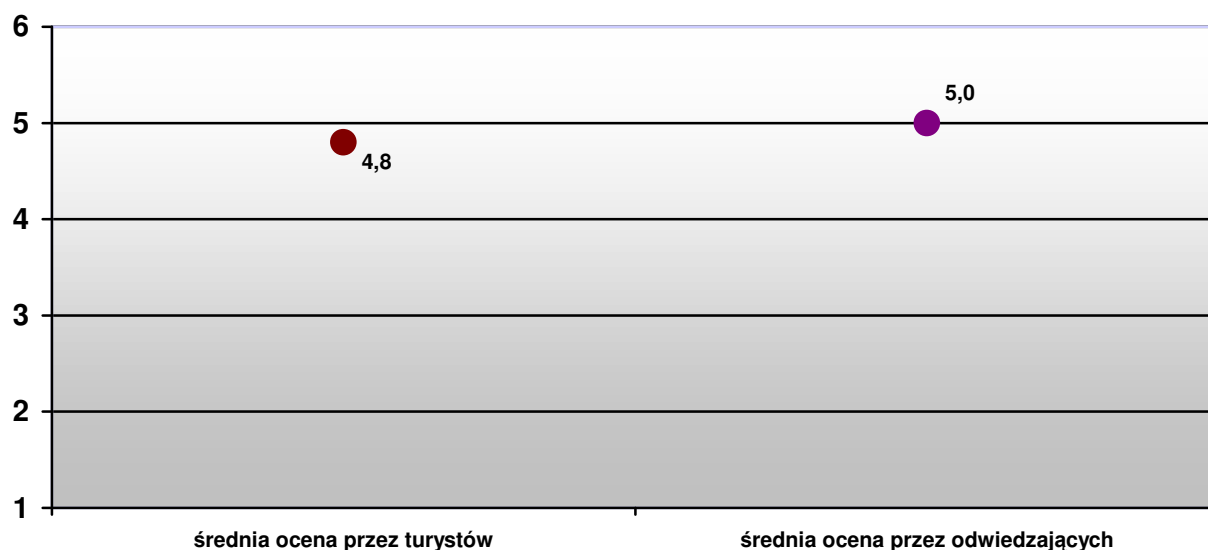
## 2.3. Ocena czystości i jakości plaż w Gdańsku

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** korzystający z plaż w Gdańsku ocenili jakość i czystość plaż na 4,8 punktu, a **odwiedzający** na 5,0 punktów.

Nie podawano uwag dot. „plażowania” - z plaż ze względu na pogodę korzystało w okresie II kwartału mało osób i to przez krótki okres czasu.

Wykres 7. Ocena jakości i czystości plaż w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści korzystający z plaż  
Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili jakość i czystość plaż w Gdańsku na 4,5 punktu, a **krajowi** na 4,9 punktu.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość i czystość plaż w Gdańsku na 5,0 punktów i **krajowi** na 5,0 punktów.

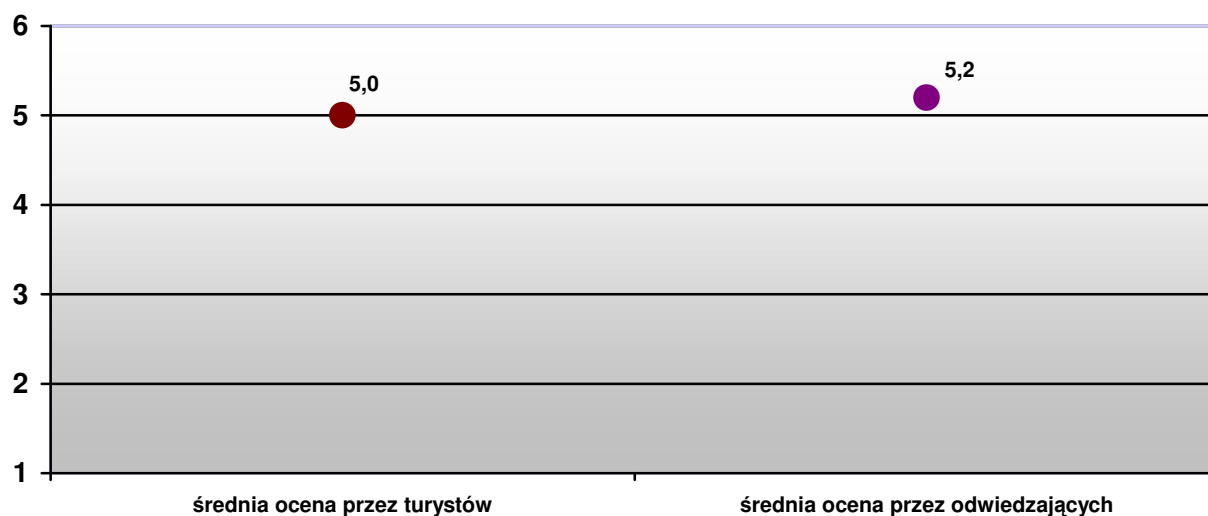
## 2.4. Ocena możliwości robienia zakupów w Gdańsku

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** dokonujący zakupów w Gdańsku ocenili możliwość robienia zakupów na 5,0 punktów, a **odwiedzający** na 5,2 punktu.

Nie podawano przez ankietowanych uwag dot. dokonywania zakupów w Gdańsku.

Wykres 8. Ocena możliwości robienia zakupów w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści dokonujący zakupów w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili możliwość robienia zakupów w Gdańsku na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili możliwość robienia zakupów w Gdańsku na 5,4 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów.

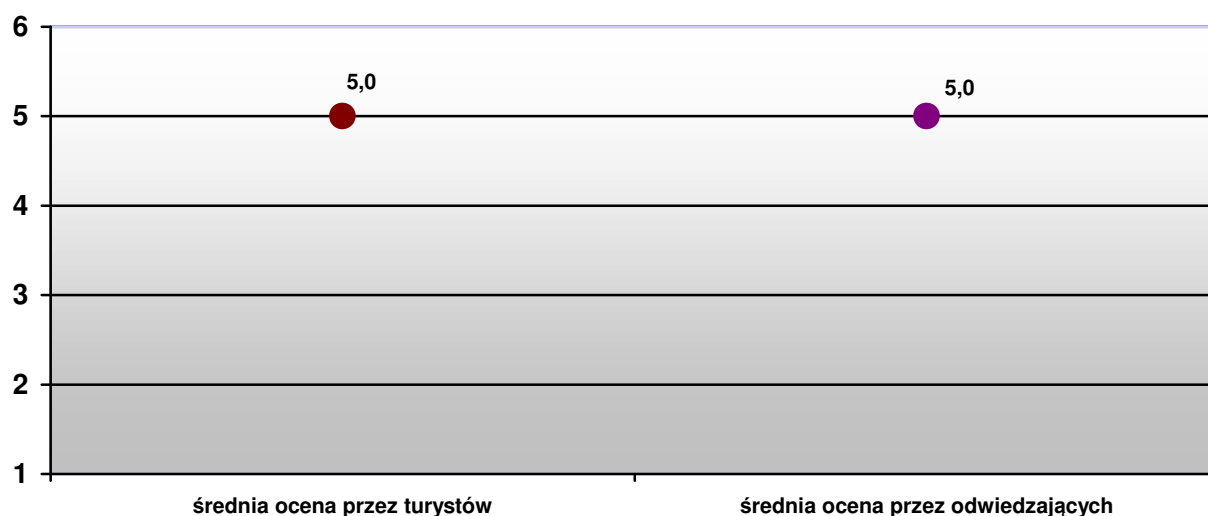
## 2.5. Ocena oferty i jakości imprez kulturalnych, rozrywkowych, sportowych

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** którzy byli na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,0 punktów oraz **odwiedzający** na 5,0 punktów.

Ankietowani nie zgłaszali uwag dotyczących oferty i jakości imprez w Gdańsku.

Wykres 9. Ocena oferty kulturalnej, rozrywkowej, sportowej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści którzy byli na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych w Gdańsku

Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,2 punktu, a **krajowi** na 4,9 punktu.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,0 punktów, a **krajowi** na 5,0 punktów.

## 2.6. Zwiedzane obiekty w Gdańsku

### - Turyści i odwiedzający

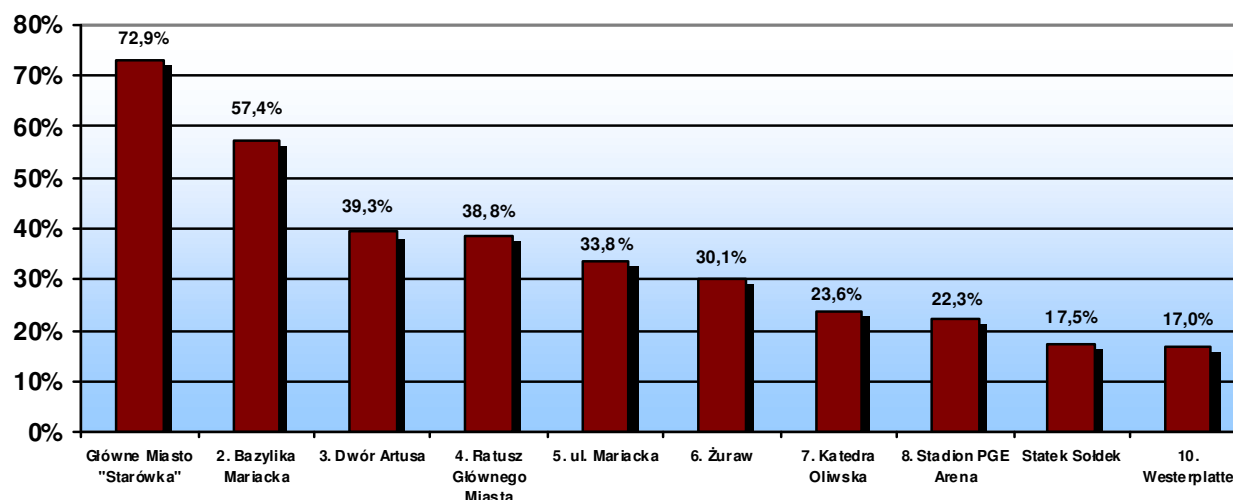
Najczęściej zwiedzanym miejscem w Gdańsku przez **turystów** 72,9%, jak i **odwiedzających** 25,4% jest Główne Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka zwiedzana przez 57,4% turystów i 12,6% odwiedzających; na trzecim miejscu wśród zwiedzanych obiektów przez turystów jest Dwór Artusa 39,3%, a wśród odwiedzających ul. Mariacka 12,6% (ex aequo drugim); na czwartym miejscu wśród turystów jest Ratusz Głównego Miasta 38,8%, a wśród odwiedzających ZOO 11,6%; na piątym miejscu wśród turystów jest ul. Mariacka 33,8%, a wśród odwiedzających Żuraw 10,1%; na szóstym miejscu wśród turystów jest Żuraw 30,1%, a wśród odwiedzających jest Ratusz Głównego Miasta 8,2%; na siódmym miejscu wśród turystów jest Katedra w Oliwie 23,6%, a wśród odwiedzających Dwór Artusa 7,7%; na ósmym miejscu wśród turystów jest Stadion PGE Arena 22,3%, a wśród odwiedzających Dom Uphagena 4,3%; na dziewiątym miejscu wśród turystów jest Statek Sołdek 17,5%, a wśród odwiedzających Stadion PGE Arena 3,9%; na dziesiątym miejscu wśród turystów jest Westerplatte 17%, a wśród odwiedzających Muzeum Bursztynu 2,9%.

Nie zwiedza miasta 26,6% **turystów**, którzy powiedzieli że nie zwiedzają z następujących powodów: inny cel pobytu; celem są interesy; wyjazd służbowy; nie lubię zwiedzać; zwiedzałem poprzednio.

Wśród **odwiedzających** nie zwiedza miasta 74,4%, którzy powiedzieli że nie zwiedzają z następujących powodów: inny cel przyjazdu; celem są zakupy; brak czasu; znam miasto; przyjazd na spotkanie rodzinne, przyjazd na imprezę.

### - Turyści

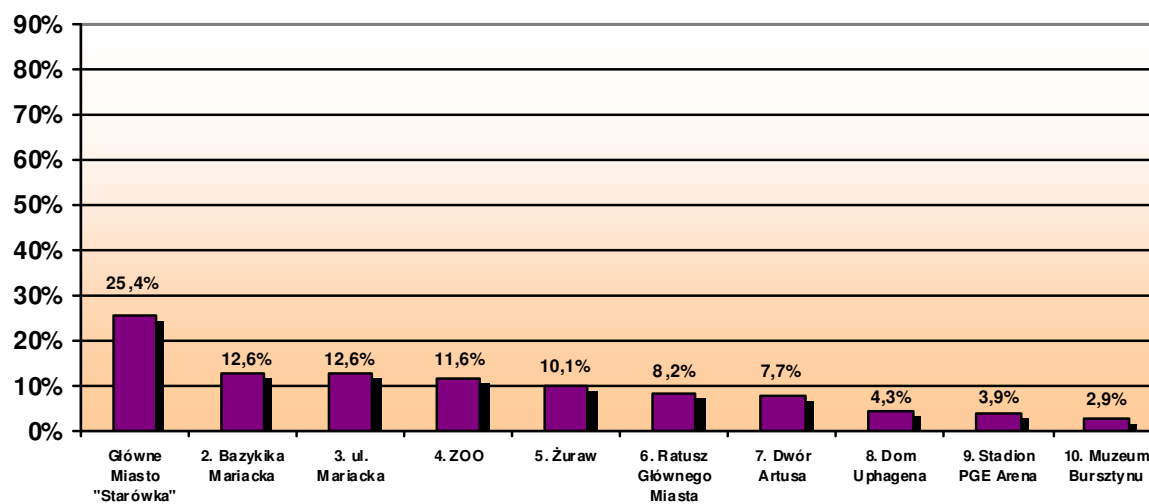
Wykres 10. Dziesięć miejsc i obiektów, które najczęściej zwiedzają turyści w Gdańsku.



Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest.

## - Odwiedzający

Wykres 11. Dziesięć miejsc i obiektów, które najczęściej zwiedzają odwiedzający w Gdańsku.



Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: Instytut Eurotest.

## - Turyści i odwiedzający

Tabela 1. Co zwiedzają turyści i odwiedzający lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?

Lp.	Co zwiedzają	Turyści	Odwiedzający
1	Główne Miasto „Starówka”	72,9%	25,4%
2	inne dzielnice Gdańska	24,1%	6,3%
	<b>Muzea</b>		
3	Morskie Spichlerze	14,5%	2,4%
4	Ośrodek Kultury Morskiej	5,1%	1,4%
5	Żuraw	30,7%	10,1%
6	Statek Sołdek	17,5%	7,7%
7	Ratusz Głównego Miasta	38,8%	8,2%
8	Dwór Artusa	39,3%	7,7%
9	Dom Uphagena	10,9%	4,3%
10	Muzeum Bursztynu	13,7%	2,9%
11	Muzeum Poczty Polskiej	8,6%	0,5%
12	Muzeum Narodowe, ul. Toruńska	1,8%	1%
13	Muzeum Narodowe Zielona Brama	6,6%	1%
14	Muzeum Archeologiczne, ul. Mariacka	3%	0,5%
15	Muzeum Archeologiczne Błękitny Baranek	5,8%	1%
16	Muzeum Archeologiczne Etnograficzne w Oliwie	1,3%	-
17	Wartownia nr 1 na Westerplatte	2,8%	1%
18	Twierdza Wisłoujście	0,8%	0,5%
19	galerie sztuki, wystawy i inne	1,3%	-
	<b>Kościóły</b>		
20	Bazylika Mariacka	57,4%	12,6%
21	Katedra Oliwska	23,6%	2,9%
22	Kościół Św. Jana	4,8%	1,4%
23	Kościół Św. Brygidy	8,4%	1%
24	inne kościoły	0,5%	-
	<b>Miejsca</b>		
25	Westerplatte	17%	2,9%
26	Pomnik Trzech Krzyży Poległych Stoczniovców	9,9%	1,9%
27	Stocznia Gdańska - Sala BHP	3,8%	1,4%
28	Wystawa „Drogi do Wolności”	13,5%	1,4%
29	ZOO	9,6%	11,6%
30	Centrum Hewelianum - Forty Napoleońskie	1,3%	0,5%
31	Latarnia Morska w Nowym Porcie	2,3%	2,9%
32	Stadion PGE Arena	22,3%	3,9%
33	ul. Mariacka	33,8%	12,6%
34	Wyspa Sobieszewska	1,8%	-
35	Park Oliwski	7,4%	2,4%
36	Nie zwiedzam	26,6%	74,4%

inne dzielnice: Oliwa, Brzeźno, Wrzeszcz, Nowy Port, Przymorze, Jelitkowo, Stogi, Zaspą, Orunia

inne kościoły: Św. Katarzyny, Św. Mikołaja, Św. Trójcy

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać kilka odpowiedzi.

Źródło: Instytut Eurotest



## - Turyści zagraniczni i krajowi

Najczęściej zwiedzaniem miejscem w Gdańsku przez turystów zagranicznych 74,2% i krajowych 71,1% jest Główne Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka zwiedzana przez 59,5% turystów zagranicznych i 55,5% krajowych; na trzecim miejscu wśród zwiedzanych obiektów przez turystów zagranicznych jest Ratusz Głównego Miasta 39,8%, a wśród krajowych jest Dwór Artusa 41,1%; na czwartym miejscu wśród turystów zagranicznych jest Dwór Artusa 37,3%, a wśród krajowych jest Ratusz Głównego Miasta 38,3%; na piątym miejscu wśród turystów zagranicznych jest Żuraw 34,6%, a wśród krajowych ul. Mariacka 34,4%. Nie zwiedza 25,4% turystów zagranicznych i 27,8% krajowych.

Tabela 2. Co zwiedzają turyści zagraniczni i krajowi lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?

Lp.	Co zwiedzają	Turyści zagraniczni	Turyści krajowi
1	Główne Miasto „Starówka”	74,2%	71,1%
2	inne dzielnice Gdańska	18,9%	28,7%
<b>Muzea</b>			
3	Morskie Spichlerze	15,1%	13,9%
4	Ośrodek Kultury Morskiej	8,1%	2,4%
5	Żuraw	34,6%	27,3%
6	Statek Sołdek	17,8%	17,3%
7	Ratusz Głównego Miasta	39,8%	38,3%
8	Dwór Artusa	37,3%	41,1%
9	Dom Uphagena	13,4%	8,6%
10	Muzeum Bursztynu	15,6%	12%
11	Muzeum Poczty Polskiej	7%	10%
12	Muzeum Narodowe, ul. Toruńska	1,6%	1,9%
13	Muzeum Narodowe Zielona Brama	5,9%	7,2%
14	Muzeum Archeologiczne, ul. Mariacka	2,7%	3,3%
15	Muzeum Archeologiczne Błękitny Baranek	5,4%	6,2%
16	Muzeum Archeologiczne Etnograficzne w Oliwie	1,1%	1,4%
17	Wartownia nr 1 na Westerplatte	3,2%	2,4%
18	Twierdza Wisłoujście	0,5%	1%
19	galerie sztuki, wystawy i inne	2,2%	0,5%
<b>Kościół</b>			
20	Bazylika Mariacka	59,5%	55,5%
21	Katedra Oliwska	19,5%	27,3%
22	Kościół Św. Jana	6,5%	3,3%
23	Kościół Św. Brygidy	9,2%	7,7%
24	inne kościoły	0,5%	0,5%
<b>Miejsca</b>			
25	Westerplatte	15,7%	18,2%
26	Pomnik Trzech Krzyży Poległych Stoczniovców	10,3%	9,6%
27	Stocznia Gdańska - Sala BHP	3,2%	4,3%
28	Wystawa „Drogi do Wolności”	7%	19,1%
29	ZOO	8,1%	11%
30	Centrum Hewelianum -Forty Napoleońskie	1,6%	1%
31	Latarnia Morska w Nowym Porcie	1,6%	2,9%
32	Stadion PGE Arena	27,6%	17,7%
33	ul. Mariacka	33%	34,4%
34	Wyspa Sobieszewska	2,2%	1,4%
35	Park Oliwski	7%	7,7%
37	Nie zwiedzam	25,4%	27,8%

inne dzielnice: Oliwa, Brzeźno, Wrzeszcz, Nowy Port, Przymorze, Jelitkowo, Stogi, Zaspą, Orunia

inne kościoły: Św. Katarzyny, Św. Mikołaja, Św. Trójcy

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać kilka odpowiedzi.

Źródło: Instytut Eurotest

### - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Najczęściej zwiedzaniem miejscem w Gdańsku przez odwiedzających zagranicznych 31% i krajowych 21% jest Główne Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka wśród odwiedzających zagranicznych 19,3%, a wśród krajowych ZOO 17,7%; na trzecim miejscu wśród odwiedzających zagranicznych 16,9% i wśród krajowych 9,7% jest ul. Mariacka; na czwartym miejscu wśród odwiedzających zagranicznych jest Ratusz Głównego Miasta 13,3%, a wśród krajowych jest Żuraw 8,9%; na piątym miejscu wśród odwiedzających zagranicznych jest Żuraw 12%, a wśród krajowych jest Bazylika Mariacka 8,1%. Nie zwiedza 68,7% odwiedzających zagranicznych i 78,2% odwiedzających krajowych.

Tabela 3. Co zwiedzają odwiedzający zagraniczni i krajowi lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?

Lp.	Co zwiedzają	Odwiedzający zagraniczni	Odwiedzający krajowi
1	Główne Miasto „Starówka”	31%	21%
2	inne dzielnice Gdańska	4,8%	7,3%
	<b>Muzea</b>		
3	Morskie Spichlerze	4,8%	0,8%
4	Ośrodek Kultury Morskiej	3,6%	-
5	Żuraw	12%	8,9%
6	Statek Soldek	12%	4,8%
7	Ratusz Głównego Miasta	13,3%	4,8%
8	Dwór Artusa	12%	4,8%
9	Dom Uphagena	10,8%	-
10	Muzeum Bursztynu	4,8%	1,6%
11	Muzeum Poczty Polskiej	1,2%	-
12	Muzeum Narodowe, ul. Toruńska	2,4%	-
13	Muzeum Narodowe Zielona Brama	2,4%	-
14	Muzeum Archeologiczne, ul. Mariacka	1,2%	-
15	Muzeum Archeologiczne Błękitny Baranek	1,2%	0,8%
16	Muzeum Archeologiczne Etnograficzne w Oliwie	-	-
17	Wartownia nr 1 na Westerplatte	2,4%	-
18	Twierdza Wisłoujście	1,2%	-
19	galerie sztuki, wystawy i inne	-	-
	<b>Kościoty</b>		
20	Bazylika Mariacka	19,3%	8,1%
21	Katedra Oliwska	2,4%	3,2%
22	Kościół Św. Jana	3,6%	-
23	Kościół Św. Brygidy	1,2%	0,8%
24	inne kościoły	-	-
	<b>Miejsca</b>		
25	Westerplatte	6%	0,8%
26	Pomnik Trzech Krzyży Poległych Stoczniovców	3,6%	0,8%
27	Stocznia Gdańska - Sala BHP	3,6%	-
28	Wystawa „Drogi do Wolności”	3,6%	-
29	ZOO	2,4%	17,7%
30	Centrum Hewelianum -Forty Napoleońskie	1,2%	-
31	Latarnia Morska w Nowym Porcie	4,8%	1,6%
32	Stadion PGE Arena	8,4%	0,8%
33	ul. Mariacka	16,9%	9,7%
34	Wyspa Sobieszewska	-	-
35	Park Oliwski	1,2%	3,2%
37	Nie zwiedzam	68,7%	78,2%

inne dzielnice: Oliwa, Brzeźno, Wrzeszcz,

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać kilka odpowiedzi.

Źródło: Instytut Eurotest

## Ile czasu poświęcają na zwiedzanie turyści i odwiedzający w Gdańsku?

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** na zwiedzanie poświęcili 39% czasu pobytu tj. średnio 1,7 dnia<sup>1</sup>; w tym turyści zagraniczni 37% czasu pobytu tj. średnio 1,8 dnia i turyści krajowi 40% tj. średnio 1,6 dnia.

**Odwiedzający** na zwiedzanie miasta poświęcili 36% czasu pobytu tj. 2,4 godziny, w tym odwiedzający zagraniczni 38% tj. 2,9 godz. i krajowi 35% tj. 2,2 godz.

Tabela 4. Ilość czasu jaką poświęcili średnio na zwiedzanie Gdańska turyści i odwiedzający

Zwiedzający	Ile czasu poświęcili średnio na zwiedzanie					
	Ogółem		Zagraniczni		Krajowi	
	% czasu	Ilość czasu	% czasu	Ilość czasu	% czasu	Ilość czasu
<b>Turyści</b>	39%	1,7 dnia	37%	1,8 dnia	40%	1,6 dnia
<b>Odwiedzający</b>	36%	2,4 godz.	38%	2,9 godz.	35%	2,2 godz.

Podstawa: turyści i odwiedzający którzy zwiedzają Gdańsk

Źródło: Instytut Eurotest

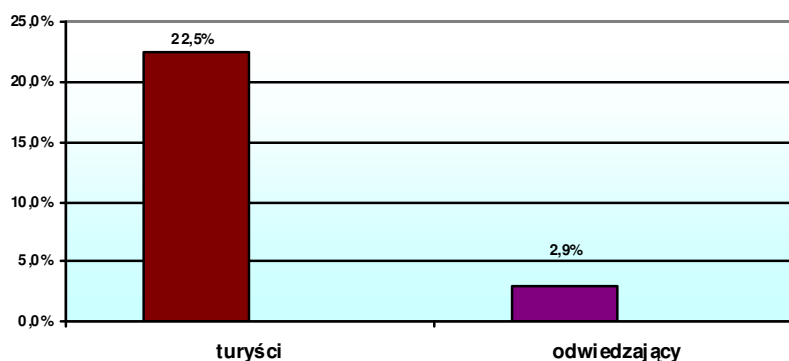
<sup>1</sup> - średni czas pobytu turystów w Gdańsku wynosił 4,4 dnia a odwiedzających 6,9 godzin

## 2.7. Korzystający z punktów Informacji Turystycznej

### - Turyści i odwiedzający

Z punktów Informacji Turystycznej w Gdańsku skorzystało 22,5% turystów i 2,9% odwiedzających.

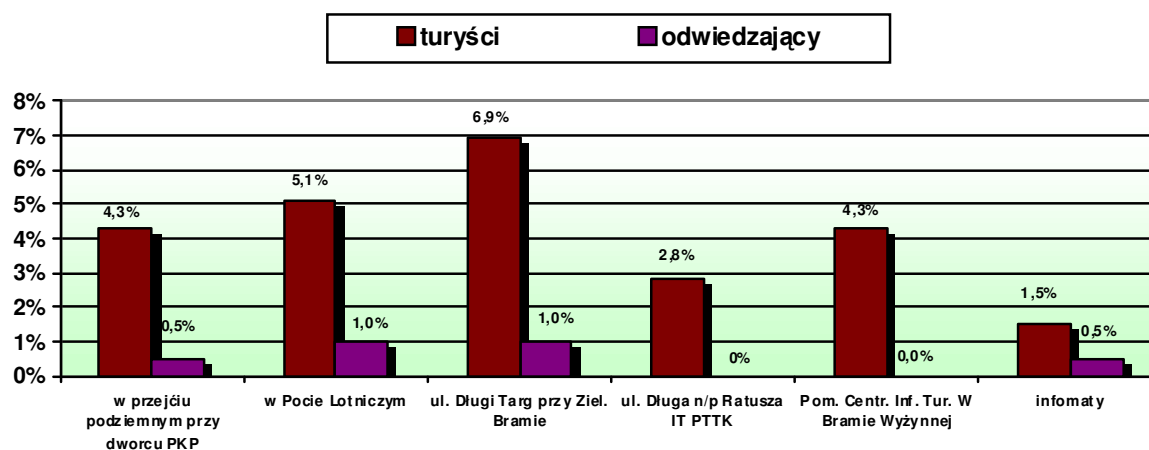
Wykres 12. Korzystający z punktów Informacji Turystycznej w Gdańsku - turyści i odwiedzający



Źródło: Instytut Eurotest

Z punktu Informacji Turystycznej w przejściu podziemnym przy Dworcu PKP skorzystało 4,3% turystów i 0,5% odwiedzających; w Pociu Lotniczym skorzystało z IT 5,1% turystów i 1% odwiedzających; z IT na ul. Długi Targ przy Zielonej Bramie skorzystało 6,9% turystów i 1% odwiedzających; z IT PTTK na ul. Długiej n/p Ratusza skorzystało 2,8% turystów; z IT w Pomorskim Centrum Informacji Turystycznej skorzystało 4,3% turystów; z infomatów na terenie miasta skorzystało 1,5% turystów i 0,5% odwiedzających.

Wykres 13. Z których punktów Informacji Turystycznej skorzystali w Gdańsku ankietowani turyści i odwiedzający.



Podstawa: turyści i odwiedzający korzystający z punktów Informacji Turystycznej w Gdańsku  
Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest.

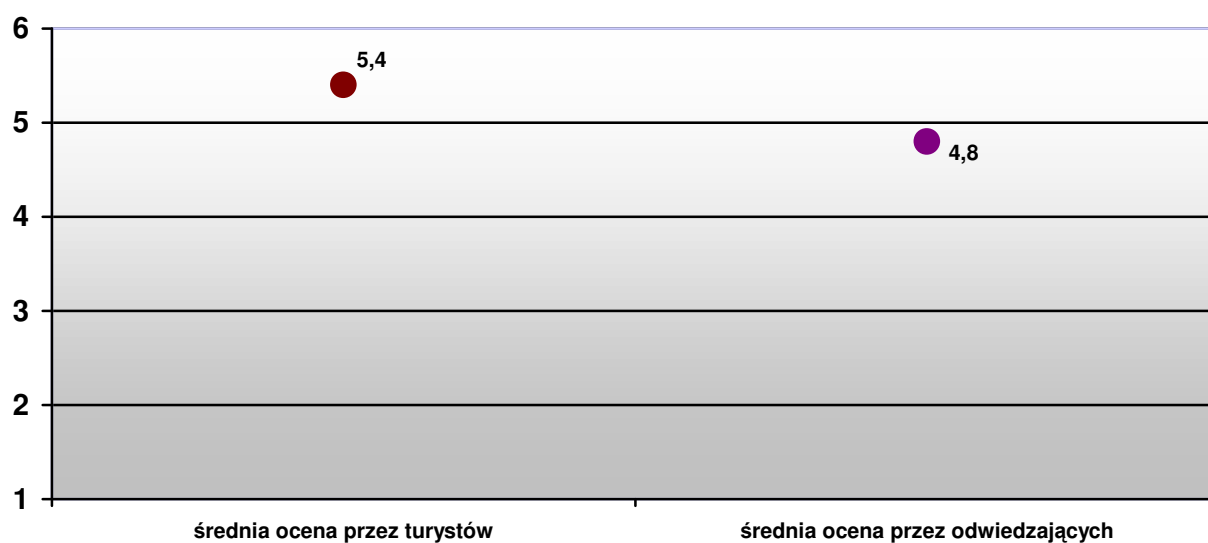
Z uwagi na niewielką ilość (2,9%) korzystających z punktów IT przez ankietowanych odwiedzających prezentacja korzystających z poszczególnych punktów IT w podziale na zagranicznych i krajowych z uwagi na małą ilość danych nie jest możliwa.

## 2.8. Ocena jakości udzielonej informacji turystycznej

### - Turyści i odwiedzający

Korzystający z informacji turystycznej **turyści** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 5,4 punktu, a **odwiedzający** na 4,8 punktu. Zgłoszone przez 1,3% ankietowanych uwagi dotyczyły jedynie za małej ilości informacji w języku rosyjskim.

Wykres 14. Ocena jakości udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści korzystający z punktów IT w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 5,5 punktu, a **krajowi** na 5,3 punktu.

### - Odwiedzający

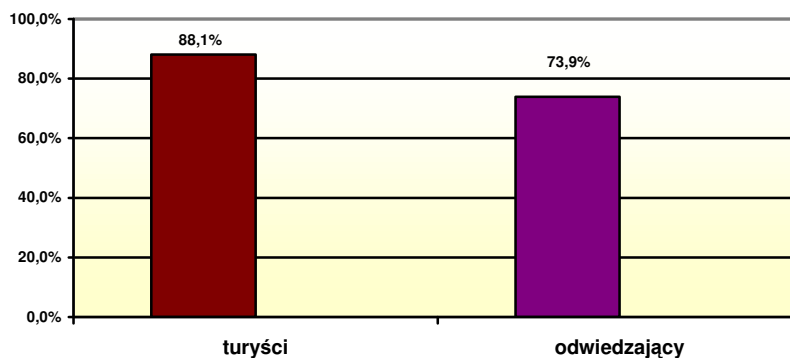
**Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 4,5 punktu, a **krajowi** na 5,8 punktu.

## 2.9. Korzystający z gastronomii w Gdańsku

### - Turyści i odwiedzający

Z gastronomii w Gdańsku skorzystało 88,1% turystów i 73,9% odwiedzających.

Wykres 15. Korzystający z gastronomii w Gdańsku - turyści i odwiedzający



Źródło: Instytut Eurotest

Tabela 5. Korzystający z gastronomii w Gdańsku – turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi.

Przebywający w Gdańsku	Korzystający z gastronomii
Turyści zagraniczni	94%
Turyści krajowi	84,1%
Odwiedzający zagraniczni	81,9%
Odwiedzający krajowi	69,1%

Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

Z gastronomii skorzystało w Gdańsku 94% turystów zagranicznych i 84,1% krajowych.

### - Odwiedzający

Z gastronomii skorzystało w Gdańsku 81,9% odwiedzających zagranicznych i 69,1% krajowych.

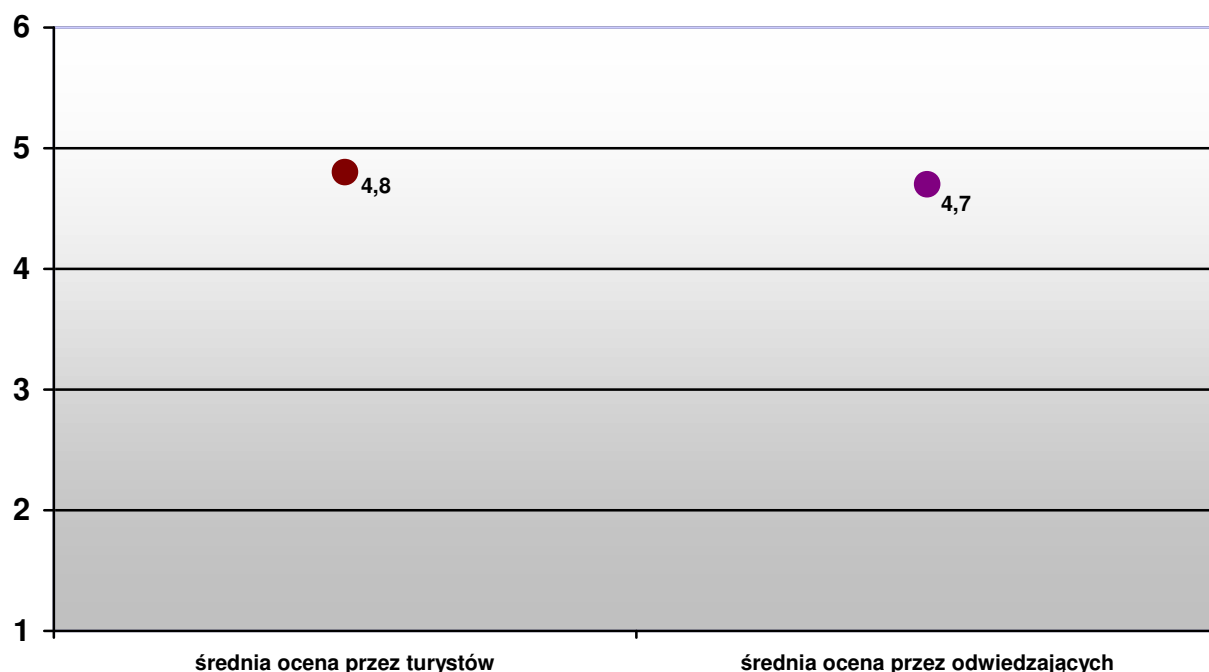
## 2.10. Ocena jakości usług gastronomicznych

### - Turyści i odwiedzający

Korzystający z gastronomii w Gdańsku **turyści** ocenili jakość usług gastronomicznych na 4,8 punktu a **odwiedzający** na 4,7 punktu. Zgłoszone przez 4,6% ankietowanych uwagi dotyczące jakości usług gastronomicznych były następujące:

- w restauracji – za drogo i za tłuste potrawy;
- w kawiarni – za drogo i niski poziom obsługi;
- w barze – za drogo.

Wykres 16. Ocena jakości usług gastronomicznych w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści korzystający z gastronomii w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili jakość usług gastronomicznych w Gdańsku na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,6 punktu.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość usług gastronomicznych w Gdańsku na 5,0 punktów, a **krajowi** na ocenę 4,5 punktu.

### 3. Pobyt turystów w Gdańsku

#### 3.1. Miejsce zakwaterowania turystów w Gdańsku

Największa część **turystów** zakwaterowana była w hotelu 39,9% i u rodziny, znajomych 32,3%; następnie w hostelu 7,9%; w pensjonacie 7,1%; na kwaterze prywatnej 6,6%; w schronisku młodzieżowym 3,1%; w ośrodku wczasowym 1,3%; na campingu lub w namiocie 0,5%; w apartamencie 0,5% i w „innym” miejscu 0,8% (akademik, jacht, statek, szkoła).

Wśród **turystów zagranicznych** największa część zakwaterowana była w hotelu 53,3% i u rodziny, znajomych 32,8%; następnie w hostelu 7,2%; na kwaterze prywatnej 2,8%; w pensjonacie 2,2%; w apartamencie 1,1% i w „innym” miejscu 0,6% (akademik, jacht).

Wśród **turystów krajowych** największa część zakwaterowana była u rodziny, znajomych 31,7% i w hotelu 27,9%; następnie w pensjonacie 11,4%; na kwaterze prywatnej 10%; w hostelu 8,5%; w schronisku młodzieżowym 6%; w ośrodku wczasowym 2,5%; na campingu lub w namiocie 1% oraz w „innym” miejscu 1% (akademik, szkoła).

Tabela 6. Struktura miejsc zakwaterowania turystów w Gdańsku

Miejsce zakwaterowania	Hotel	Hostel	Pensjonat	Camping, namiot	Kwatera prywatna	Apartament	Ośrodek wczasowy	Schronisko młodz.	U rodziny, znajomych	Inne
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Ogółem turyści</b>	39,9%	7,9%	7,1%	0,5%	6,6%	0,5%	1,3%	3,1%	32,3%	0,8%
<b>Turyści zagraniczni</b>	53,3%	7,2%	2,2%	-	2,8%	1,1%	-	-	32,8%	0,6%
<b>Turyści krajowi</b>	27,9%	8,5%	11,4%	1%	10%	-	2,5%	6%	31,7%	1%

inne: akademik, jacht, statek, szkoła.

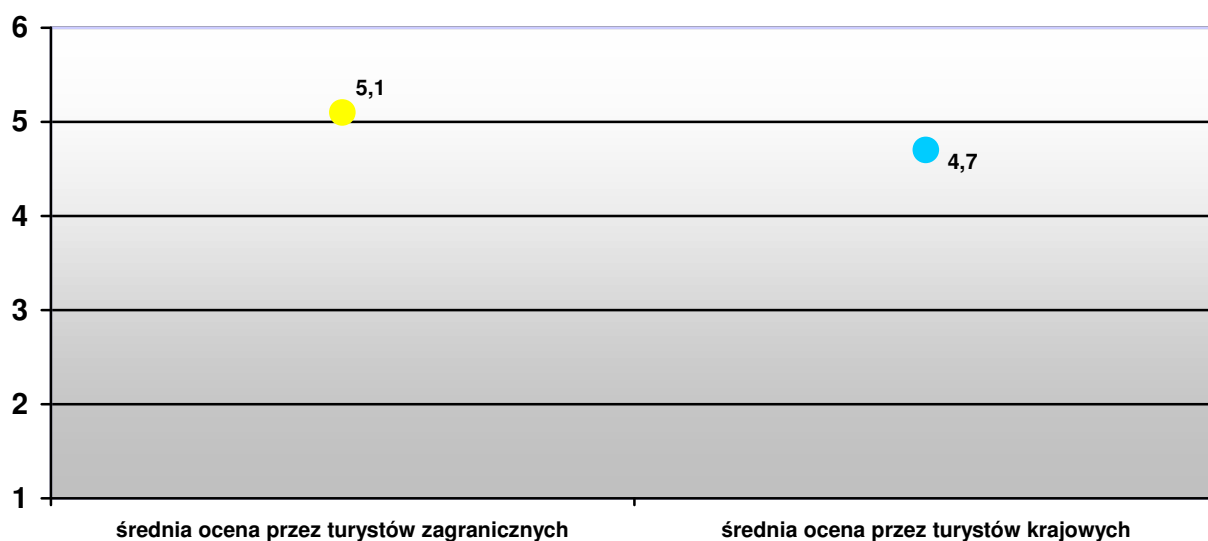
Źródło: Instytut Eurotest



### 3.2. Ocena jakości usług noclegowych przez turystów

Przebywający w Gdańsku **turyści ogółem** ocenili jakość usług noclegowych w Gdańsku na 4,9 punktu, **turyści zagraniczni** przyznali 5,1 punktu, a **turyści krajowi** 4,7 punktu. Zgłoszone przez 1,2% ankietowanych turystów krajowych uwagi dotyczyły za wysokich cen w hotelach.

Wykres 17. Ocena jakości usług noclegowych w Gdańsku przez turystów, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: turyści korzystający z noclegów w obiektach komercyjnych w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

### 3.3. Czas pobytu w Gdańsku

#### - Turyści i odwiedzający

Ankietowani turyści zatrzymali się w Gdańsku średnio na około 4,4 dnia. Średni czas pobytu turystów zagranicznych wyniósł 4,9 dnia, a turystów krajowych 3,9 dnia.

Odwiedzający przebyli do Gdańsku średnio na około 6,9 godzin. Średni czas pobytu odwiedzających zagranicznych w Gdańsku wyniósł 7,7 godzin, a odwiedzających krajowych 6,3 godzin.

Tabela 7. Średni czas pobytu turystów i odwiedzających w Gdańsku

Przebywający w Gdańsku	Średni czas pobytu		
	Ogółem	Zagraniczni	Krajowi
Turyści	4,4 dnia	4,9 dnia	3,9 dnia
Odwiedzający	6,9 godz.	7,7 godz.	6,3 godz.

Źródło: Instytut Eurotest

#### - Turyści

Średnia ilość noclegów turystów ogółem w Gdańsku wyniosła 3,5 noclegu. Średnia ilość noclegów turystów zagranicznych wyniosła 4 noclegi, a turystów krajowych 3,1 noclegu.

Tabela 8. Średnia ilość noclegów turystów w Gdańsku

Przebywający w Gdańsku	Średnia ilość noclegów		
	Ogółem	Zagraniczni	Krajowi
Turyści	3,5 noclegu	4 noclegi	3,1 noclegu

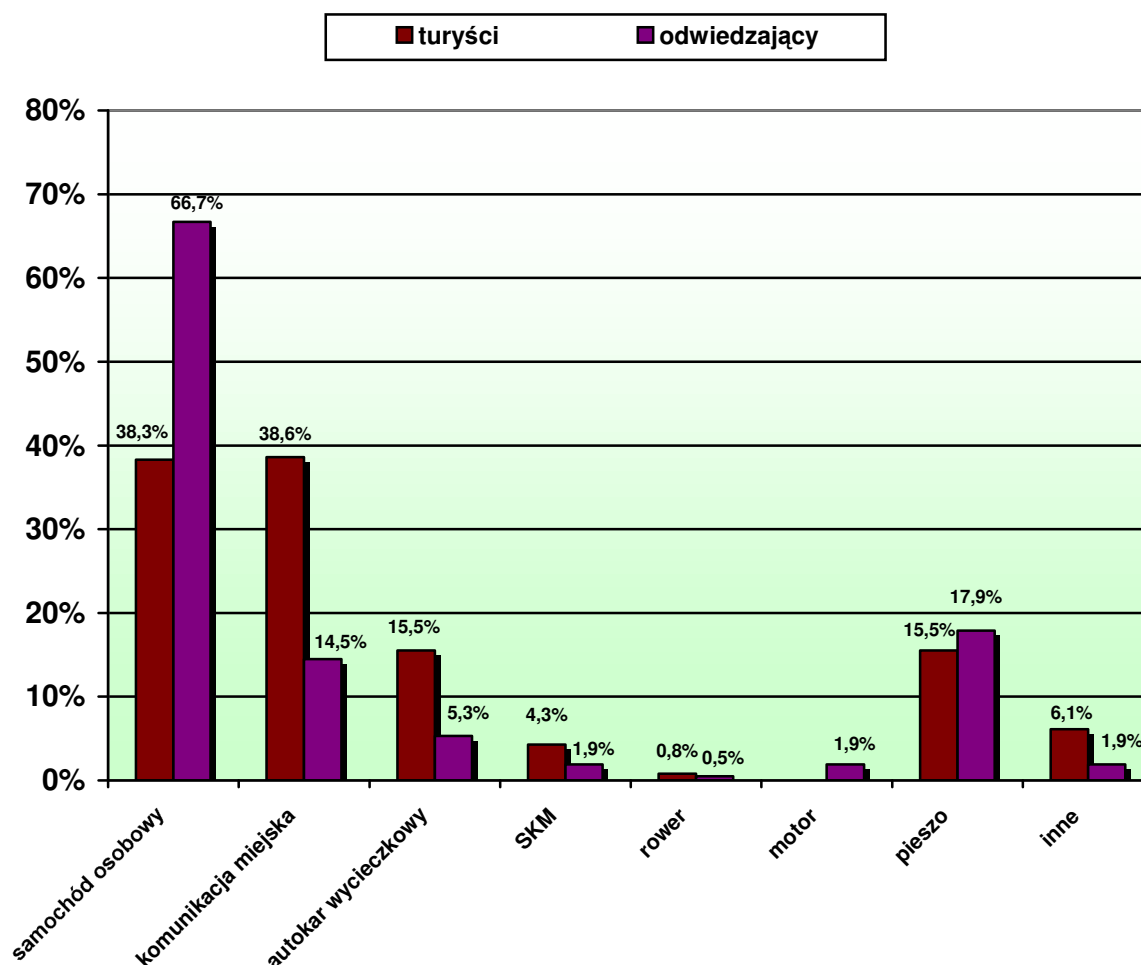
Podstawa: turyści korzystający z noclegów w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

### 3.4. Czym poruszają się po Gdańsku?

#### - Turyści i odwiedzający

Samochodem osobowym poruszało się po Gdańsku 38,3% **turystów** i 66,7% **odwiedzających**; komunikacją miejską 38,6% turystów i 14,5% odwiedzających; autokarem wycieczkowym 15,5% turystów i 5,3% odwiedzających; SKM 4,3% turystów i 1,9% odwiedzających; rowerem 0,8% turystów i 0,5% odwiedzających; motorem 1,9% odwiedzających; pieszo 15,5% turystów i 17,9% odwiedzających; jako „inne” środki lokomocji podawano taxi 6,1% turystów i 1,9% odwiedzających.

Wykres 18. Czym poruszali się po Gdańsku ankietowani turyści i odwiedzający?



Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest.

## - Turyści

Turyści zagraniczni najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 38,4% i komunikacją miejską 34,6%. Turyści krajowi najczęściej poruszali się w Gdańsku komunikacją miejską 42,1% i samochodem osobowym 38,3%.

## - Odwiedzający

Odwiedzający zagraniczni najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 71,1% i autokarem wycieczkowym 13,3%. Odwiedzający krajowi najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 63,7% i komunikacją miejską 19,4%.

Tabela 9. Czym poruszają się po Gdańsku ankietowani turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi?

Przebywający w Gdańsku	Czym poruszają się po Gdańsku?							
	Sam. osobowy	Komunikacja miejska	Autokar wycieczkowy	SKM	Rower	Motor	Pieszo	Inne
Turyści zagraniczni	38,4%	34,6%	15,7%	3,2%	1,1%	-	15,1%	9,7%
Turyści krajowi	38,3%	42,1%	15,3%	5,3%	0,5%	-	15,8%	2,9%
Odwiedzający zagraniczni	71,1%	7,2%	13,3%	4,8%	-	2,4%	16,9%	1,2%
Odwiedzający krajowi	63,7%	19,4%	-	-	0,8%	1,6%	18,5%	2,4%

inne: taxi

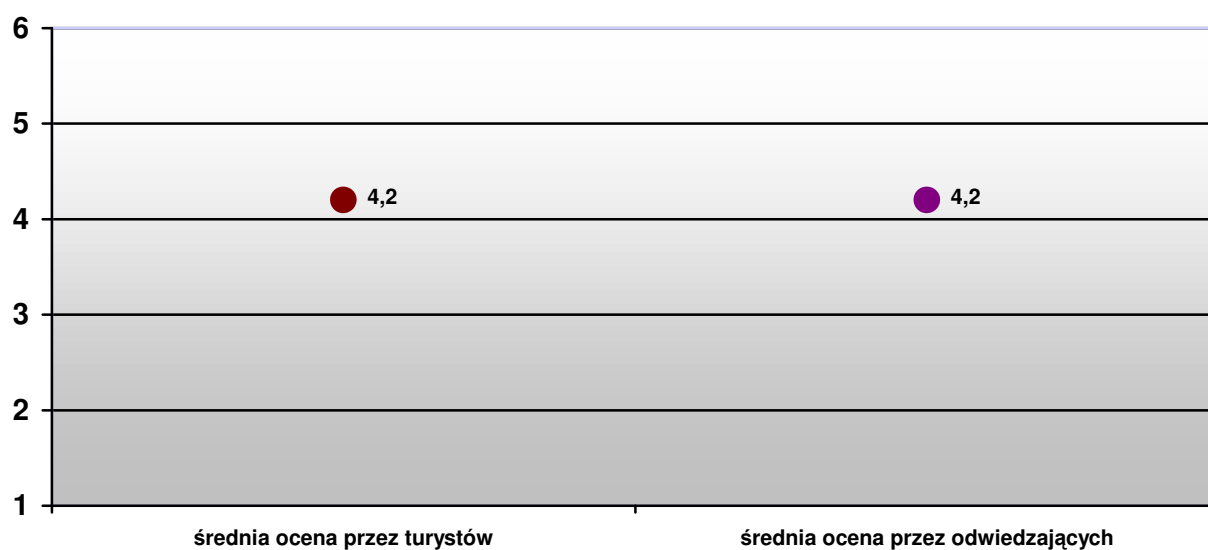
Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest.

### 3.5. Ocena jakości dróg i możliwości poruszania się po mieście

#### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** poruszający się po Gdańsku samochodem ocenili stan dróg i możliwość poruszania się samochodem osobowym na 4,2 punktu i podobnie **odwiedzający** na 4,2 punktu. Jako mankamenty poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym podawano przez 12% ankietowanych duże korki i za mało parkingów w centrum.

Wykres 19. Ocena stanu dróg i możliwość poruszania się po w Gdańsku samochodem osobowym przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: turyści i odwiedzający poruszający się samochodem po Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

#### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili stan dróg i możliwość poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym na 4,3 punktu, a **krajowi** na 4,1 punktu.

#### - Odwiedzający

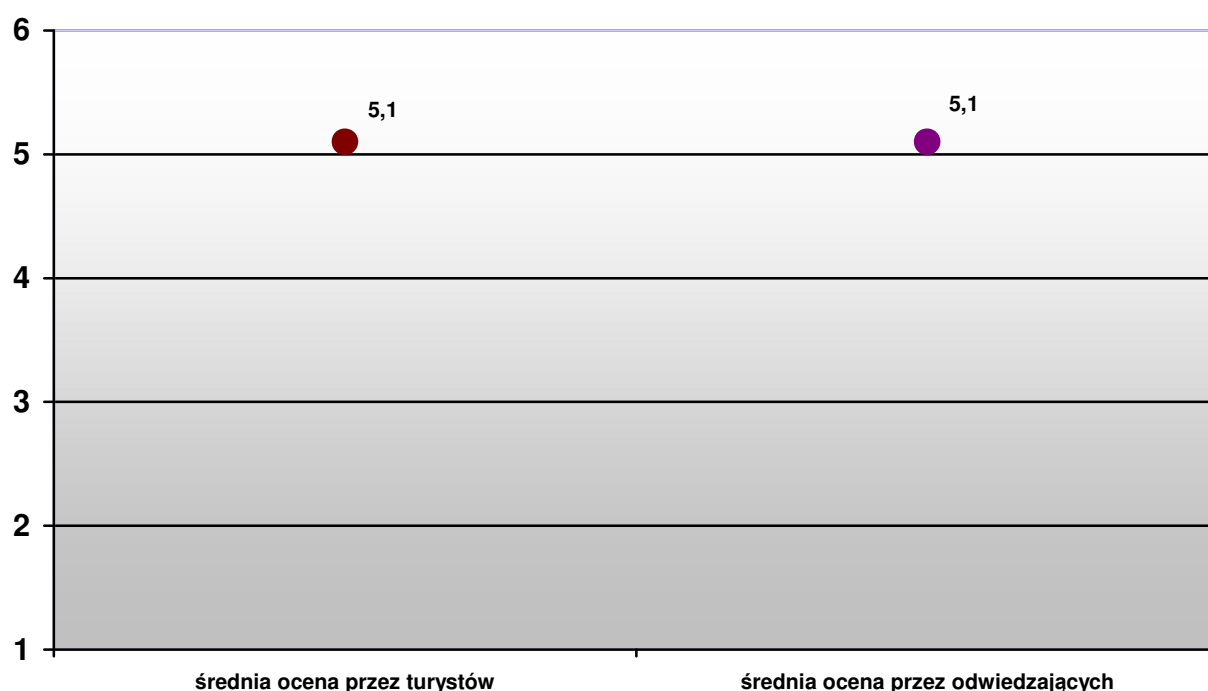
**Odwiedzający zagraniczni** ocenili stan dróg i możliwość poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym na 4,3 punktu, a **krajowi** na 4,0 punktu.

### 3.6. Ocena komunikacji miejskiej w Gdańsku

#### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** poruszający się komunikacją miejską po Gdańsku ocenili komunikację miejską na 5,1 punktu i podobnie **odwiedzający** na 5,1 punktu. Nie zgłaszano przez ankietowanych mankamentów komunikacji miejskiej w Gdańsku poza za wysoką ceną biletów przez 1,5% ankietowanych.

Wykres 20. Ocena komunikacji miejskiej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Podstawa: odwiedzający i turyści korzystający z komunikacji miejskiej  
Źródło: Instytut Eurotest

#### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili komunikację miejską w Gdańsku na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów.

#### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili komunikację miejską w Gdańsku na 4,9 punktu, a **krajowi** na 5,2 punktu.

### 3.7. Szacunkowe wydatki turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale

#### - Turyści i odwiedzający

Ankietowani **turyści** podczas pobytu w Gdańsku w II kwartale wydali szacunkowo średnio na osobę 866 zł; turyści zagraniczni wydali 1136 zł na osobę, a turyści krajowi 660 zł na osobę.

Ankietowani **odwiedzający** podczas pobytu w Gdańsku w II kwartale wydali szacunkowo średnio na osobę 240 zł; odwiedzający zagraniczni wydali 310 zł na osobę, a odwiedzający krajowi 199 zł na osobę.

Tabela 10. Szacunkowe średnie wydatki turystów i odwiedzających Gdańsk

Przebywający w Gdańsku	Szacunkowe średnie wydatki na osobę		
	Ogółem	Zagraniczni	Krajowi
Turyści	866 zł	1136 zł	660 zł
Odwiedzający	240 zł	310 zł	199 zł

Źródło: Instytut Eurotest

**Turyści** podczas pobytu w Gdańsku wydali szacunkowo 225 mln zł; w tym 125 mln zł turyści zagraniczni i 100 mln zł turyści krajowi.

**Odwiedzający** podczas pobytu w Gdańsku wydali szacunkowo 179 mln zł; w tym 96 mln zł odwiedzający zagraniczni i 83 mln zł odwiedzający krajowi.

Łączne wydatki **turystów i odwiedzających** w Gdańsku w II kw. wyniosły szacunkowo 404 mln zł.

Tabela 11. Szacunkowa suma wydatków turystów i odwiedzających Gdańsk

Przebywający w Gdańsku	Szacunkowa suma wydatków		
	Ogółem	Zagraniczni	Krajowi
Turyści	225 mln zł	125 mln zł	100 mln zł
Odwiedzający	179 mln zł	96 mln zł	83 mln zł
<b>Łącznie</b>	404 mln zł	221 mln zł	183 mln zł

Źródło: Instytut Eurotest

## Struktura wydatków

**Struktura wydatków turystów i odwiedzających obejmuje: zakwaterowanie** - dot. wydatków tylko w komercyjnych obiektach noclegowych; **wyżywienie** - obejmuje wydatki na gastronomię oraz zakupy art. spożywczych i napojów w sklepach; **rozrywka** - obejmuje bilety na imprezy rozrywkowe, kulturalne, sportowe, zwiedzanie, wynajem sprzętu i inną rozrywkę; **transport** - obejmuje bilety komunikacji miejskiej, taxi, koszt paliwa zakupionego w Gdańsku, parkingi; **zakupy** - obejmują wydatki na zakup różnych towarów oraz pamiątek.

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** najczęściej wydali w Gdańsku na zakwaterowanie szacunkowo 32% wydatków i na zakupy około 31%; następnie na wyżywienie około 25%; na rozrywkę około 8% i na transport około 4%. Inne wydatki nie stanowiły istotnych wielkości w strukturze wydatków turystów.

**Odwiedzający** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 78% wydatków; następnie na wyżywienie około 18%; na rozrywkę około 2%; na transport około 2%. Inne wydatki nie stanowiły istotnych wielkości w strukturze wydatków odwiedzających.

Tabela 12. Szacunkowa struktura wydatków turystów i odwiedzających podczas pobytu w Gdańsku

Przebywający w Gdańsku	Szacunkowa struktura wydatków w %					
	Zakwaterowanie	Wyżywienie	Rozrywka	Transport	Zakupy	Łącznie
Turyści	32%	25%	8%	4%	31%	100%
Odwiedzający	-	18%	2%	2%	78%	100%

Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 35% wydatków oraz na zakwaterowanie około 33%; następnie na wyżywienie około 22%; rozrywkę około 7% i na transport około 3%.

**Turyści krajowi** najczęściej wydali w Gdańsku na zakwaterowanie szacunkowo 31% wydatków; na wyżywienie około 28%; następnie na zakupy 25%; na rozrywkę około 11% i na transport około 5%.

Tabela 13. Szacunkowa struktura wydatków turystów zagranicznych i krajowych podczas pobytu w Gdańsku

Przebywający w Gdańsku	Szacunkowa struktura wydatków w %					
	Zakwaterowanie	Wyżywienie	Rozrywka	Transport	Zakupy	Łącznie
Turyści zagraniczni	33%	22%	7%	3%	35%	100%
Turyści krajowi	31%	28%	11%	5%	25%	100%

Źródło: Instytut Eurotest



## - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 79% wydatków; następnie na wyżywienie około 19%; na transport około 1% i na rozrywkę około 1%.

**Odwiedzający krajowi** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 77% wydatków; następnie na wyżywienie około 16%; na rozrywkę około 4% oraz na transport około 3%.

Tabela 14. Szacunkowa struktura wydatków odwiedzających zagranicznych i krajowych podczas pobytu w Gdańsku

Przebywający w Gdańsku	Szacunkowa struktura wydatków w %				
	Wyżywienie	Rozrywka	Transport	Zakupy	Łącznie
Odwiedzający zagraniczni	19%	1%	1%	79%	100%
Odwiedzający krajowi	16%	4%	3%	77%	100%

Źródło: Instytut Eurotest

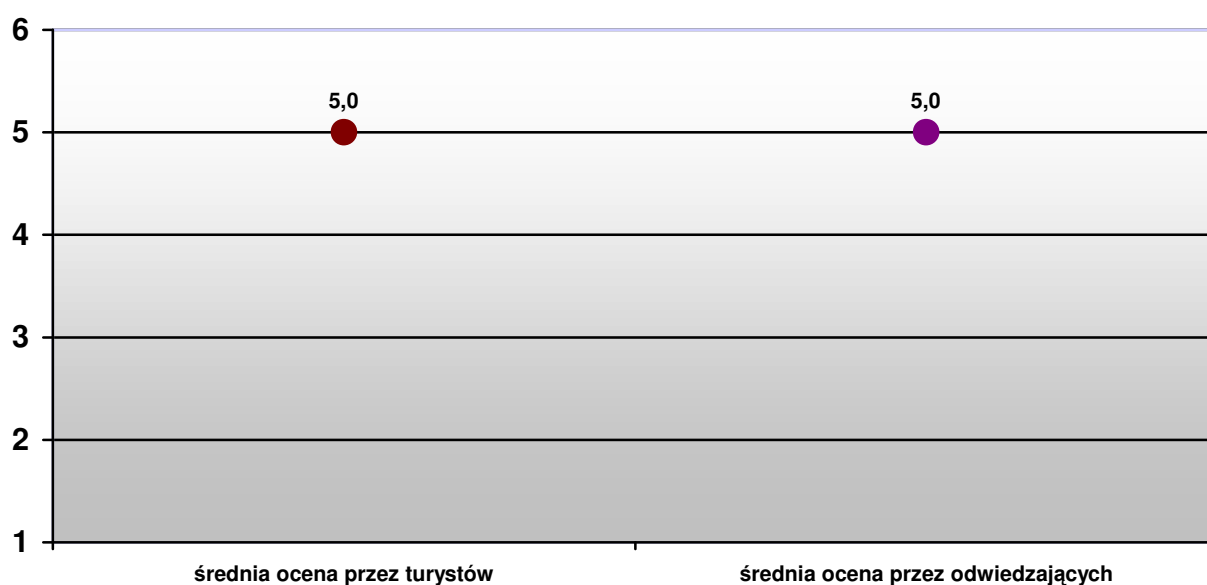
## 4. Ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających oraz poczucia bezpieczeństwa turystów i odwiedzających

### 4.1. Ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających

#### - Turyści i odwiedzający

Przebywający w Gdańsku **turyści** ocenili przygotowanie miasta na 5,0 punktów, tak jak i **odwiedzający** na 5,0 punktów. Ankietowani nie zgłaszali uwag dotyczących przygotowania miasta na przyjęcie turystów i odwiedzających.

Wykres 21. Średnia ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Źródło: Instytut Eurotest

#### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili przygotowanie miasta na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów.

#### - Odwiedzający

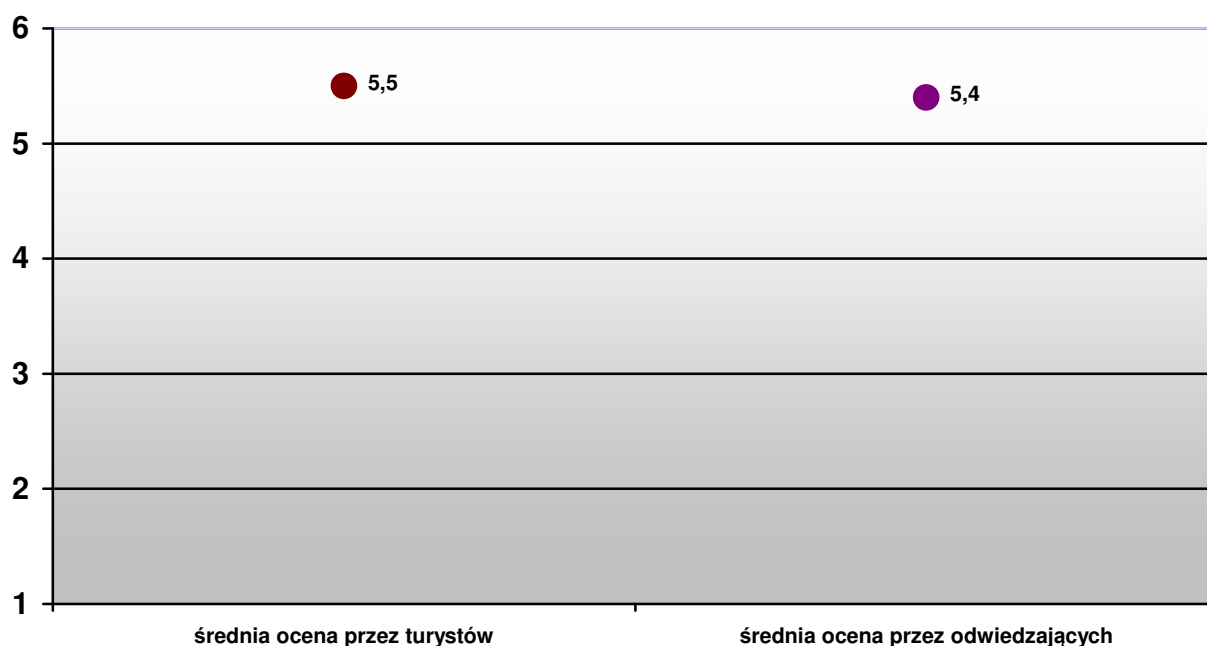
**Odwiedzający zagraniczni** ocenili przygotowanie miasta na 5,1 punktu, a **krajowi** na ocenę 4,9 punktu.

## 4.2. Ocena poczucia bezpieczeństwa przez turystów i odwiedzających

### - Turyści i odwiedzający

Przebywający w Gdańsku **turyści** ocenili poczucie własnego bezpieczeństwa na 5,5 punktu a **odwiedzający** na 5,4 punktu. Ankietowani nie zgłaszali przypadków zagrożenia własnego bezpieczeństwa.

Wykres 22. Ocena poczucia bezpieczeństwa przez turystów i odwiedzających w Gdańsku, średnia ocen w skali od 1 bardzo niebezpiecznie do 6 punktów super bezpiecznie



Źródło: Instytut Eurotest

Turyści zagraniczni, jak i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni, jak i krajowi ocenili poczucie bezpieczeństwa na podobnym poziomie tj. 5,5 i 5,4 punktu.

## 5. Ocena atrakcyjności Gdańska

### 5.1. Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast w Polsce

#### - Turyści

W ocenie **turystów** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 47%; niż Sopot 39,1%, a także „lepiej”, niż Warszawa 47,2% oraz „lepiej”, niż Wrocław 27% i niż Poznań 25,2%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 25,4%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 13,6% i „gorzej” przez 8% turystów.

Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 68,1%, a najmniej dotyczyły Sopotu 30,3% i Gdyni 37,3%.

Tabela 15. Ocena przez turystów atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast.

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>47%</b>	2,3%	13,4%	37,3%
<b>Sopot</b>	<b>39,1%</b>	8%	22,6%	30,3%
<b>Warszawa</b>	<b>47,2%</b>	2,3%	6,2%	44,3%
<b>Kraków</b>	13,6%	8%	<b>25,4%</b>	53%
<b>Wrocław</b>	<b>27%</b>	2,3%	7,5%	63,2%
<b>Poznań</b>	<b>25,2%</b>	0,3%	6,4%	68,1%

Źródło: Instytut Eurotest.

#### - Odwiedzający

W ocenie **odwiedzających** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 36,2%; niż Sopot 42,5%, a także „lepiej” niż Warszawa 39,1% oraz „lepiej” niż Wrocław 17,5% i niż Poznań 24,4%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 15,9%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 9,7% i „gorzej” przez 15,5% odwiedzających.

Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 69,8% i Wrocławia 68,4%, a najmniej dotyczyły Sopotu 29,5% i Gdyni 32,9%.

Tabela 16. Ocena przez odwiedzających atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast.

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>36,2%</b>	2,4%	28,5%	32,9%
<b>Sopot</b>	<b>42,5%</b>	3,4%	24,6%	29,5%
<b>Warszawa</b>	<b>39,1%</b>	1,9%	13,5%	45,5%
<b>Kraków</b>	9,7%	15,5%	<b>15,9%</b>	58,9%
<b>Wrocław</b>	<b>17,5%</b>	7,3%	6,8%	68,4%
<b>Poznań</b>	<b>24,4%</b>	0,5%	5,3%	69,8%

Źródło: Instytut Eurotest.

## - Turyści zagraniczni

W ocenie **turystów zagranicznych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 45,9%; niż Sopot 37,2%, a także „lepiej”, niż Warszawa 24,2% oraz „lepiej” niż Kraków 9,3%; niż Wrocław 13,1% i niż Poznań 13,7%. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem” czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 84,2% i Wrocławia 83,6%, a najmniej dotyczyły Sopotu 33,2% i Gdyni 40,4%.

Tabela 17. Ocena przez turystów zagranicznych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast.

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>45,9%</b>	3,3%	10,4%	40,4%
<b>Sopot</b>	<b>37,2%</b>	9,3%	20,3%	33,2%
<b>Warszawa</b>	<b>24,2%</b>	-	1,6%	74,2%
<b>Kraków</b>	<b>9,3%</b>	4,4%	7,7%	78,6%
<b>Wrocław</b>	<b>13,1%</b>	1,1%	2,2%	83,6%
<b>Poznań</b>	<b>13,7%</b>	0,5%	1,6%	84,2%

Źródło: Instytut Eurotest.

## - Turyści krajowi

W ocenie **turystów krajowych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 48,1%; niż Sopot 40,2%, a „lepiej” niż Warszawa 67,4% oraz „lepiej” niż Wrocław 39,3% i niż Poznań 35,4%. Jedyne w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 41,3%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 17,5% i „gorzej” przez 11,2% turystów krajowych. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 53,9%, a najmniej dotyczyły Warszawy 18%; Sopotu 28,2% i Krakowa 30%.

Tabela 18. Ocena przez turystów krajowych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>48,1%</b>	1,4%	16%	34,5%
<b>Sopot</b>	<b>40,2%</b>	6,8%	24,8%	28,2%
<b>Warszawa</b>	<b>67,4%</b>	4,4%	10,2%	18%
<b>Kraków</b>	17,5%	11,2%	<b>41,3%</b>	30%
<b>Wrocław</b>	<b>39,3%</b>	3,4%	12,1%	45,2%
<b>Poznań</b>	<b>35,4%</b>	-	10,7	53,9%

Źródło: Instytut Eurotest.

## - Odwiedzający zagraniczni

W ocenie **odwiedzających zagranicznych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 10,8%; niż Sopot 16,9% i „lepiej” niż Warszawa przez 12% oraz „lepiej” niż Kraków przez 4,8%. Znaczna część ankietowanych **97,6% nie znała Wrocławia i Poznania**.

Tabela 19. Ocena przez odwiedzających zagranicznych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast.

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>10,8%</b>	2,4%	19,3%	67,5%
<b>Sopot</b>	<b>16,9%</b>	2,4%	19,3%	61,4%
<b>Warszawa</b>	<b>12%</b>	1,2%	9,6%	77,2%
<b>Kraków</b>	<b>4,8%</b>	2,4%	2,4%	90,4%
<b>Wrocław</b>	1,2%	1,2%	-	97,6%
<b>Poznań</b>	1,2%	1,2%	-	97,6%

Źródło: Instytut Eurotest.

## - Odwiedzający krajowi

W ocenie **odwiedzających krajowych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 53,2%; niż Sopot 59,7%, a „lepiej” niż Warszawa 57,3% oraz „lepiej” niż Wrocław 28,2% i niż Poznań 39,8%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 25%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 12,9% i „gorzej” przez 24,2% odwiedzających krajowych. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 51,3%, a najmniej dotyczyły Sopotu 8,1% i Gdyni 9,7%.

Tabela 20. Ocena przez odwiedzających krajowych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast.

Miasto	Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do miast			
	Lepiej	Gorzej	Tak samo	Nie wiem
<b>Gdynia</b>	<b>53,2%</b>	2,4%	34,7%	9,7%
<b>Sopot</b>	<b>59,7%</b>	4%	28,2%	8,1%
<b>Warszawa</b>	<b>57,3%</b>	2,4%	16,1%	24,2%
<b>Kraków</b>	12,9%	24,2%	<b>25%</b>	37,9%
<b>Wrocław</b>	<b>28,2%</b>	11,3%	11,3%	49,2%
<b>Poznań</b>	<b>39,8%</b>	-	8,9%	51,3%

Źródło: Instytut Eurotest.

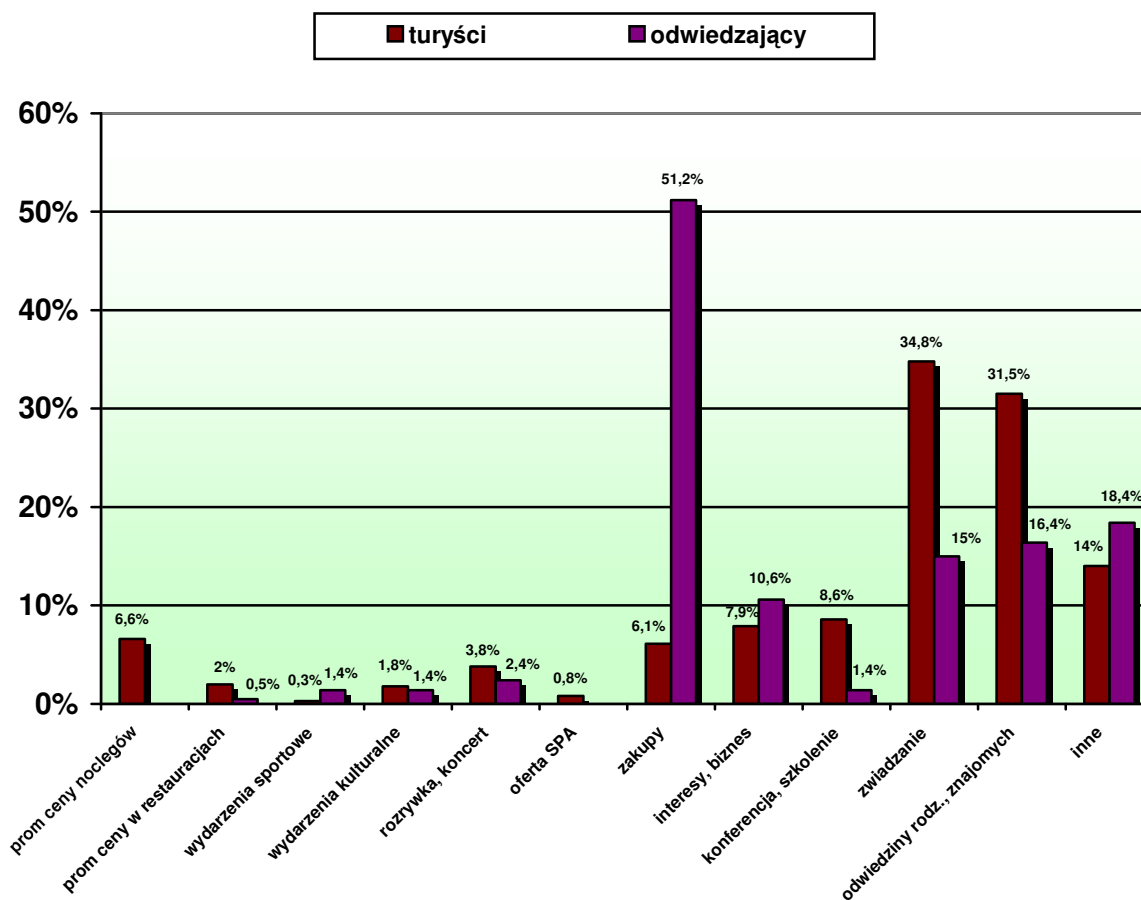
### 5.3. Co zachęciło turystów i odwiedzających Gdańsk do przyjazdu poza sezonem letnim?

#### - Turyści i odwiedzający

Do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim największą część **turystów** zachęciło zwiedzanie 34,8% i odwiedziny rodziny, znajomych 31,5%; następnie konferencja, szkolenie 8,6%; interesy, biznes 7,9%; promocyjne ceny noclegów 6,6% (podawano średnio o 45%); zakupy 6,1% (podawano promocyjne ceny średnio o 40%); rozrywka, koncerty 3,8% (podano koncert Bon Jovi); promocyjne ceny w restauracjach 2% (podawano średnio o 45%); wydarzenia kulturalne 1,8% (wymieniano Gdański Festiwal Muzyczny, Święto Miasta); oferta SPA, odnowy biologicznej 0,8%; wydarzenia sportowe 0,3% (nie podano jakie) oraz „inne” 14% (podano: tańsza wycieczka; urlop; długi weekend; nie ma tłumów; opowiadanie znajomych kibiców o Euro 2012 w Gdańsku; spacer nad morzem; kluby).

Największą część **odwiedzających** zachęciły do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zakupy 51,2% (podawano promocyjne ceny średnio o 40%); odwiedziny rodziny, znajomych 16,4%; zwiedzanie 15%; interesy biznes 10,6%; rozrywka, koncert 2,4% (podano koncert Bon Jovi); wydarzenia sportowe 1,4% (podawano mecz Lechii); wydarzenia kulturalne 1,4% (podano Juwenalia); konferencja, szkolenie 1,4%; promocyjne ceny w restauracjach 0,5% (podano średnio o 45%); „inne” 18,4% (podano: wycieczka do ZOO z dziećmi; wycieczka szkolna; zabawa; dyskoteka; sprawy urzędowe).

Wykres 23. Co zachęciło turystów i odwiedzających do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?



inne: tańsza wycieczka; urlop; długi weekend; nie ma tłumów; opowiadanie znajomych kibiców o Euro 2012 w Gdańsku; spacer nad morzem; kluby

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź

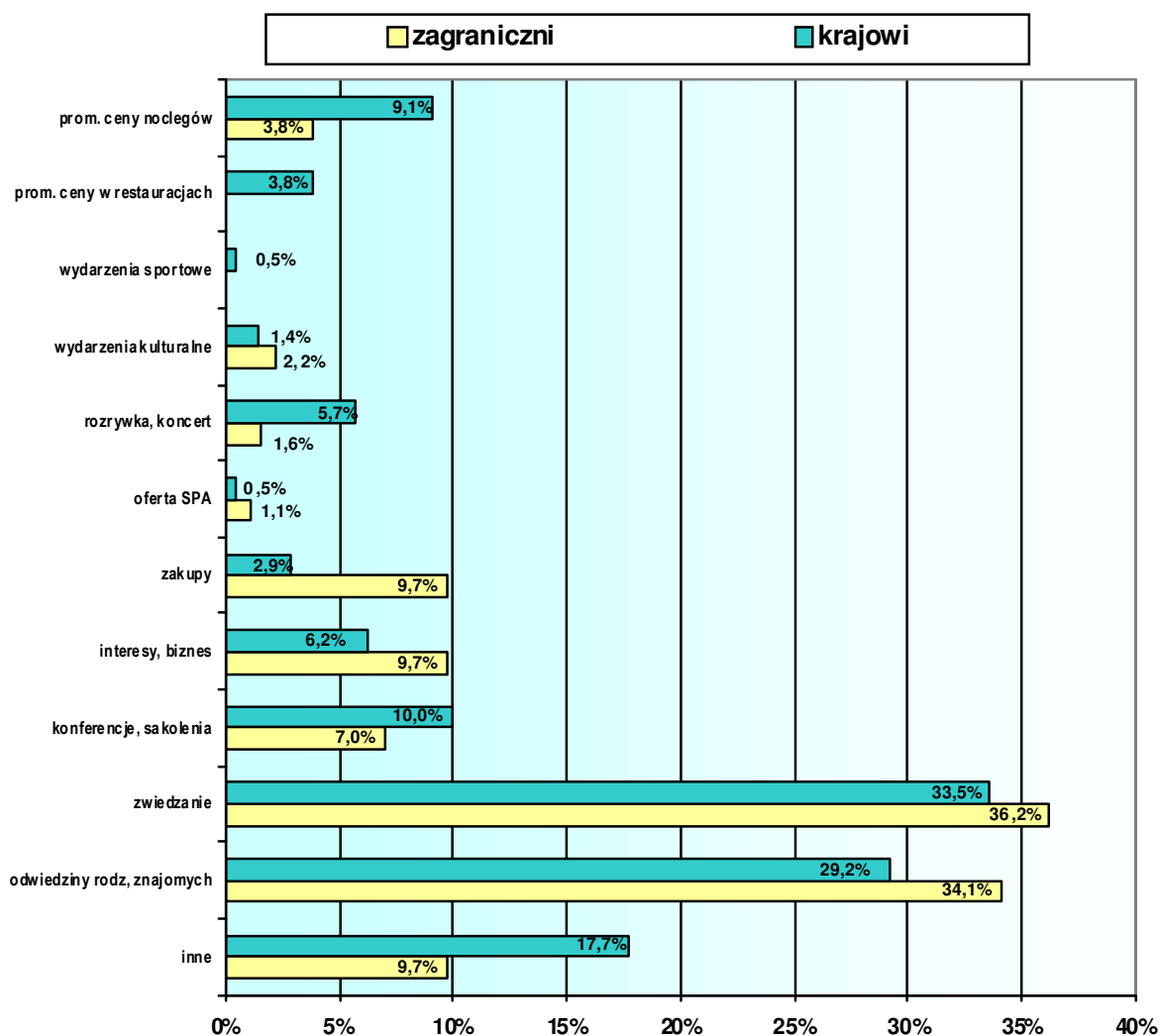
Źródło Instytut Eurotest.

## - Turyści zagraniczni i krajowi

Największą część ankietowanych **turystów zagranicznych** do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zachęciło: zwiedzanie 36,2% i odwiedziny rodziny 34,1%; następnie zakupy 9,7%; interesy biznes 9,7%; konferencja, szkolenie 7%; promocyjne ceny noclegów 3,8%; wydarzenia kulturalne 2,2%; rozrywka, koncert 1,6%; oferta SPA, odnowy biologicznej 1,1% oraz „inne” 9,7%.

Największą część **turystów krajowych** do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zachęciło zwiedzanie 33,5% i odwiedziny rodziny, znajomych 29,2%; następnie konferencja, szkolenie 10%; promocyjne ceny noclegów 9,1%; interesy biznes 6,2%; rozrywka, koncert 5,7%; promocyjne ceny w restauracjach 3,8%; zakupy 2,9%; wydarzenia kulturalne 1,4%; wydarzenia sportowe 0,5%; oferta SPA, odnowa biologiczna 0,5% oraz „inne” 17,7%.

Wykres 24. Co zachęciło turystów zagranicznych i krajowych do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?



inne: tańsza wycieczka; urlop; długi weekend; nie ma tłumów; opowiadanie znajomych kibiców o Euro 2012 w Gdańsku

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest

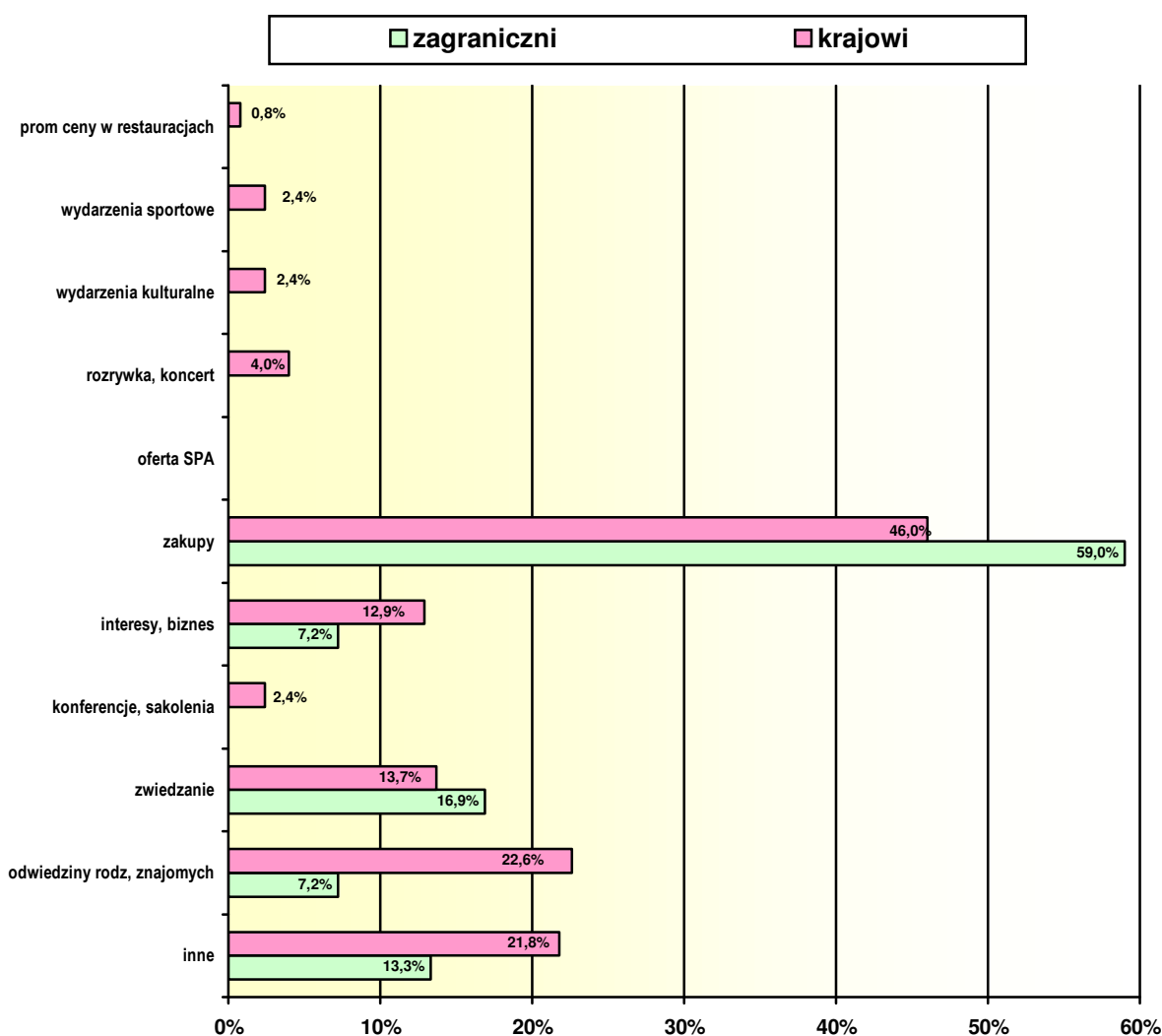


## - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Największą część **odwiedzających zagranicznych** zachęciło do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim: zakupy 59% i zwiedzanie 16,9%; następnie interesy, biznes 7,2%; odwiedziny rodziny, znajomych 7,2% oraz „inne” 13,3%.

Największą część **odwiedzających krajowych** zachęciło do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim: zakupy 46% i odwiedziny rodziny, znajomych 22,6%; następnie zwiedzanie 13,7%; interesy, biznes 12,9%; rozrywka, koncert 4%; wydarzenia sportowe 2,4%; wydarzenia kulturalne 2,4%; konferencja, szkolenie 2,4%; promocyjne ceny w restauracjach 0,8% oraz „inne” 21,8%.

Wykres 25. Co zachęciło odwiedzających zagranicznych i krajowych do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?



inne: spacery nad morzem; kluby

Dane nie sumują się do 100%, ponieważ można było podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło Instytut Eurotest

### 5.3. Czy turyści i odwiedzający poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom?

#### - Turyści i odwiedzający

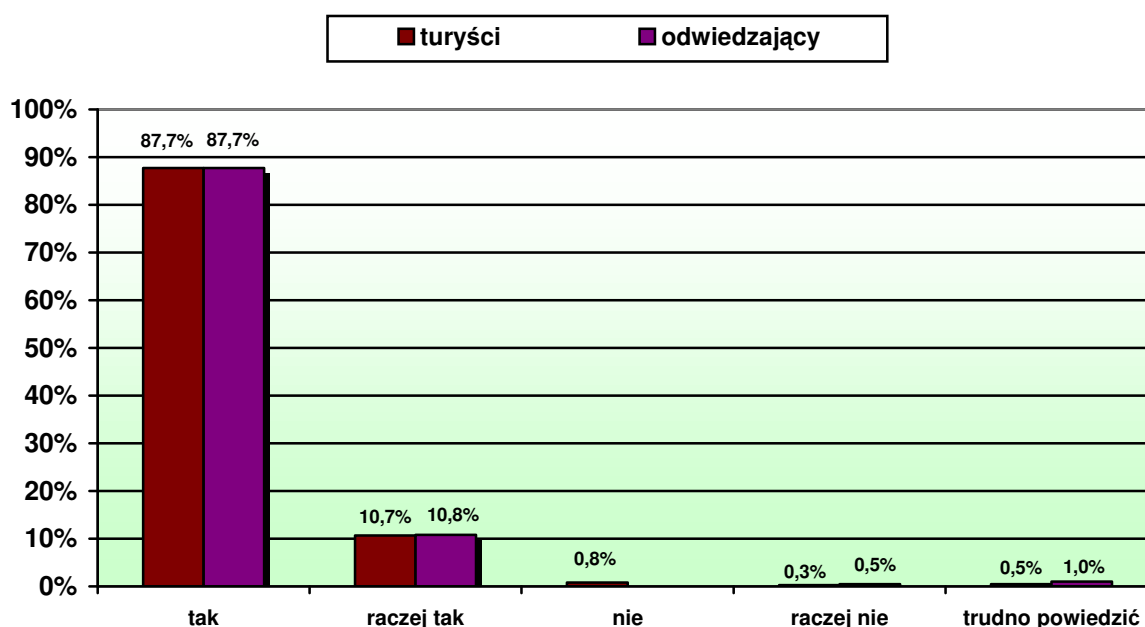
Zdecydowana większość **turystów i odwiedzających** poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom. Opinie ankietowanych rozłożyły się bardzo podobnie.

Spośród **turystów** - Gdańsk poleciliby 98,4% ankietowanych; w tym odpowiedzi „tak” było 87,7% i odpowiedzi „raczej tak” 10,7%.

Nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom 1,1% turystów; w tym odpowiedzi „nie” było 0,8% i odpowiedzi „raczej nie” 0,3%; nie miało zdania 0,5% ankietowanych.

Spośród **odwiedzających** - Gdańsk poleciliby 98,5% ankietowanych; w tym odpowiedzi „tak” było 87,7% i odpowiedzi „raczej tak” 10,8%. Nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom 0,5% odwiedzających w tym odpowiedzi „raczej nie” było 0,5%; nie miało zdania 1% ankietowanych.

Wykres 26. Czy ankietowani turyści i odwiedzający poleciliby swoim przyjaciołom przyjazd do Gdańska?



Źródło Instytut Eurotest.

Opinie **turystów zagranicznych**, jak i **krajowych** oraz **odwiedzających zagranicznych**, jak i **krajowych** były na podobnym poziomie.

Ankietowanym którzy poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom zadano pytanie dlaczego poleciliby Gdańsk – **co jest atutem Gdańska**. Było to pytanie otwarte i ankietowani udzielili następujących spontanicznych odpowiedzi: piękna „Starówka”; piękne miasto; morze i plaża; zabytki; dużo dobrych sklepów; historia miasta; piękna architektura; ciekawe miasto; mili ludzie; niskie ceny w sklepach; ZOO; atmosfera miasta; dużo atrakcji; blisko Rosji; dobre restauracje.

Natomiast ci, którzy nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom podawali następujące **mankamenty**: zimno; wysokie ceny; mało parkingów w centrum; brak stojaków na rowery.

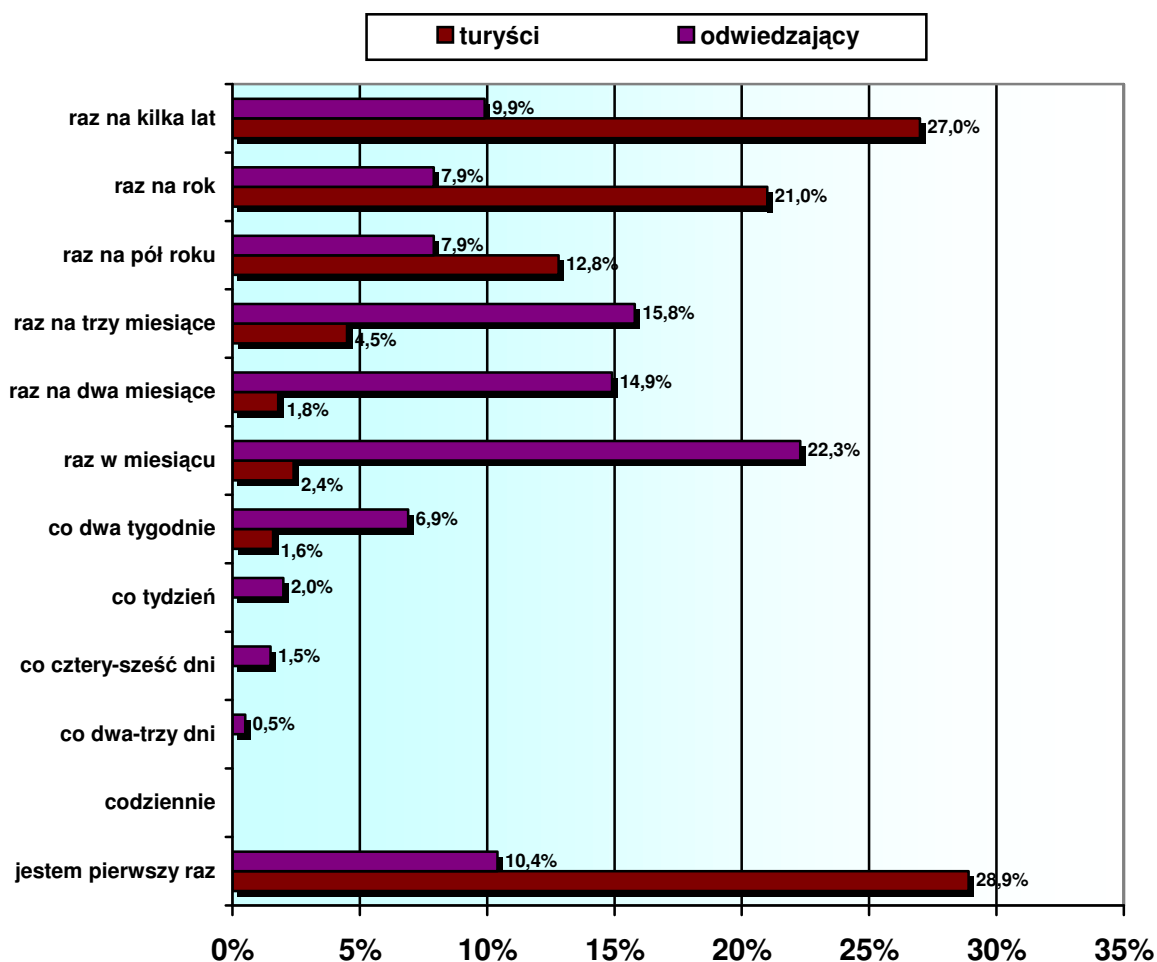
## 5.4. Częstotliwość odwiedzania Gdańska

### - Turyści i odwiedzający

Najwięcej **turystów** było w Gdańsku pierwszy raz 28,9%. Raz na kilka lat lub rzadziej bywa w Gdańsku 27% turystów. Raz na rok bywa w Gdańsku 21% turystów; raz na pół roku 12,8%; raz na trzy miesiące 4,5%; raz na dwa miesiące 1,8%; raz w miesiącu 2,4%; co dwa tygodnie 1,6%.

Najwięcej **odwiedzających** bywa w Gdańsku raz w miesiącu 22,3%. Raz na kilka lat lub rzadziej bywa w Gdańsku 9,9% odwiedzających. Raz na rok bywa w Gdańsku 7,9% odwiedzających; raz na pół roku również 7,9%; raz na trzy miesiące 15,8%; raz na dwa miesiące 14,9%; co dwa tygodnie 6,9%; co tydzień 2%; co cztery-sześć dni 1,5%; co dwa-trzy dni 0,5%. Pierwszy raz było w Gdańsku 10,4% odwiedzających.

Wykres 27. Częstotliwość odwiedzania Gdańska przez turystów i odwiedzających



Źródło Instytut Eurotest

## - Turyści zagraniczni i krajowi

Najwięcej **turystów zagranicznych** 21,9% jak i **krajowych** 31,4% bywa w Gdańsku raz na kilka lat lub rzadziej. Pierwszy raz było w Gdańsku 36% turystów zagranicznych i 22,7% turystów krajowych.

## - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Najwięcej **odwiedzających zagranicznych** bywa w Gdańsku raz na dwa miesiące 21,7% ,a **krajowych** najwięcej bywa raz w miesiącu 23,5%. Pierwszy raz było w Gdańsku 24,1% odwiedzających zagranicznych i 0,8% krajowych.

Tabela 21. Częstotliwość odwiedzania Gdańska przez turystów zagranicznych i krajowych oraz przez odwiedzających zagranicznych i krajowych

Częstotliwość odwiedzania	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
Raz na kilka lat lub rzadziej	21,9%	31,4%	9,6%	10,2%
Raz na rok	20,2%	21,7%	1,2%	12,6%
Raz na pół roku	14,6%	11,3%	3,6%	10,9%
Raz na trzy miesiące	3,4%	5,4%	14,5%	16,8%
Raz na dwa miesiące	1,1%	2,5%	21,7%	10,1%
Raz w miesiącu	2,8%	2%	20,5%	23,5%
Co dwa tygodnie	-	3%	4,8%	8,4%
Co tydzień	-	-	-	3,4%
Co cztery-sześć dni	-	-	-	2,5%
Co dwa-trzy dni	-	-	-	0,8%
Codziennie	-	-	-	-
Pierwszy raz	36%	22,7%	24,1%	0,8%

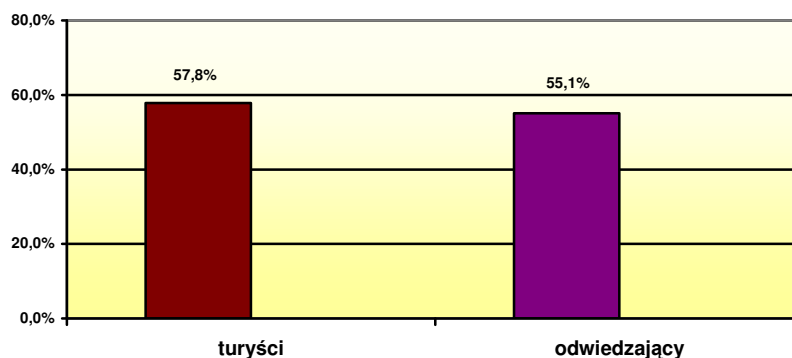
Źródło: Instytut Eurotest

## 5.5. Promocja i informacja o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania turystów i odwiedzających

### - Turyści i odwiedzający

Promocję lub informację o Gdańsku spotkało w swoim miejscu zamieszkania 57,8% turystów i 55,1% odwiedzających.

Wykres 28. Turyści i odwiedzający którzy spotkali promocję lub informację o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania



Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

Promocję lub informację o Gdańsku spotkało w swoim miejscu zamieszkania 55,5% turystów zagranicznych i 59,5% krajowych.

### - Odwiedzający

Promocję lub informację o Gdańsku spotkało w swoim miejscu zamieszkania 74,2% odwiedzających zagranicznych i 41,9% krajowych.

Tabela 22. Turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi którzy spotkali promocję lub informację o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania

Przebywający w Gdańsku	Spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku
Turyści zagraniczni	55,5%
Turyści krajowi	59,5%
Odwiedzający zagraniczni	74,2%
Odwiedzający krajowi	41,9%

Źródło: Instytut Eurotest

## Źródło informacji o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania

Najlepszym źródłem informacji wśród **turystów zagranicznych** 48,5% i **krajowych** 57,3% był internet.

Poza tym **turyści zagraniczni** dowiadywali się o Gdańsku w biurze turystycznym 24,8%; z prasy 14,9%; z radia 3%; z TV 10,9%; billboardów 9,9%; na targach turystycznych 1,6%; od znajomych, rodziny 19,8% oraz z „innych” źródeł 5% (tu podawano Euro 2012).

**Turyści krajowi** dowiadywali się poza tym o Gdańsku w biurze turystycznym 13,7%; z prasy 34,7%; z radia 15%; z TV 9,7%; z billboardów 5,6%; na imprezie rozrywkowej; sportowej 1,6%; od znajomych, rodziny 33,9% oraz z „innych” źródeł 7,3% (tu podawano szkołę, Uniwersytet Trzeciego Wieku).

Tabela 23. Gdzie ankietowani turyści zagraniczni i krajowi spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania.

Turyści	Źródło informacji									
	Biuro turystyczne	Prasa	Radio	TV	Billboard	Internet	Na targach turystycznych	Na imprezie rozrywkowej, sportowej	Znajomi, rodzina	Inne
<b>Zagraniczni</b>	24,8%	14,9%	3%	10,9%	9,9%	48,5%	1,6%	-	19,8%	5%
<b>Krajowi</b>	13,7%	34,7%	15%	9,7%	5,6%	57,3%	-	1,6%	33,9%	7,3%

Podstawa: ankietowani, którzy spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku. Dane nie sumują się do 100% bowiem można było podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Instytut Eurotest

Najlepszym źródłem informacji wśród **odwiedzających zagranicznych** 51,4% i **krajowych** 65,4% był internet.

Poza tym **odwiedzający zagraniczni** dowiadywali się o Gdańsku w biurze turystycznym 4,8%; z prasy 6,5%; z radia 4%; z TV 6,5%; billboardów 30,6%; od znajomych, rodziny 22,6%.

**Odwiedzający krajowi** dowiadywali się poza tym o Gdańsku: z prasy 21,2%; z radia 7,7%; z TV 3,8%; z billboardów 7,7% i od znajomych, rodziny 61,5%.

Tabela 24. Gdzie ankietowani odwiedzający zagraniczni i krajowi spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania.

Odwiedzający	Źródło informacji									
	Biuro turystyczne	Prasa	Radio	TV	Billboard	Internet	Na targach turystycznych	Na imprezie rozrywkowej, sportowej	Znajomi, rodzina	Inne
<b>Zagraniczni</b>	4,8%	6,5%	4%	6,5%	30,6%	51,4%	-	-	22,6%	-
<b>Krajowi</b>	-	21,2%	7,7%	3,8%	7,7%	65,4%	-	-	61,5%	-

Podstawa: ankietowani, którzy spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku. Dane nie sumują się do 100% bowiem można było podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Instytut Eurotest

## 6. Odwiedzający - zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego w tym na obszarze metropolitalnym

### 6.1. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego

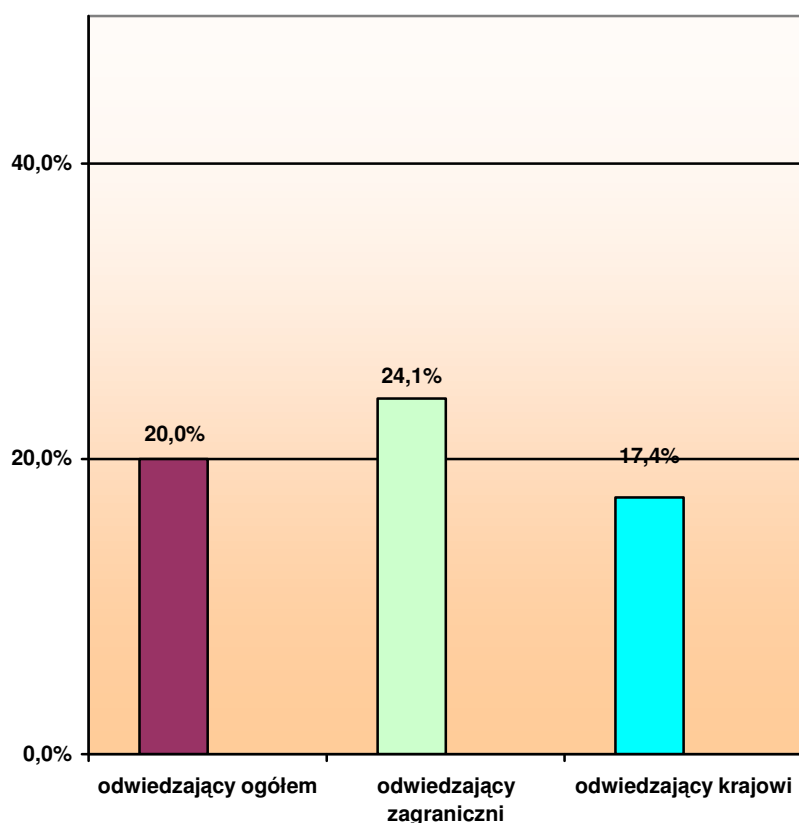
#### - Odwiedzający

Spośród odwiedzających 20% zakwaterowanych było poza Gdańskiem na obszarze województwa pomorskiego.

#### - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Spośród ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** 24,1% zakwaterowanych było poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego a spośród **odwiedzających krajowych** 17,4%.

Wykres 29. Odwiedzający Gdańsk ogółem, zagraniczni i krajowi zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego



Podstawa: odwiedzający Gdańsk  
Źródło: Instytut Eurotest

#### - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Największa liczba odwiedzających Gdańsk, którzy korzystali z zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego - zakwaterowana była w: Gdyni i w Sopocie; następnie w Pruszczu Gdańskim; Władysławowie; Tczewie; Rumi; Helu; Chłapowie; Mauszu; Bytowie; Słupsku.

## Struktura zakwaterowania w obiektach noclegowych

### - Odwiedzający

**Odwiedzający** korzystający z zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego – zakwaterowani byli w: hotelu 28,2%; na kwaterze prywatnej 25,6%; w apartamencie 5,2% i u rodziny, znajomych 41%.

**Odwiedzający zagraniczni** korzystający z zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego – zakwaterowani byli w: hotelu 52,7%; na kwaterze prywatnej 15,8%; w apartamencie 10,5% i u rodziny, znajomych 21%.

**Odwiedzający krajowi** korzystający z zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego – zakwaterowani byli w: hotelu 5%; na kwaterze prywatnej 35% i u rodziny, znajomych 60%.

Tabela 25. Struktura miejsc zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego odwiedzających ogółem, zagranicznych i krajowych

Miejsce zakwaterowania	Hotel	Hostel	Pensjonat	Camping, namiot	Kwatera prywatna	Apartament	Ośrodek wczasowy	Schronisko młodz.	U rodziny, znajomych	Inne
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Ogółem odwiedzający</b>	28,2%	-	-	-	25,6%	5,2%	-	-	41%	-
<b>Odwiedzający zagraniczni</b>	52,7%	-	-	-	15,8%	10,5%	-	-	21%	-
<b>Odwiedzający krajowi</b>	5%	-	-	-	35%	-	-	-	60%	-

Podstawa: odwiedzający Gdańsk zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego

Źródło: Instytut Eurotest



## 6.2. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na obszarze metropolitalnym

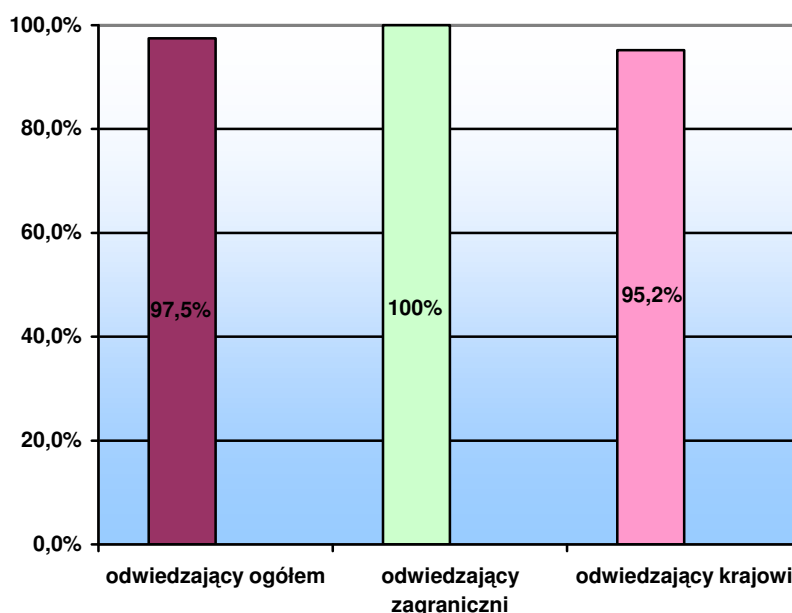
### - Odwiedzający

Spośród **odwiedzających**, a zakwaterowanych poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego - **97,5%** zakwaterowanych było na obszarze metropolitalnym obejmującym powiaty: kartuski; gdański; pucki; tczewski; wejherowski; Gdynię i Sopot.

Spośród odwiedzających, a zakwaterowanych poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego **odwiedzających zagranicznych** – wszyscy (100%) zakwaterowani byli na obszarze metropolitalnym.

Spośród odwiedzających, a zakwaterowanych poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego **odwiedzających krajowych** – 95,2% zakwaterowanych było na obszarze metropolitalnym.

Wykres 30. Odwiedzający Gdańsk - ogółem, zagraniczni i krajowi - zakwaterowani na terenie obszaru metropolitalnego

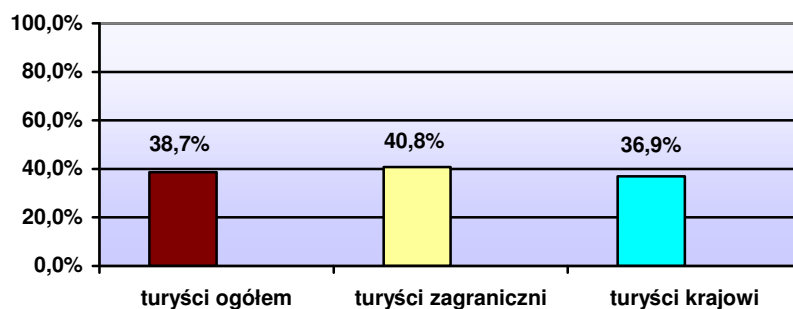


Podstawa: odwiedzający Gdańsk zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego  
Źródło: Instytut Eurotest

### 6.3. Zwiedzane przez turystów inne miejscowości województwa pomorskiego

Spośród ankietowanych **turystów** 38,7% zwiedzało inne miejscowości województwa pomorskiego; w tym 40,8% **turystów zagranicznych** i 36,9% **turystów krajowych**.

Wykres 31. Turyści ogółem, zagraniczni i krajowi zakwaterowani w Gdańsku, którzy zwiedzają inne miejscowości województwa pomorskiego



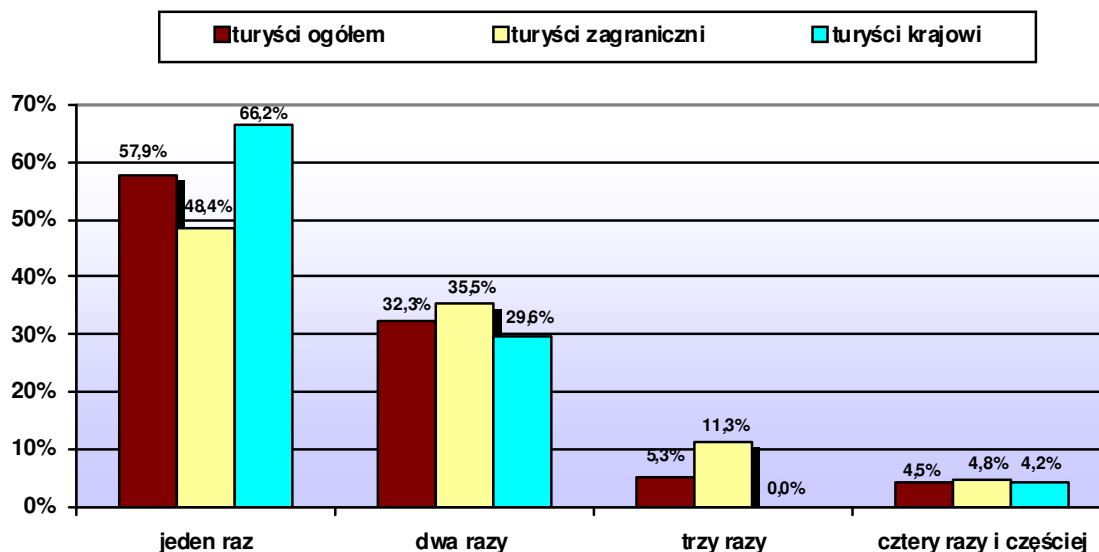
Podstawa: turyści przebywający w Gdańsku  
Źródło: Instytut Eurotest

Spośród tych **turystów**, którzy wyjeżdżali z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości – najczęściej było wyjeżdżających jeden raz 57,9% oraz dwa razy 32,3%; trzy razy wyjeżdżało 5,3% turystów, a cztery razy i więcej 4,5% turystów.

#### Częstotliwość wyjazdów

Jeden raz wyjeżdżało z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości 48,4% **turystów zagranicznych** i 66,2% **turystów krajowych**; dwa razy wyjeżdżało 35,5% turystów zagranicznych i 29,6% turystów krajowych; trzy razy wyjeżdżało 11,3% turystów zagranicznych; cztery razy i częściej wyjeżdżało 4,8% turystów zagranicznych i 4,2% turystów krajowych.

Wykres 32. Jak często ankietowani turyści ogółem, zagraniczni i krajowi wyjeżdżali z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości województwa pomorskiego



Podstawa: turyści, którzy zwiedzają inne miejscowości woj. pomorskiego  
Źródło Instytut Eurotest.

**Turyści** udawali się najczęściej do następujących miejscowości na terenie województwa pomorskiego:

- Sopotu;
- Gdyni;
- Malborka;

następnie na Hel; do Łeby; Pelplina; Słupska; Stutthofu; Żukowa; Łapina i Szymbarka.

#### **Wydatki turystów podczas wyjazdów**

Szacunkowo **turyści** wydali średnio podczas pobytu poza Gdańskiem 158 zł. **Turyści zagraniczni** wydali 210 zł, a **turyści krajowi** 115 zł (niezależnie od liczby wyjazdów).

Tabela 26. Szacunkowe średnie wydatki turystów ogółem, zagranicznych i krajowych podczas pobytu poza Gdańskiem

<b>Przebywający w Gdańsku</b>	<b>Szacunkowe średnie wydatki turystów podczas pobytu poza Gdańskiem</b>
<b>Turyści ogółem</b>	158 zł
<b>Turyści zagraniczni</b>	210 zł
<b>Turyści krajowi</b>	115 zł

Podstawa: turyści, którzy zwiedzają inne miejscowości woj. pomorskiego  
Źródło: Instytut Eurotest

## 7. Organizacja przyjazdu do Gdańska

### 7.1. Sposób organizacji przyjazdu

#### - Turyści zagraniczni i krajowi

Spośród **turystów** 81,4% przyjechało do Gdańska samodzielnie, a 18,6% zorganizowaną grupą (przez biuro turystyczne, szkołę, uczelnię, firmę). Spośród **turystów zagranicznych** 81% przyjechało samodzielnie, a zorganizowaną grupą 19%. Spośród **turystów krajowych** 81,7% przyjechało samodzielnie, a 18,3% zorganizowaną grupą.

#### - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Spośród **odwiedzających** 95,7% przyjechało do Gdańska samodzielnie, a 4,3% zorganizowaną grupą (przez biuro turystyczne, szkołę, uczelnię, firmę). Spośród **odwiedzających zagranicznych** 89,2% przyjechało samodzielnie, a zorganizowaną grupą 10,8%. Spośród ankietowanych **odwiedzających krajowych** wszyscy (100%) przyjechali samodzielnie.

Tabela 27. Sposób organizacji przyjazdu do Gdańska turystów ogółem, zagranicznych i krajowych oraz odwiedzających ogółem, zagranicznych i krajowych

Przebywający w Gdańsku	Organizacja przyjazdu					
	Ogółem		Zagraniczni		Krajowi	
	Zorganizowana grupa	Samodzielnie	Zorganizowana grupa	Samodzielnie	Zorganizowana grupa	Samodzielnie
Turyści	18,6%	81,4%	19%	81%	18,3%	81,7%
Odwiedzający	4,3%	95,7%	10,8%	89,2%	-	100%

Źródło: Instytut Eurotest

### Liczebność grup turystów i odwiedzających

#### - Turyści zagraniczni i krajowi

Zorganizowana grupa **turystów** liczyła średnio 24 osoby, w tym **turystów zagranicznych** 24,3 osoby i **turystów krajowych** 23,7 osoby.

Liczba **turystów** przyjeżdżających samodzielnie wynosiła średnio 2,5 osoby, w tym **turystów zagranicznych** 2,6 osoby, a **turystów krajowych** 2,4 osoby.

#### - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Zorganizowana grupa **odwiedzających** liczyła średnio 27,6 osoby; w tym **odwiedzających zagranicznych** 27,6 osoby; nie było ankietowanych zorganizowanych grup **odwiedzających krajowych**.

Liczba **odwiedzających** przyjeżdżających samodzielnie wynosiła średnio 2,1 osoby; w tym **odwiedzających zagranicznych** 2,3 osoby, a **odwiedzających krajowych** 1,9 osoby.

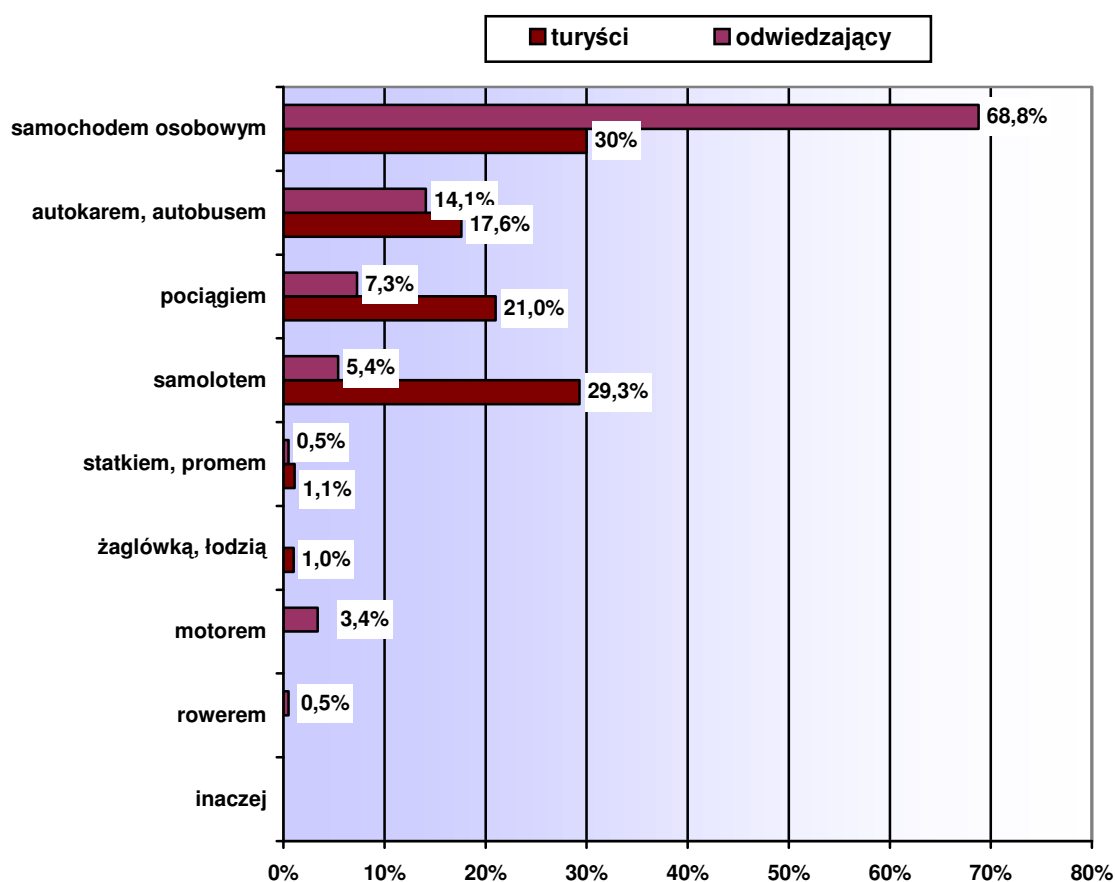
## 7.2. Czym turyści przyjechali do Gdańska i ocena warunków dojazdu

### -Turyści i odwiedzający

Najwięcej ankietowanych **turystów** przyjechało do Gdańska samochodem osobowym 30% oraz samolotem 29,3%; następnie pociągiem 21%; autokarem, autobusem 17,6%; statkiem, promem 1,1%; żaglówką, łodzią 1%.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 68,8%; następnie autokarem, autobusem 14,1%; pociągiem 7,3%; samolotem 5,4%; motorem 3,4%; statkiem, promem 0,5% i rowerem 0,5%.

Wykres 33. Czym przyjechali turyści i odwiedzający do Gdańska?



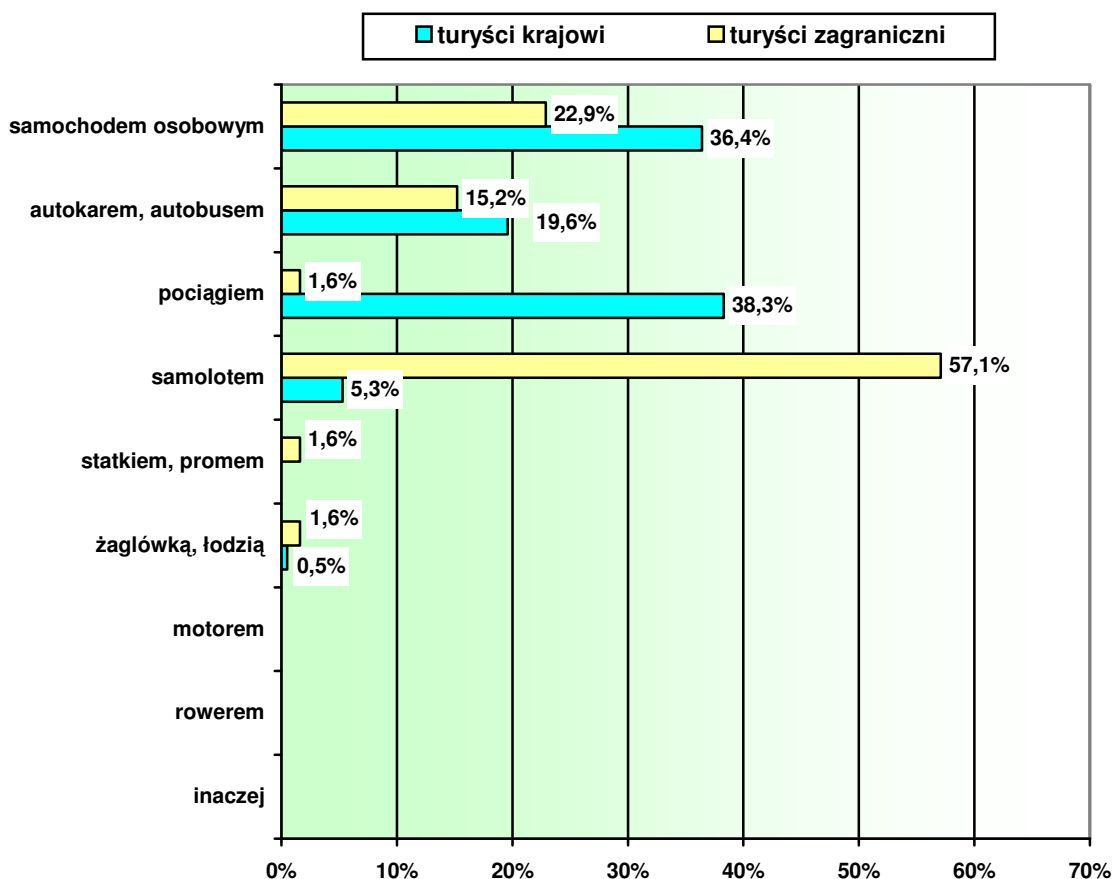
Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści zagraniczni i krajowi

Najwięcej ankietowanych **turystów zagranicznych** przybyło do Gdańska samolotem 57,1%; następnie samochodem osobowym 22,9%; autokarem, autobusem 15,2%; pociągiem 1,6%; statkiem, promem 1,6% oraz żaglówką, łodzią 1,6%.

Najwięcej ankietowanych **turystów krajowych** przybyło do Gdańska pociągiem 38,3% i samochodem osobowym 36,4%; następnie autokarem; autobusem 19,6%; samolotem 5,3% i żaglówką, łodzią 0,5%.

Wykres 34. Czym przyjechali turyści zagraniczni i krajowi do Gdańska?



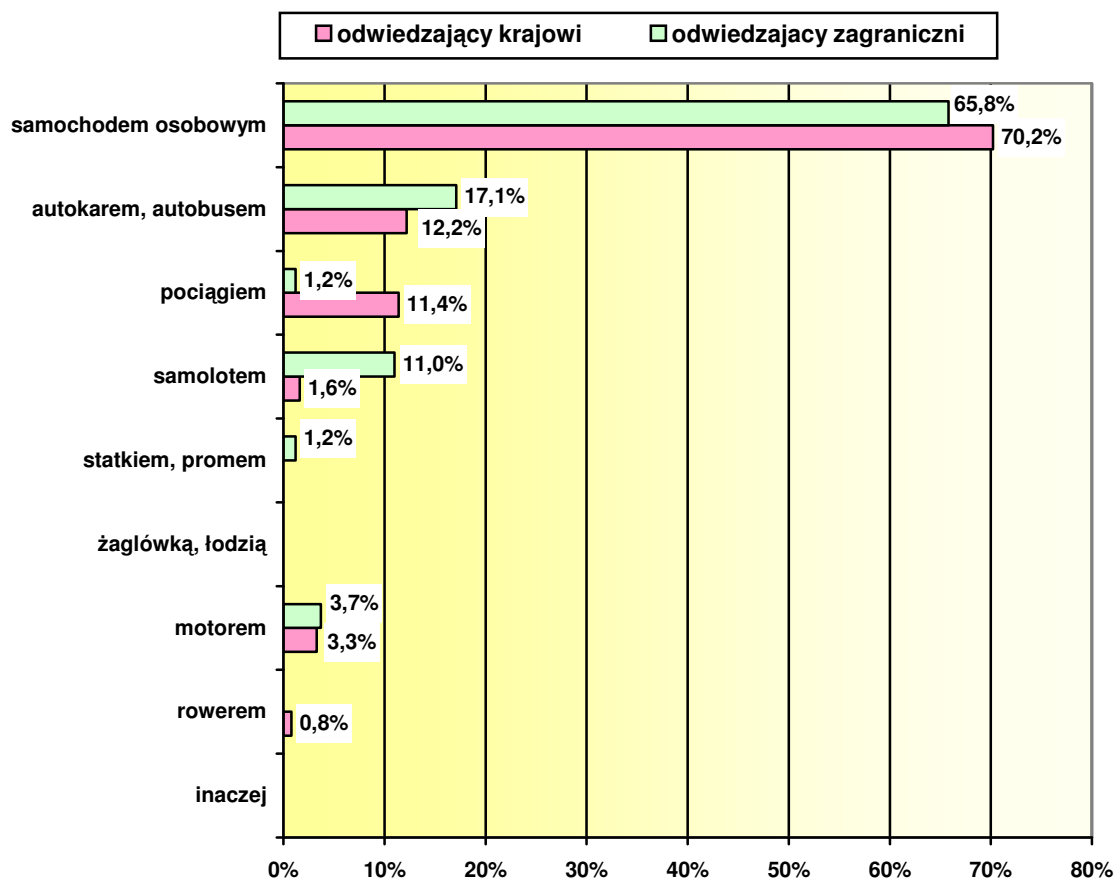
Źródło: Instytut Eurotest

## - Odwiedzający zagraniczni i krajowi

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 65,8%; następnie autokarem, autobusem 17,1%; samolotem 11%; motorem 3,7%; statkiem, promem 1,2% oraz pociągiem 1,2%.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających krajowych** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 70,2%; następnie autokarem, autobusem 12,2%; pociągiem 11,4%; motorem 3,3%; samolotem 1,6% i rowerem 0,8%.

Wykres 35. Czym przyjechali odwiedzający zagraniczni i krajowi do Gdańska?



Źródło: Instytut Eurotest

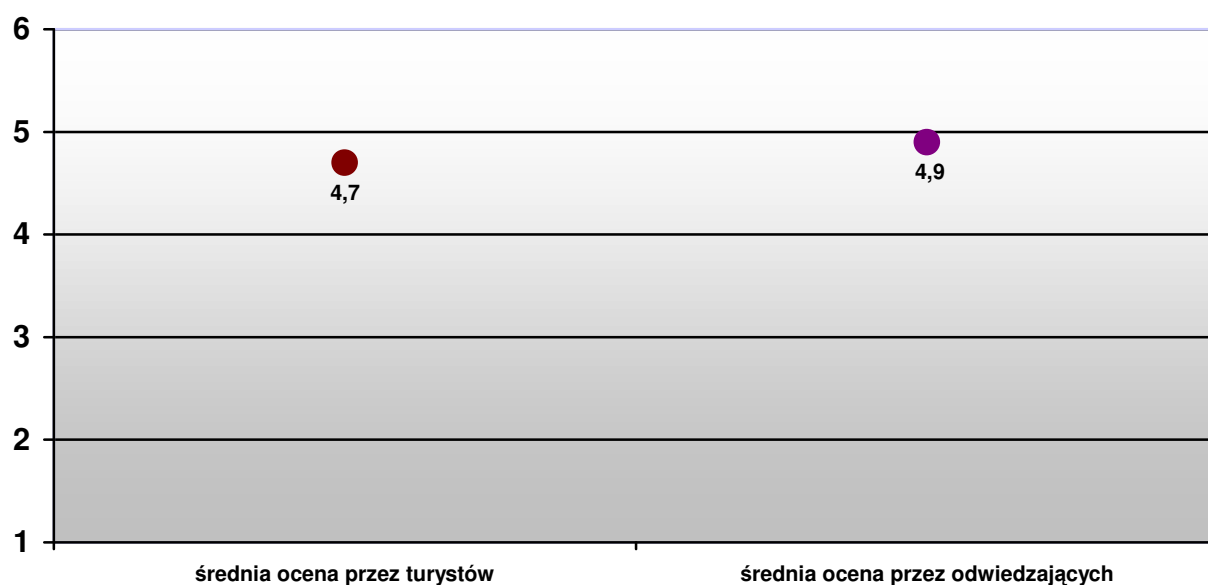
## Ocena warunków dojazdu do Gdańska

### - Turyści i odwiedzający

**Turyści** ocenili warunki dojazdu do Gdańska na 4,7 punktu a **odwiedzający** na ocenę 4,9 punktu.

Ankietowani którzy dojeżdżali do Gdańska pociągiem zgłaszali uwagi dotyczące „za długo trwającej podróży” (2,4% ankietowanych); ankietowani podróżujący samochodem zgłaszali uwagi dotyczące „utrudnień z powodów remontów dróg” (4,2% ankietowanych).

Wykres 36. Średnia ocena warunków dojazdu do Gdańska przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze



Źródło: Instytut Eurotest

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** ocenili warunki dojazdu do Gdańska średnio na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,5 punktu.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** ocenili warunki dojazdu do Gdańska średnio na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,8 punktu.



## 8. Struktura ankietowanych turystów i odwiedzających

### 8.1. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający?

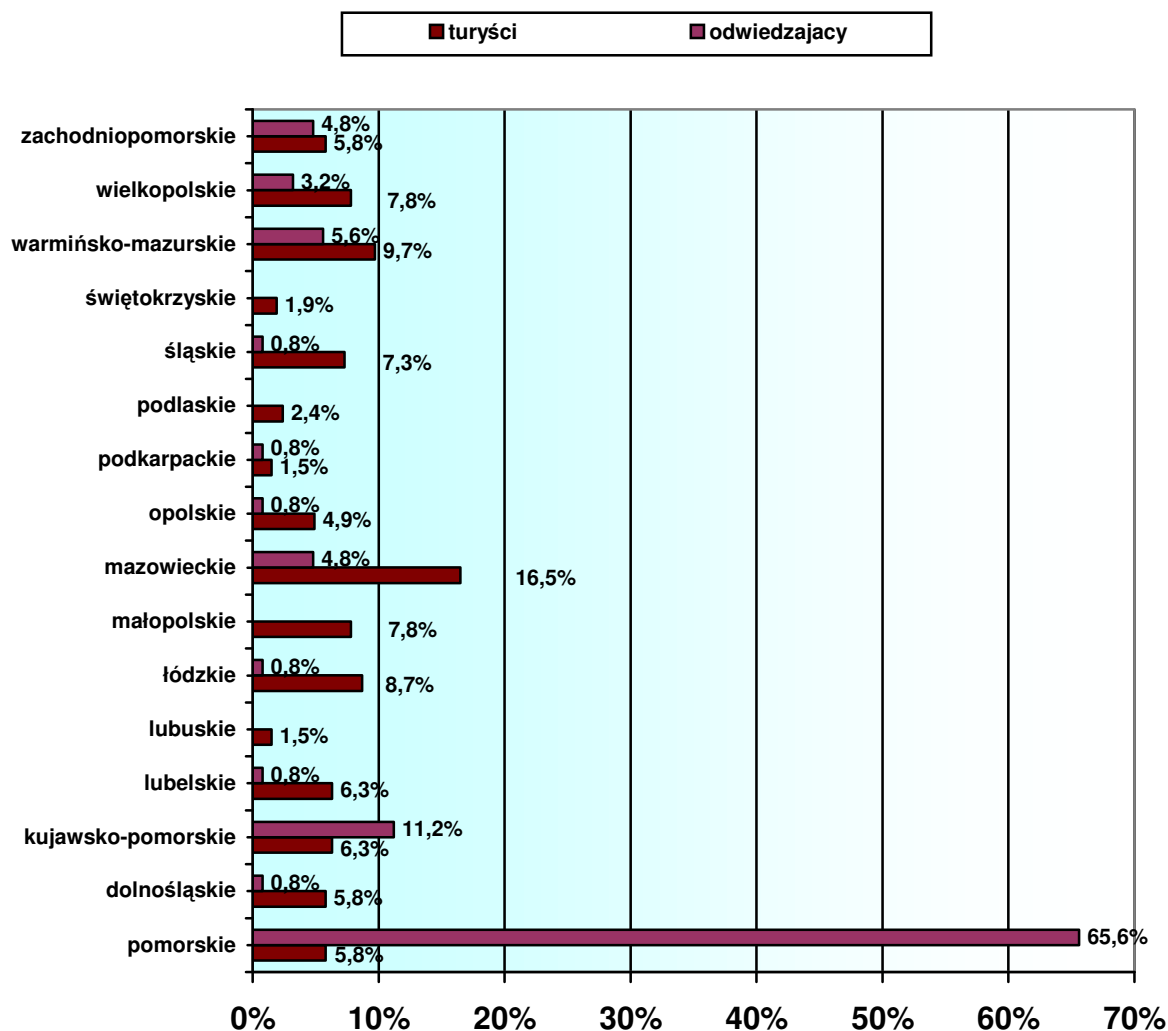
#### - Turyści i odwiedzający

Wśród ankietowanych **turystów** 53% było krajowych, a zagranicznych 47%. Wśród ankietowanych **odwiedzających** 59,9% było krajowych, a zagranicznych 41,1%.

Najwięcej ankietowanych **turystów krajowych** przyjechało z województwa mazowieckiego 16,5%; warmińsko-mazurskiego 9,7%; łódzkiego 8,7%; wielkopolskiego 7,8%; małopolskiego 7,8% i śląskiego 7,3%.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających krajowych** przyjechało z województwa pomorskiego 65,6%; następnie kujawsko-pomorskiego 11,2%; warmińsko-mazurskiego 5,6%; zachodniopomorskiego 4,8% i mazowieckiego 4,8%.

Wykres 37. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający krajowi?

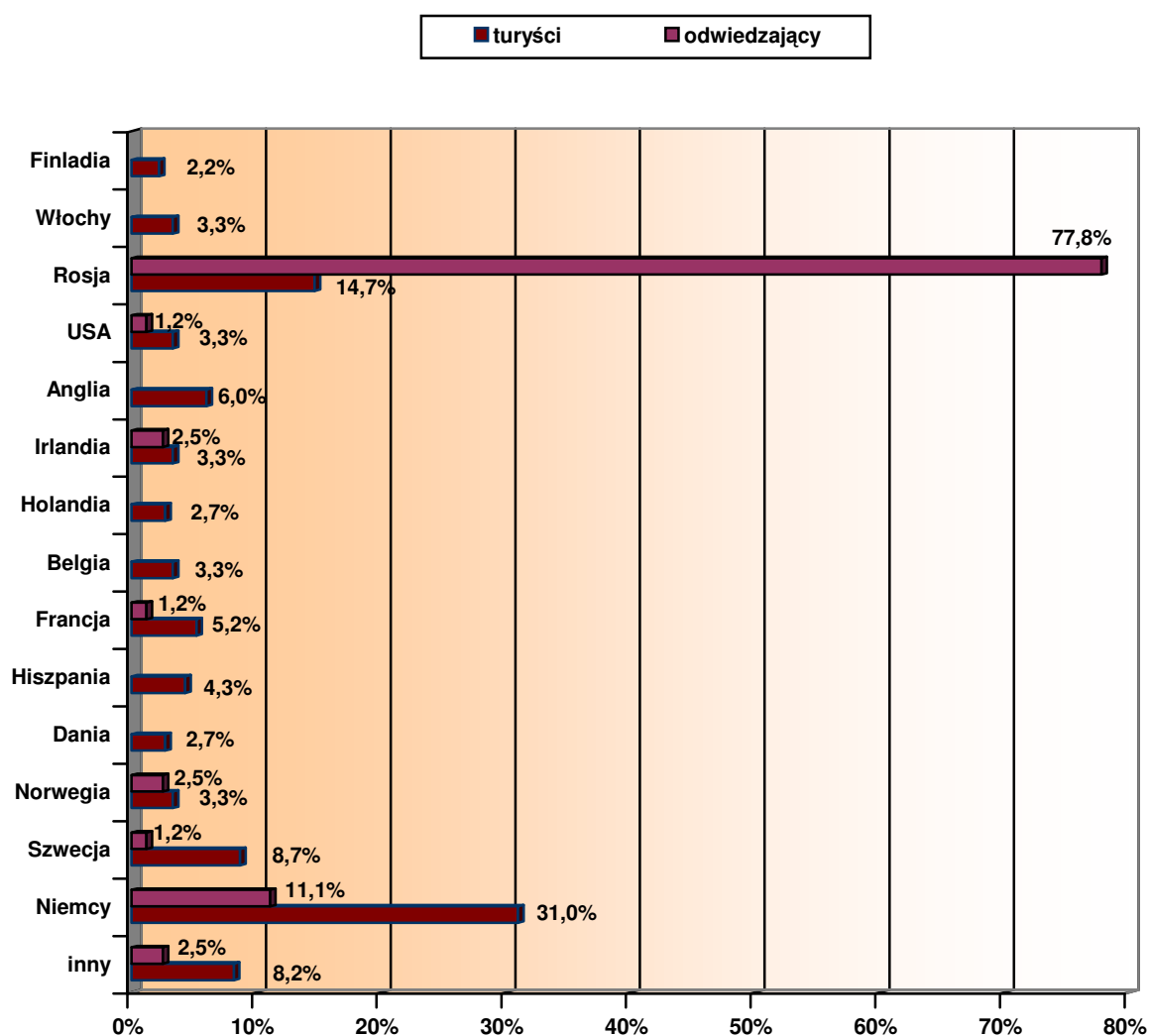


Źródło: Instytut Eurotest

Najwięcej ankietowanych **turystów zagranicznych** przyjechało z Niemiec 31%; następnie z Rosji 14,7%; Szwecji 8,7%; Anglii 6%; Francji 5,2%; Hiszpanii 4,3%. Z innych krajów przyjechało 8,2% turystów, były to: Ukraina; Australia; Ekwador; Chiny; Grecja; Indonezja; Szwajcaria; Kanada; Portugalia i Łotwa.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** przyjechało z Rosji 77,8%; Niemiec 11,1%; Irlandii 2,5% i Norwegii 2,5%. Z innych krajów przyjechało 2,5% były to: Ukraina i Austria.

Wykres 38. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający zagraniczni?



inne kraje: Ukraina, Australia, Ekwador, Chiny, Grecja, Indonezja, Szwajcaria, Kanada, Portugalia, Łotwa

Źródło: Instytut Eurotest

## 8.2. Z kim przyjechali turyści i odwiedzający do Gdańska?

### - Turyści

**Turyści zagraniczni** najczęściej przyjeżdżali do Gdańska z rodziną 48,8%; samotnie przyjechało 34,9% i z przyjaciółmi 16,3%.

**Turyści krajowi** najczęściej przyjeżdżali samotnie 44%; z rodziną przyjechało 41,3% i z przyjaciółmi 14,7%.

### - Odwiedzający

**Odwiedzający zagraniczni** najczęściej przyjeżdżali do Gdańska z rodziną 61,5%; samotnie przyjechało 20,5% i z przyjaciółmi 18%.

**Odwiedzający krajowi** najczęściej przyjeżdżali z rodziną 65%; samotnie przyjechało 29% i z przyjaciółmi 6%.

Tabela 28. Z kim przyjechali do Gdańska turyści i odwiedzający?

Z kim przyjechali	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
Sam	34,9%	44%	20,5%	29%
Z rodziną	48,8%	41,3%	61,5%	65%
Z przyjaciółmi	16,3%	14,7%	18%	6%

Źródło: Instytut Eurotest

## - Turyści

Spośród **turystów zagranicznych** którzy przyjechali z rodziną 58% przyjechało bez dzieci, a 42% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym: z jednym dzieckiem 27,2% i z dwojgiem dzieci 14,8%.

Spośród **turystów krajowych** którzy przyjechali z rodziną 69,7% przyjechało bez dzieci, a 30,3% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym: z jednym dzieckiem 15,8% i z dwojgiem dzieci 14,5%.

## - Odwiedzający

Spośród **odwiedzających zagranicznych** którzy przyjechali z rodziną 58,3% przyjechało bez dzieci, a 41,7% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym z jednym dzieckiem 27,1% i z dwojgiem dzieci 14,6%.

Spośród **odwiedzających krajowych** którzy przyjechali z rodziną 53,9% przyjechało bez dzieci, a 46,1% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym 27,6% z jednym dzieckiem, z dwojgiem dzieci 17,1% i z trojgiem dzieci 1,4%.

Tabela 29. Z iloma dziećmi przyjechały do Gdańska rodziny turystów i odwiedzających?

Ile dzieci	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
Bez dzieci	58%	69,7%	58,3%	53,9%
Z jednym dzieckiem	27,2%	15,8%	27,1%	27,6%
Z dwojgiem dzieci	14,8%	14,5%	14,6%	17,1%
Z trojgiem dzieci	-	-	-	1,4%

Źródło: Instytut Eurotest

### 8.3. Struktura ankietowanych turystów i odwiedzających wg cech demograficznych

#### Struktura płci

##### - Turyści

Spośród ankietowanych **turystów zagranicznych** 50,5% stanowiły kobiety, a 49,5% mężczyźni. Spośród **turystów krajowych** 58,3% stanowiły kobiety, a 41,7% mężczyźni.

##### - Odwiedzający

Spośród ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** 40,7% stanowiły kobiety, a 59,3% mężczyźni. Spośród **odwiedzających krajowych** 63,1% stanowiły kobiety, a 36,9% mężczyźni.

Tabela 30. Struktura płci turystów i odwiedzających

Płeć	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
<b>Kobieta</b>	50,5%	58,3%	40,7%	63,1%
<b>Mężczyzna</b>	49,5%	41,7%	59,3%	36,9%

Źródło: Instytut Eurotest

## Struktura wieku

### - Turyści

Wśród **turystów zagranicznych** najczęściej było w wieku 25-39 lat 35,1% oraz w wieku 40-55 lat 27%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 1,7%, a w wieku 19-24 lat 13,5%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 15,1%, a w wieku 68 lat i więcej 7,6%.

Wśród **turystów krajowych** najczęściej było w wieku 25-39 lat 28,6% oraz w wieku 40-55 lat 23,5%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 7,1%, a w wieku 19-24 lat 14,8%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 21,9%, a w wieku 68 lat i więcej 4,1%.

### - Odwiedzający

Wśród **odwiedzających zagranicznych** najczęściej było w wieku 40-55 lat 45,5% oraz w wieku 25-39 lat 36,3%. Młodych turystów w wieku 19-24 lat było 7,8%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 7,8%, a w wieku 68 lat i więcej 2,6%.

Wśród **odwiedzających krajowych** najczęściej było w wieku 40-55 lat 43,2% oraz w wieku 25-39 lat 40,4%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 0,9%, a w wieku 19-24 lat 9,5%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 4,3%, a w wieku 68 lat i więcej 1,7%.

Tabela 31. Struktura wieku turystów i odwiedzających

Wiek	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
15-18 lat	1,7%	7,1%	-	0,9%
19-24 lat	13,5%	14,8%	7,8%	9,5%
25-39 lat	35,1%	28,6%	36,3%	40,4%
40-55 lat	27%	23,5%	45,5%	43,2%
56-67 lat	15,1%	21,9%	7,8%	4,3%
68 i więcej lat	7,6%	4,1%	2,6%	1,7%

Źródło: Instytut Eurotest

## Status aktywności zawodowej turystów i odwiedzających

### - Turyści

Wśród **turystów zagranicznych** - pracujący stanowili 53%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 14,9%; uczniowie, studenci 9,5%; emeryci, renciści 21,5% oraz „inni” 1,1% (bezrobotny, gospodyni domowa).

Wśród **turystów krajowych** - pracujący stanowili 43,1%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 15,7%; uczniowie, studenci 18,1%; emeryci, renciści 23,1%.

### - Odwiedzający

Wśród **odwiedzających zagranicznych** - pracujący stanowili 63,4%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 20,7%; uczniowie, studenci 2,4%; emeryci, renciści 9,8% oraz „inni” 3,7% (bezrobotny, gospodyni domowa).

Wśród **odwiedzających krajowych** - pracujący stanowili 57,2%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 31,1%; uczniowie, studenci 5%; emeryci, renciści 5,9% oraz „inni” 0,8% (bezrobotny, gospodyni domowa).

Tabela 32. Status aktywności zawodowej turystów i odwiedzających

Status aktywności zawodowej	Turyści		Odwiedzający	
	Zagraniczni	Krajowi	Zagraniczni	Krajowi
Pracujący/a	53%	43,1%	63,4%	57,2%
Właściciel, współwłaściciel firmy, wolny zawód	14,9%	15,7%	20,7%	31,1%
Uczeń/ca, student/ka	9,5%	18,1%	2,4%	5%
Emeryt/ka, rencista/ka	21,5%	23,1%	9,8%	5,9%
Inny	1,1%	-	3,7%	0,8%

inni: bezrobotny, gospodyni domowa

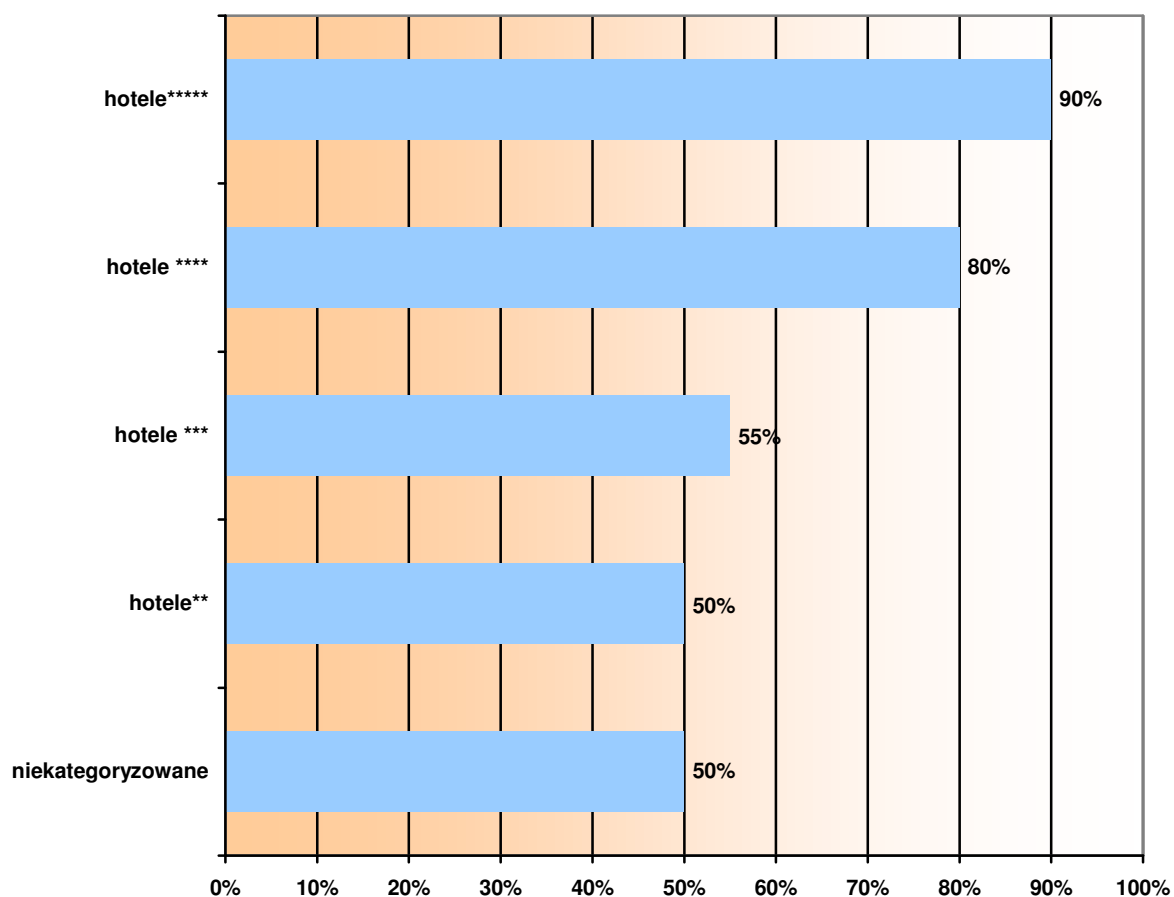
Źródło: Instytut Eurotest

## 9. Szacunkowe obłożenie obiektów noclegowych

Celem badania obiektów noclegowych w Gdańsku było pozyskanie informacji na temat obłożenia tj. wykorzystania miejsc noclegowych w okresie II kwartału 2013 r.

Szacowany wskaźnik wykorzystania miejsc w okresie II kwartału 2013 r. wynosił w obiektach nie kategoryzowanych około 50%; w hotelach \*\* 50%; w hotelach \*\*\* 55%; w hotelach \*\*\*\* 80%; w hotelach \*\*\*\*\* 90%.

Wykres 39. Szacunkowe obłożenie obiektów noclegowych w Gdańsku wg kategorii



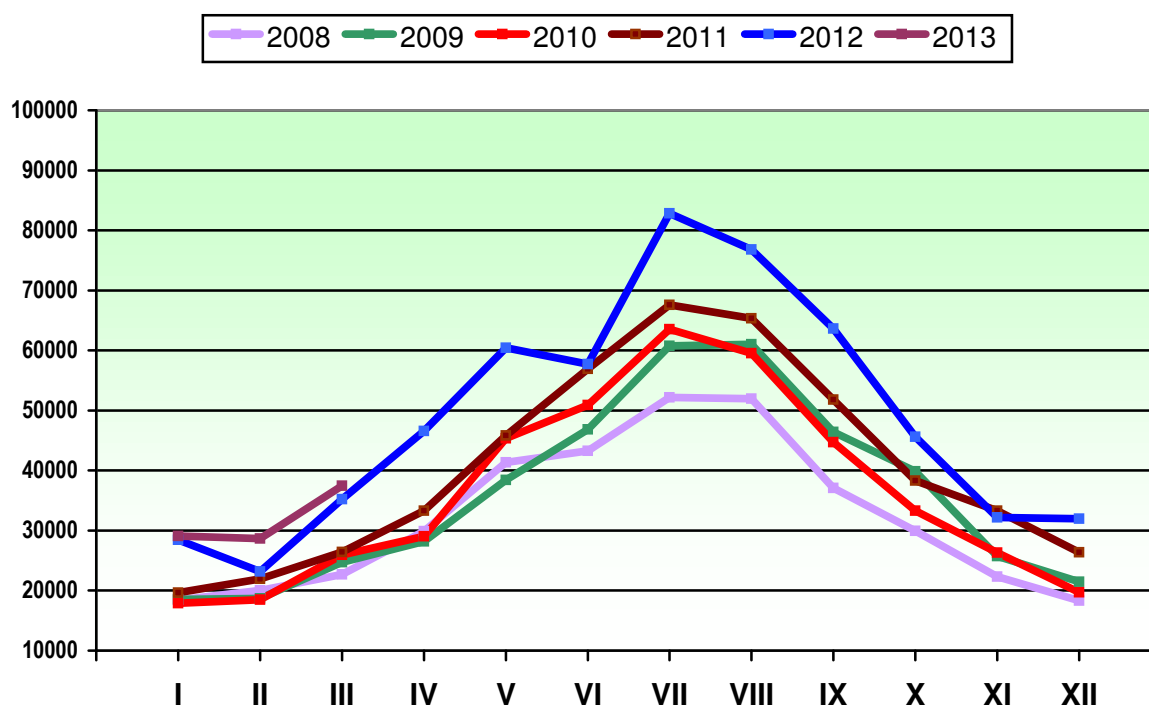
Źródło: Instytut Eurotest



## 10. Liczba turystów w Gdańsku wg miesięcy w rejestrowanej bazie noclegowej

Liczba **turystów ogółem** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie **I kw. 2013 roku\*** w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku wzrosła w styczniu o 2,2%, w lutym o 23,7% i w marcu o 6,4%.

Wykres 40. Liczba turystów ogółem w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.



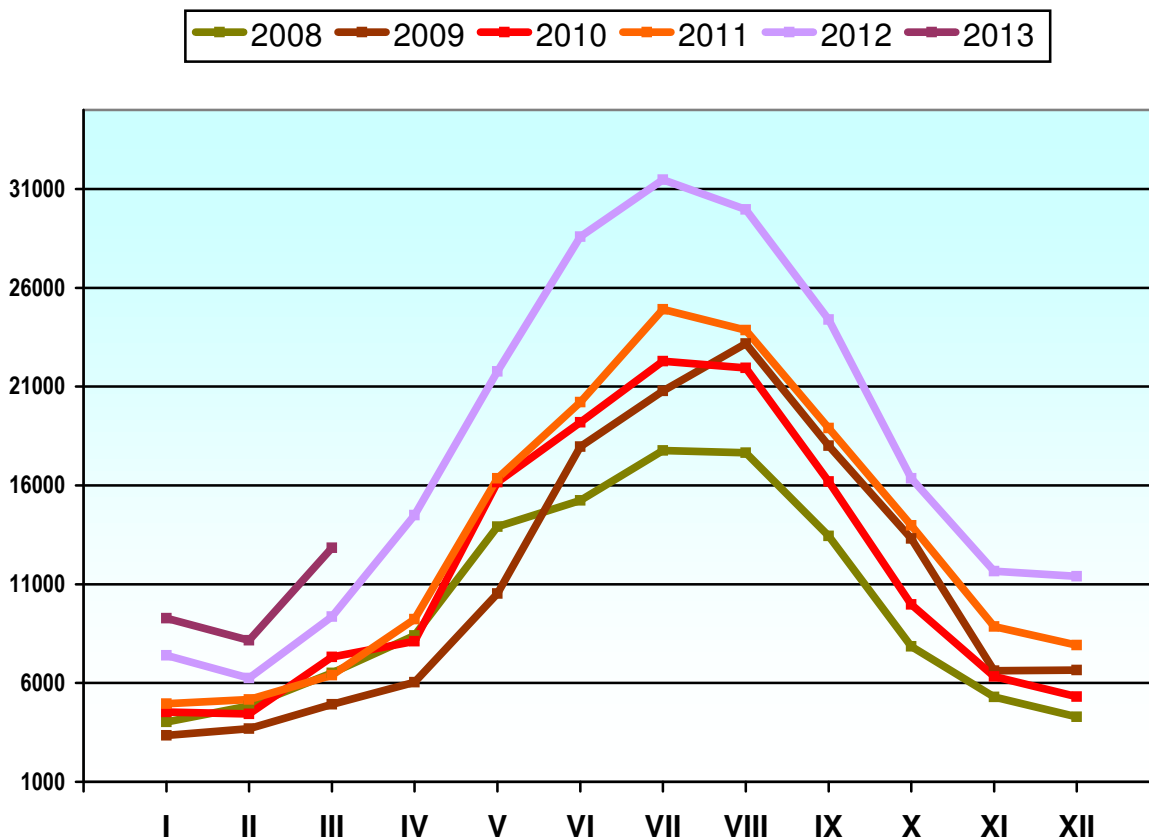
Rok	Miesiące												Razem
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
<b>2008</b>	18449	20018	22681	29900	41327	43285	52171	51854	37107	29936	22292	18309	387329
<b>2009</b>	18529	18668	24690	28166	38402	46849	60767	61025	46395	39846	25722	21479	430538
<b>2010</b>	17915	20218	25775	29040	45373	50888	63522	59541	44696	33283	26317	19702	436200
<b>2011</b>	19628	21954	26473	33289	45848	56907	67589	65347	51801	38334	33314	26371	486855
<b>2012</b>	28444	23164	35197	46577	60425	57712	82840	76828	63615	45623	32185	31949	584559
<b>2013</b>	29075	28660	37478										95213

\* liczba turystów w bieżącym roku prezentowana jest z trzy miesięcznym opóźnieniem ze względu na cykl opracowywania danych statystycznych.

Źródło: Urząd Statystyczny

Liczba **turystów zagranicznych** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie I kw. 2013 roku w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku wzrosła w styczniu o 25,4%, w lutym o 30,6% i w marcu o 37%.

Wykres 41. Liczba turystów zagranicznych w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.

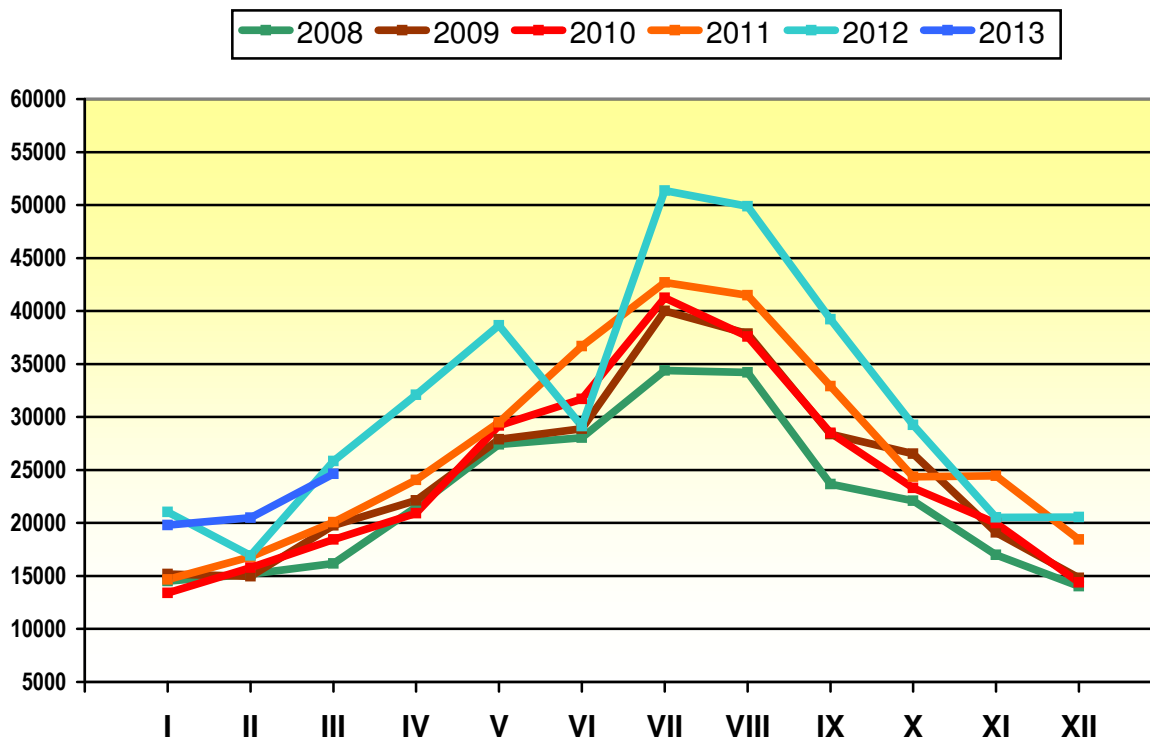


Rok	Miesiące												Razem
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
2008	4028	4840	6500	8403	13904	15244	17772	17645	13433	7856	5299	4291	119215
2009	3348	3693	4915	6031	10517	17954	20771	23172	18011	13311	6625	6653	135001
2010	4532	4442	7322	8118	16161	19186	22292	21938	16188	9980	6329	5312	141800
2011	4950	5157	6398	9230	16349	20216	24910	23853	18897	13970	8853	7916	160699
2012	7399	6247	9366	14499	21774	28591	31464	29961	24389	16357	11661	11407	213115
2012	9282	8163	12838										30283

Źródło: Urząd Statystyczny

Liczba **turystów krajowych** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie I kw. 2013 roku w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku zmniejszyła się w styczniu o 5,9%, wzrosła w lutym o 21,1% i zmniejszyła się w marcu o 4,6%.

Wykres 42. Liczba turystów krajowych w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.



Rok	Miesiące												Razem
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
<b>2008</b>	14421	15178	16181	21497	27423	28041	34399	34209	23674	22080	16993	14018	268114
<b>2009</b>	15181	14975	19775	22135	27885	28895	39996	37853	28384	26535	19096	14826	295537
<b>2010</b>	13383	15776	18453	20922	29205	31702	41230	37603	28508	23303	19988	14390	249463
<b>2011</b>	14678	16797	20075	24059	29499	36691	42679	41494	32904	24364	24461	18455	326156
<b>2012</b>	21045	16917	25831	32078	38651	29121	51376	49865	39226	29269	20524	20542	374445
<b>2013</b>	19793	20497	24640										64930

Źródło: Urząd Statystyczny

## 11. Oszacowanie liczby turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale 2013r.

W celu oszacowania liczby turystów oraz odwiedzających Gdańsk wykorzystane zostały następujące źródła informacji:

1. Dane wyjściowe GUS - liczebność turystów w Gdańsku w rejestrowanej bazie noclegowej.
2. Trend na okres bieżący na podstawie danych GUS z poprzednich 5 lat.
3. Opinie ekspertów dot. rozwoju i zmian w turystyce.
4. Dane z badania obiektów noclegowych dot. obłożenia obiektów z uwzględnieniem kategorii.
5. Dane z badania ankietowego dot. struktury miejsc zakwaterowania turystów w rejestrowanej i nie rejestrowanej bazie noclegowej.
6. Dane z badania ankietowego dot. odwiedzających.
7. Dane z badania ankietowego dot. ilości osób z którymi przyjechali turyści i odwiedzający.
8. Dane z badania ankietowego dot. ilu krotności odwiedzania Gdańska przez turystów i odwiedzających.

Oszacowana liczba **turystów** w Gdańsku wynosiła 260 tys. w tym **turystów zagranicznych** 110 tys. i **krajowych** 150 tys.

Oszacowana liczba **odwiedzających** Gdańsk wynosiła 730 tys. w tym **odwiedzających zagranicznych** 310 tys. i **krajowych** 420 tys.

Łącznie odwiedziło Gdańsk w II kwartale szacunkowo 990 tys. **turystów i odwiedzających**.

Tabela 33. Szacunkowa liczba turystów i odwiedzających Gdańsk

Przebywający w Gdańsku	Oszacowana liczba turystów i odwiedzających		
	Ogółem	Zagraniczni	Krajowi
<b>Turyści</b>	260 tys.	110 tys.	150 tys.
<b>Odwiedzający</b>	730 tys.	310 tys.	420 tys.
<b>Łącznie</b>	990 tys.	420 tys.	570 tys.

Źródło: Instytut Eurotest

## 12. Podsumowanie

### 1. Główny cel przyjazdu do Gdańska

**Turyści** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: odwiedziny rodziny, znajomych 26,8%; wypoczynek – relaks 26,2%; zwiedzanie 21,4%; interesy, biznes 10,1%; konferencja, szkolenie 8,8%; imprezy kulturalne rozrywkowe lub sportowe 2,8% (tu podawano koncert Bon Jovi); zakupy 1,8%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,3% i w „innym” celu przybyło 0,8% (komunia, wesele).

**Turyści zagraniczni** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: odwiedziny rodziny, znajomych 29,1%; wypoczynek – relaks 25,6%; zwiedzanie 19,5%; interesy, biznes 11,2%; konferencję, szkolenie 7,3%; zakupy 3,4%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 1,1%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,1% oraz „inny” cel 1,7%,

**Turyści krajowi** podawali jako główny cel przyjazdu do Gdańska: wypoczynek – relaks 26,8%; odwiedziny rodziny, znajomych 24,9%; zwiedzanie 23%; konferencję, szkolenie 10%; interesy, biznes 9,1%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 4,3%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 1,4% i w celu zakupów 0,5%.

**Odwiedzający** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: zakupy 51,8%; wypoczynek – relaks 10,6%; interesy, biznes 9,6%; zwiedzanie 8,5%; imprezy kulturalne rozrywkowe, sportowe 8% (tu podawano koncert Bon Jovi i Święto Miasta oraz Widowisko Nocy Świętojańskiej); odwiedziny rodziny, znajomych 7,5%; konferencja, szkolenie 2% i w „innym” celu przybyło 1,5% (komunia, lekarz).

**Odwiedzający zagraniczni** jako główny cel przyjazdu do Gdańska podawali: zakupy 63,6%; zwiedzanie 15,6%; wypoczynek – relaks 7,8%; interesy, biznes 7,8%; odwiedziny rodziny, znajomych 3,9% oraz „inny” cel 1,3%.

**Odwiedzający krajowi** podali jako główny cel przyjazdu do Gdańska: zakupy 44,3%; imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe 13,1%; wypoczynek – relaks 12,3%; interesy, biznes 10,7%; odwiedziny rodziny, znajomych 9,8%; zwiedzanie 4,1%; konferencję, szkolenie 3,3%; wypoczynek aktywny (np. pływanie, rower, żagle, konie) 0,8% oraz „inny” cel 1,6%.

### 2. Sposób spędzania czasu w Gdańsku

Spośród **turystów** na spacer po Gdańsku udawało się 81,7%; zwiedzało Gdańsk 73,4%; na zakupy udawało się 31,7%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych było 15% (ankietowani podawali koncert Bon Jovi oraz imprezy na Długim Targu, koncert organowy w Oliwie); na plaży było 7,9%; interesy biznes prowadziło 4,1%; wypoczywając aktywnie (pływanie, rower, żagle, konie itp.) 1,5%; na konferencji, szkoleniu było 1,3% oraz w „inny” sposób spędzało czas 1,5% (w pubie, kawiarni, na spotkaniach z przyjaciółmi i rodziną).

**Turyści zagraniczni** spędzali czas na: spacerach 77,8%; zwiedzając 74,6%; na zakupach 42,2%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 16,2%, na plaży 7%, prowadząc interesy, biznes 5,4%; wypoczywając aktywnie 1,1% (pływanie, żagle, konie itp.); na konferencji, szkoleniu 1,1% oraz w „inny” sposób 1,6%.

**Turyści krajowi** spędzali czas na: spacerach 85,2%; zwiedzając 72,2%; na zakupach 22,5%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 13,9%; na plaży 8,6%; prowadząc interesy, biznes 2,9%; wypoczywając aktywnie 1,9% (pływanie, żagle, konie itp.); na konferencji, szkoleniu 1,4% oraz w „inny” sposób 1,4%.

Spośród **odwiedzających** na zakupy udawało się 65,7%; na spacer po Gdańsku udawało się 38,6%; zwiedzało Gdańsk 25,6%; interesy, biznes prowadziło 5,8%; na plaży było 1,9%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych było 1,4% (ankietowani

podawali koncert Bon Jovi, imprezy na Długim Targu, mecz Lechii); na konferencji, szkoleniu było 0,5% oraz w „inny” sposób spędzało czas 4,3% (na spotkaniach z przyjaciółmi i rodziną).

**Odwiedzający zagraniczni** spędzali czas na: zakupach 74,7%; na spacerach 42,2% i zwiedzając 31,3%; następnie w „inny” sposób 3,6%; na plaży 2,4% i prowadząc interesy, biznes 1,2%.

**Odwiedzający krajowi** spędzali czas na: zakupach 59,7%; na spacerach 36,3% i zwiedzając 21,8%; następnie prowadząc interesy, biznes 8,9%; na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych 2,4%; w „inny” sposób 4,8%; na plaży 1,6% i na konferencji, szkoleniu 0,8%.

### 3. Ocena czystości i jakości plaż w Gdańsku

**Turyści** korzystający z plaż w Gdańsku ocenili jakość i czystość plaż na 4,8 punktu, a **odwiedzający** na 5,0 punktów. **Turyści zagraniczni** ocenili jakość i czystość plaż w Gdańsku na 4,5 punktu, a **krajowi** na 4,9 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość i czystość plaż w Gdańsku na 5,0 punktów i **krajowi** na 5,0 punktów.

Nie podawano uwag dot. „plażowania” - z plaż ze względu na pogodę korzystało w okresie II kwartału mało osób i to przez krótki okres czasu.

### 4. Ocena możliwości robienia zakupów w Gdańsku

**Turyści** dokonujący zakupów w Gdańsku ocenili możliwość robienia zakupów na 5,0 punktów, a **odwiedzający** na 5,2 punktu. **Turyści zagraniczni** ocenili możliwość robienia zakupów w Gdańsku na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili możliwość robienia zakupów w Gdańsku na 5,4 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów.

Nie podawano przez ankietowanych uwag dot. dokonywania zakupów w Gdańsku.

### 5. Ocena oferty i jakości imprez kulturalnych, rozrywkowych, sportowych

**Turyści** którzy byli na imprezach kulturalnych, rozrywkowych, sportowych ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,0 punktów oraz **odwiedzający** na 5,0 punktów. **Turyści zagraniczni** ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,2 punktu, a **krajowi** na 4,9 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili ofertę kulturalną, rozrywkową, sportową w Gdańsku na 5,0 punktów, a **krajowi** na 5,0 punktów.

Ankietowani nie zgłaszali uwag dotyczących oferty i jakości imprez w Gdańsku.

### 6. Zwiedzane obiekty w Gdańsku

Najczęściej zwiedzanym miejscem w Gdańsku przez **turystów** 72,9%, jak i **odwiedzających** 25,4% jest Głównie Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka zwiedzana przez 57,4% turystów i 12,6% odwiedzających; na trzecim miejscu wśród zwiedzanych obiektów przez turystów jest Dwór Artusa 39,3%, a wśród odwiedzających ul. Mariacka 12,6% (ex aequo drugim); na czwartym miejscu wśród turystów jest Ratusz Głównego Miasta 38,8%, a wśród odwiedzających ZOO 11,6%; na piątym miejscu wśród turystów jest ul. Mariacka 33,8%, a wśród odwiedzających Żuraw 10,1%; na szóstym miejscu wśród turystów jest Żuraw 30,1%, a wśród odwiedzających jest Ratusz Głównego Miasta 8,2%; na siódmym miejscu wśród turystów jest Katedra w Oliwie 23,6%, a wśród odwiedzających Dwór Artusa 7,7%; na ósmym miejscu wśród turystów jest Stadion PGE Arena 22,3%, a wśród odwiedzających Dom Uphagena 4,3%; na dziewiątym miejscu wśród turystów jest Statek Soldek 17,5%, a wśród odwiedzających Stadion PGE Arena 3,9%;

na dziesiątym miejscu wśród turystów jest Westerplatte 17%, a wśród odwiedzających Muzeum Bursztynu 2,9%.

Najczęściej zwiedzanym miejscem w Gdańsku przez **turystów zagranicznych** 74,2% i **krajowych** 71,1% jest Główne Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka zwiedzana przez 59,5% turystów zagranicznych i 55,5% krajowych; na trzecim miejscu wśród zwiedzanych obiektów przez turystów zagranicznych jest Ratusz Głównego Miasta 39,8%, a wśród krajowych jest Dwór Artusa 41,1%; na czwartym miejscu wśród turystów zagranicznych jest Dwór Artusa 37,3%, a wśród krajowych jest Ratusz Głównego Miasta 38,3%; na piątym miejscu wśród turystów zagranicznych jest Żuraw 34,6%, a wśród krajowych ul. Mariacka 34,4%. Nie zwiedza 25,4% turystów zagranicznych i 27,8% krajowych.

**Nie zwiedza** miasta 26,6% turystów, którzy powiedzieli że nie zwiedzają z następujących powodów: inny cel pobytu; celem są interesy; wyjazd służbowy; nie lubię zwiedzać; zwiedzałem poprzednio.

Najczęściej zwiedzanym miejscem w Gdańsku przez **odwiedzających zagranicznych** 31% i **krajowych** 21% jest Główne Miasto „Starówka”; na drugim miejscu jest Bazylika Mariacka wśród odwiedzających zagranicznych 19,3%, a wśród krajowych ZOO 17,7%; na trzecim miejscu wśród odwiedzających zagranicznych 16,9% i wśród krajowych 9,7% jest ul. Mariacka; na czwartym miejscu wśród odwiedzających zagranicznych jest Ratusz Głównego Miasta 13,3%, a wśród krajowych jest Żuraw 8,9%; na piątym miejscu wśród odwiedzających zagranicznych jest Żuraw 12%, a wśród krajowych jest Bazylika Mariacka 8,1%. Nie zwiedza 68,7% odwiedzających zagranicznych i 78,2% odwiedzających krajowych.

Wśród odwiedzających **nie zwiedza** miasta 74,4%, którzy powiedzieli że nie zwiedzają z następujących powodów: inny cel przyjazdu; celem są zakupy; brak czasu; znam miasto; przyjazd na spotkanie rodzinne, przyjazd na imprezę.

### **Czas poświęcony na zwiedzanie**

**Turyści** na zwiedzanie poświęcili 39% czasu pobytu tj. średnio 1,7 dnia<sup>2</sup>; w tym turyści zagraniczni 37% czasu pobytu tj. średnio 1,8 dnia i turyści krajowi 40% tj. średnio 1,6 dnia. **Odwiedzający** na zwiedzanie miasta poświęcili 36% czasu pobytu tj. 2,4 godziny, w tym odwiedzający zagraniczni 38% tj. 2,9 godz. i krajowi 35% tj. 2,2 godz.

### **7. Korzystający z punktów Informacji Turystycznej**

Z punktów Informacji Turystycznej w Gdańsku skorzystało 22,5% **turystów** i 2,9% **odwiedzających**.

### **8. Ocena jakości udzielonej informacji turystycznej**

Korzystający z informacji turystycznej **turyści** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 5,4 punktu, a **odwiedzający** na 4,8 punktu. Zgłoszone przez 1,3% ankietowanych uwagi dotyczyły jedynie za małej ilości informacji w języku rosyjskim.

**Turyści zagraniczni** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 5,5 punktu, a **krajowi** na 5,3 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku na 4,5 punktu, a **krajowi** na 5,8 punktu.

---

<sup>2</sup> - średni czas pobytu turystów w Gdańsku wynosił 4,4 dnia a odwiedzających 6,9 godzin

## 9. Korzystający z gastronomii

Z gastronomii w Gdańsku skorzystało 88,1% **turystów**, z tego 94% turystów zagranicznych i 84,1% krajowych oraz 73,9% **odwiedzających**, z tego 81,9% odwiedzających zagranicznych i 69,1% krajowych.

## 10. Ocena jakości usług gastronomicznych

Korzystający z gastronomii w Gdańsku **turyści** ocenili jakość usług gastronomicznych na 4,8 punktu a **odwiedzający** na 4,7 punktu.

**Turyści zagraniczni** ocenili jakość usług gastronomicznych na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,6 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili jakość usług gastronomicznych na 5,0 punktów, a **krajowi** na ocenę 4,5 punktu.

Zgłoszone przez 4,6% ankietowanych uwagi dotyczące jakości usług gastronomicznych były następujące:

- w restauracji – za drogo i za tłuste potrawy;
- w kawiarni – za drogo i niski poziom obsługi;
- w barze – za drogo.

## 11. Miejsce zakwaterowania turystów

Największa część turystów zakwaterowana była w hotelu 39,9% i u rodziny, znajomych 32,3%; następnie w hostelu 7,9%; w pensjonacie 7,1%; na kwaterze prywatnej 6,6%; w schronisku młodzieżowym 3,1%; w ośrodku wczasowym 1,3%; na campingu lub w namiocie 0,5%; w apartamencie 0,5% i w „innym” miejscu 0,8% (akademik, jacht, statek, szkoła). Wśród **turystów zagranicznych** największa część zakwaterowana była w hotelu 53,3% i u rodziny, znajomych 32,8%; następnie w hostelu 7,2%; na kwaterze prywatnej 2,8%; w pensjonacie 2,2%; w apartamencie 1,1% i w „innym” miejscu 0,6% (akademik, jacht). Wśród **turystów krajowych** największa część zakwaterowana była u rodziny, znajomych 31,7% i w hotelu 27,9%; następnie w pensjonacie 11,4%; w hostelu 8,5%; w schronisku młodzieżowym 6%; w ośrodku wczasowym 2,5%; na campingu lub w namiocie 1% oraz w „innym” miejscu 1% (akademik, szkoła).

## 12. Ocena jakości usług noclegowych

Przebywający w Gdańsku turyści ogółem ocenili jakość usług noclegowych w Gdańsku na 4,9 punktu, **turyści zagraniczni** przyznali 5,1 punktu, a **turyści krajowi** 4,7 punktu. Zgłoszone przez 1,2% ankietowanych turystów krajowych uwagi dotyczyły za wysokich cen w hotelach.

## 13. Czas pobytu w Gdańsku

Ankietowani **turyści** zatrzymali się w Gdańsku średnio na około 4,4 dnia. Średni czas pobytu **turystów zagranicznych** wyniósł 4,9 dnia, a **turystów krajowych** 3,9 dnia.

Średnia ilość noclegów turystów ogółem w Gdańsku wyniosła 3,5 noclegu. Średnia ilość noclegów **turystów zagranicznych** wyniosła 4 noclegi, a **turystów krajowych** 3,1 noclegu. **Odwiedzający** przebyli do Gdańsku średnio na około 6,9 godzin. Średni czas pobytu **odwiedzających zagranicznych** w Gdańsku wyniósł 7,7 godzin, a **odwiedzających krajowych** 6,3 godzin.



#### 14. Czym poruszają się po Gdańsku?

Samochodem osobowym poruszało się po Gdańsku 38,3% **turystów** i 66,7% **odwiedzających**; komunikacją miejską 38,6% turystów i 14,5% odwiedzających; autokarem wycieczkowym 15,5% turystów i 5,3% odwiedzających; SKM 4,3% turystów i 1,9% odwiedzających; rowerem 0,8% turystów i 0,5% odwiedzających; motorem 1,9% odwiedzających; pieszo 15,5% turystów i 17,9% odwiedzających; jako „inne” środki lokomocji podawano taxi: 6,1% turystów i 1,9% odwiedzających. **Turyści zagraniczni** najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 38,4% i komunikacją miejską 34,6%. **Turyści krajowi** najczęściej poruszali się w Gdańsku komunikacją miejską 42,1% i samochodem osobowym 38,3%. **Odwiedzający zagraniczni** najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 71,1% i autokarem wycieczkowym 13,3%. **Odwiedzający krajowi** najczęściej poruszali się po Gdańsku samochodem osobowym 63,7% i komunikacją miejską 19,4%.

#### 15. Ocena jakości dróg i możliwości poruszania się po mieście

**Turyści** poruszający się po Gdańsku samochodem ocenili stan dróg i możliwość poruszania się samochodem osobowym na 4,2 punktu i podobnie **odwiedzający** na 4,2 punktu. **Turyści zagraniczni** ocenili stan dróg i możliwość poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym na 4,3 punktu, a **krajowi** na 4,1 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili stan dróg i możliwość poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym na 4,3 punktu, a **krajowi** na 4,0 punktu.

Jako mankamenty poruszania się po Gdańsku samochodem osobowym podawano przez 12% ankietowanych duże korki i za mało parkingów w centrum.

#### 16. Ocena komunikacji miejskiej

**Turyści** poruszający się komunikacją miejską po Gdańsku ocenili komunikację miejską na 5,1 punktu i podobnie **odwiedzający** na 5,1 punktu. **Turyści zagraniczni** ocenili komunikację miejską w Gdańsku na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili komunikację miejską w Gdańsku na 4,9 punktu, a **krajowi** na 5,2 punktu. Nie zgłaszano przez ankietowanych mankamentów komunikacji miejskiej w Gdańsku poza „za wysoką ceną biletów” przez 1,5% ankietowanych.

#### 17. Szacunkowe wydatki turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale

Ankietowani **turyści** podczas pobytu w Gdańsku w II kwartale wydali szacunkowo średnio na osobę 866 zł; **turyści zagraniczni** wydali 1136 zł na osobę, a **turyści krajowi** 660 zł na osobę. Ankietowani **odwiedzający** podczas pobytu w Gdańsku w II kwartale wydali szacunkowo średnio na osobę 240 zł; **odwiedzający zagraniczni** wydali 310 zł na osobę, a **odwiedzający krajowi** 199 zł na osobę.

#### Wolumen wydatków turystów i odwiedzających

**Turyści** podczas pobytu w Gdańsku wydali szacunkowo 225 mln zł; w tym 125 mln zł **turyści zagraniczni** i 100 mln zł **turyści krajowi**. **Odwiedzający** podczas pobytu w Gdańsku wydali szacunkowo 179 mln zł; w tym 96 mln zł **odwiedzający zagraniczni** i 83 mln zł **odwiedzający krajowi**.

Łączne wydatki **turystów i odwiedzających** w Gdańsku w II kw. 2013 r. wyniosły szacunkowo 404 mln zł.

## Struktura wydatków

**Turyści** najczęściej wydali w Gdańsku na zakwaterowanie szacunkowo 32% wydatków i na zakupy około 31%; następnie na wyżywienie około 25%; na rozrywkę około 8% i na transport około 4%. Inne wydatki nie stanowiły istotnych wielkości w strukturze wydatków turystów. **Odwiedzający** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 78% wydatków; następnie na wyżywienie około 18%; na rozrywkę około 2%; na transport około 2%. Inne wydatki nie stanowiły istotnych wielkości w strukturze wydatków odwiedzających.

**Turyści zagraniczni** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 35% wydatków oraz na zakwaterowanie około 33%; następnie na wyżywienie około 22%; rozrywkę około 7% i na transport około 3%. **Turyści krajowi** najczęściej wydali w Gdańsku na zakwaterowanie szacunkowo 31% wydatków; na wyżywienie około 28%; następnie na zakupy 25%; na rozrywkę około 11% i na transport około 5%. **Odwiedzający zagraniczni** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 79% wydatków; następnie na wyżywienie około 19%; na transport około 1% i na rozrywkę około 1%. **Odwiedzający krajowi** najczęściej wydali w Gdańsku na zakupy szacunkowo 77% wydatków; następnie na wyżywienie około 16%; na rozrywkę około 4% oraz na transport około 3%.

## 18. Ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających

Przebywający w Gdańsku **turyści** ocenili przygotowanie miasta na 5,0 punktów, tak jak i **odwiedzający** na 5,0 punktów. Ankietowani nie zgłaszali uwag dotyczących przygotowania miasta na przyjęcie turystów i odwiedzających. **Turyści zagraniczni** ocenili przygotowanie miasta na 5,1 punktu, a **krajowi** na 5,0 punktów. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili przygotowanie miasta na 5,1 punktu, a **krajowi** na ocenę 4,9 punktu.

## 19. Ocena poczucia bezpieczeństwa przez turystów i odwiedzających

Przebywający w Gdańsku **turyści** ocenili poczucie własnego bezpieczeństwa na 5,5 punktu a **odwiedzający** na 5,4 punktu. Turyści zagraniczni jak i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni jak i krajowi ocenili poczucie bezpieczeństwa na podobnym poziomie tj. 5,5 i 5,4 punktu. Ankietowani nie zgłaszali przypadków zagrożenia własnego bezpieczeństwa.

## 20. Ocena atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast w Polsce

W ocenie **turystów** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 47%; niż Sopot 39,1%, a także „lepiej”, niż Warszawa 47,2% oraz „lepiej”, niż Wrocław 27% i niż Poznań 25,2%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 25,4% a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 13,6% i „gorzej” przez 8% turystów. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 68,1%, a najmniej dotyczyły Sopotu 30,3% i Gdyni 37,3%.

W ocenie **turystów zagranicznych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 45,9%; niż Sopot 37,2%, a także „lepiej”, niż Warszawa 24,2% oraz „lepiej” niż Kraków 9,3%; niż Wrocław 13,1% i niż Poznań 13,7%. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem” czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 84,2% i Wrocławia 83,6%, a najmniej dotyczyły Sopotu 33,2% i Gdyni 40,4%.

W ocenie **turystów krajowych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 48,1%; niż Sopot 40,2%, a „lepiej” niż Warszawa 67,4% oraz „lepiej” niż Wrocław 39,3% i niż Poznań 35,4%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 41,3%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 17,5% i „gorzej” przez 11,2% turystów krajowych. Najwięcej

odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 53,9%, a najmniej dotyczyły Warszawy 18%; Sopotu 28,2% i Krakowa 30%.

W ocenie **odwiedzających** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 36,2%; niż Sopot 42,5%, a także „lepiej” niż Warszawa 39,1% oraz „lepiej” niż Wrocław 17,5% i niż Poznań 24,4%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 15,9%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 9,7% i „gorzej” przez 15,5% odwiedzających. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 69,8% i Wrocławia 68,4%, a najmniej dotyczyły Sopotu 29,5% i Gdyni 32,9%.

W ocenie **odwiedzających zagranicznych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 10,8%; niż Sopot 16,9% i „lepiej” niż Warszawa przez 12% oraz „lepiej” niż Kraków przez 4,8%. Znaczna część ankietowanych **97,6% nie znała Wrocławia i Poznania**.

W ocenie **odwiedzających krajowych** Gdańsk został oceniony „lepiej” niż Gdynia przez 53,2%; niż Sopot 59,7%, a „lepiej” niż Warszawa 57,3% oraz „lepiej” niż Wrocław 28,2% i niż Poznań 39,8%. Jedynie w konfrontacji z Krakowem atrakcyjność turystyczna Gdańska została przez większą część badanych oceniona „tak samo” 25%, a „lepiej” od Krakowa został oceniony Gdańsk przez 12,9% i „gorzej” przez 24,2% odwiedzających krajowych. Najwięcej odpowiedzi „nie wiem”, czyli ankietowani nie znali miasta dotyczyły Poznania 51,3%, a najmniej dotyczyły Sopotu 8,1% i Gdyni 9,7%.

## 21. Co zachęciło turystów i odwiedzających Gdańsk do przyjazdu poza sezonem letnim?

Do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim największą część **turystów** zachęciło zwiedzanie 34,8% i odwiedziny rodziny, znajomych 31,5%; następnie konferencja, szkolenie 8,6%; interesy, biznes 7,9%; promocyjne ceny noclegów 6,6% (tu podawano średnio o 45%); zakupy 6,1% (tu podawano promocyjne ceny średnio o 40%); rozrywka, koncert 3,8% (podano koncert Bon Jovi); promocyjne ceny w restauracjach 2% (tu podawano średnio o 45%); wydarzenia kulturalne 1,8% (tu wymieniano Gdański Festiwal Muzyczny, Święto Miasta); oferta SPA odnowy biologicznej 0,8%; wydarzenia sportowe 0,3% (nie podano jakie) oraz „inne” 14% (podano: tańsza wycieczka; urlop; długi weekend; nie ma tłumów; opowiadanie znajomych kibiców o Euro 2012 w Gdańsku; spacer nad morzem; kluby).

Największą część ankietowanych **turystów zagranicznych** do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zachęciło: zwiedzanie 36,2% i odwiedziny rodziny 34,1%; następnie zakupy 9,7%; interesy biznes 9,7%; konferencja, szkolenie 7%; promocyjne ceny noclegów 3,8%; wydarzenia kulturalne 2,2%; rozrywka, koncert 1,6%; oferta SPA, odnowy biologicznej 1,1% oraz „inne” 9,7%.

Największą część **turystów krajowych** do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zachęciło zwiedzanie 33,5% i odwiedziny rodziny, znajomych 29,2%; następnie konferencja, szkolenie, 10%; promocyjne ceny noclegów 9,1%; interesy biznes 6,2%; rozrywka, koncert 5,7%; promocyjne ceny w restauracjach 3,8%; zakupy 2,9%; wydarzenia kulturalne 1,4%; wydarzenia sportowe 0,5%; oferta SPA, odnowa biologiczna 0,5% oraz „inne” 17,7%.

Największą część **odwiedzających** zachęciły do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim zakupy 51,2% (tu podawano promocyjne ceny średnio o 40%); odwiedziny rodziny, znajomych 16,4%; zwiedzanie 15%; interesy biznes 10,6%; rozrywka, koncert 2,4%; wydarzenia sportowe 1,4% (tu podawano mecz Lechii); wydarzenia kulturalne 1,4% (tu podawano Juwenalia); konferencja, szkolenie 1,4%; promocyjne ceny w restauracjach 0,5% (tu podawano średnio o 45%); „inne” 18,4% (podano: wycieczka do ZOO z dziećmi; wycieczka szkolna; zabawa; dyskoteka; sprawy urzędowe).

Największą część **odwiedzających zagranicznych** zachęciło do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim: zakupy 59% i zwiedzanie 16,9%; następnie interesy, biznes 7,2%; odwiedziny rodziny, znajomych 7,2% oraz „inne” 13,3%.

Największą część **odwiedzających krajowych** zachęciło do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim: zakupy 46% i odwiedziny rodziny, znajomych 22,6%; następnie zwiedzanie 13,7%; interesy, biznes 12,9%; rozrywka, koncert 4%; wydarzenia sportowe 2,4%; wydarzenia kulturalne 2,4%; konferencja, szkolenie 2,4%; promocyjne ceny w restauracjach 0,8% oraz „inne” 21,8%.

## 22. Czy turyści i odwiedzający poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom?

Zdecydowana większość **turystów i odwiedzających** poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom. Opinie ankietowanych rozłożyły się bardzo podobnie. Spośród **turystów** - Gdańsk poleciliby 98,4% ankietowanych; w tym odpowiedzi „tak” było 87,7% i odpowiedzi „raczej tak” 10,7%. Nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom 1,1% **turystów**; w tym odpowiedzi „nie” było 0,8% i odpowiedzi „raczej nie” 0,3%; nie miało zdania 0,5% ankietowanych. Spośród **odwiedzających** - Gdańsk poleciliby 98,5% ankietowanych; w tym odpowiedzi „tak” było 87,7% i odpowiedzi „raczej tak” 10,8%. Nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom 0,5% odwiedzających w tym odpowiedzi „raczej nie” było 0,5%; nie miało zdania 1% ankietowanych. Opinie turystów zagranicznych jak i krajowych oraz odwiedzających zagranicznych jak i krajowych były na podobnym poziomie.

### Atuty i mankamenty

Ankietowanym którzy poleciliby Gdańsk swoim przyjaciołom zadano pytanie dlaczego poleciliby Gdańsk – **co jest atutem Gdańska**. Było to pytanie otwarte i ankietowani udzielili następujących spontanicznych odpowiedzi: piękna „Starówka”; piękne miasto; morze i plaża; zabytki; dużo dobrych sklepów; historia miasta; piękna architektura; ciekawe miasto; mili ludzie; niskie ceny w sklepach; ZOO; atmosfera miasta; dużo atrakcji; blisko Rosji; dobre restauracje.

Natomiast ci, którzy nie poleciliby Gdańska swoim przyjaciołom podawali następujące **mankamenty**: zimno; wysokie ceny; mało parkingów w centrum; brak stojaków na rowery.

## 23. Częstotliwość odwiedzania Gdańska

Najwięcej **turystów** było w Gdańsku pierwszy raz 28,9%. Raz na kilka lat lub rzadziej bywa w Gdańsku 27% turystów. Raz na rok bywa w Gdańsku 21% turystów; raz na pół roku 12,8%; raz na trzy miesiące 4,5%; raz na dwa miesiące 1,8%; raz w miesiącu 2,4%; co dwa tygodnie 1,6%. Najwięcej **turystów zagranicznych** 21,9% jak i **krajowych** 31,4% bywa w Gdańsku raz na kilka lat lub rzadziej. Pierwszy raz było w Gdańsku 36% turystów zagranicznych i 22,7% turystów krajowych.

Najwięcej **odwiedzających** bywa w Gdańsku raz w miesiącu 22,3%. Raz na kilka lat lub rzadziej bywa w Gdańsku 9,9% odwiedzających. Raz na rok bywa w Gdańsku 7,9% odwiedzających; raz na pół roku również 7,9%; raz na trzy miesiące 15,8%; raz na dwa miesiące 14,9%; co dwa tygodnie 6,9%; co tydzień 2%; co cztery-sześć dni 1,5%; co dwa-trzy dni 0,5%. Pierwszy raz było w Gdańsku 10,4% odwiedzających. Najwięcej **odwiedzających zagranicznych** bywa w Gdańsku raz na dwa miesiące 21,7% ,a **krajowych** najczęściej bywa raz w miesiącu 23,5%. Pierwszy raz było w Gdańsku 24,1% odwiedzających zagranicznych i 0,8% krajowych.

## 24. Promocja i informacja o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania turystów i odwiedzających

Promocję lub informację o Gdańsku spotkało w swoim miejscu zamieszkania 57,8% **turystów**; z tego 55,5% **turystów zagranicznych** i 59,5% **krajowych**.

Wśród **odwiedzających** promocję lub informację o Gdańsku spotkało w swoim miejscu zamieszkania 55,1%; z tego 74,2% **odwiedzających zagranicznych** i 41,9% **krajowych**.

### **Źródło informacji o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania**

Najlepszym źródłem informacji wśród **turystów zagranicznych** 48,5% i **krajowych** 57,3% był internet. Poza tym turyści **zagraniczni** dowiadywali się o Gdańsku w biurze turystycznym 24,8%; z prasy 14,9%; z radia 3%; z TV 10,9%; billboardów 9,9%; na targach turystycznych 1,6%; od znajomych, rodziny 19,8% oraz z „innych” źródeł 5% (tu podawano Euro 2012). **Turyści krajowi** dowiadywali się poza tym o Gdańsku w biurze turystycznym 13,7%; z prasy 34,7%; z radia 15%; z TV 9,7%; z billboardów 5,6%; na imprezie rozrywkowej; sportowej 1,6%; od znajomych, rodziny 33,9% oraz z „innych” źródeł 7,3% (tu podawano szkołę, Uniwersytet Trzeciego Wieku).

Najlepszym źródłem informacji wśród **odwiedzających zagranicznych** 51,4% i **krajowych** 65,4% był internet. Poza tym odwiedzający zagraniczni dowiadywali się o Gdańsku w biurze turystycznym 4,8%; z prasy 6,5%; z radia 4%; z TV 6,5%; billboardów 30,6%; od znajomych, rodziny 22,6%. Odwiedzający krajowi dowiadywali się poza tym o Gdańsku: z prasy 21,2%; z radia 7,7%; z TV 3,8%; z billboardów 7,7% i od znajomych, rodziny 61,5%.

## **25. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego**

Spośród odwiedzających 20% zakwaterowanych było poza Gdańskiem na obszarze województwa pomorskiego, w tym **odwiedzających zagranicznych** było 24,1%, a spośród **odwiedzających krajowych** 17,4%.

### **Struktura zakwaterowania w obiektach noclegowych**

**Odwiedzający** korzystający z zakwaterowania poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego – zakwaterowani byli w: hotelu 28,2%; na kwaterze prywatnej 25,6%; w apartamencie 5,2% i u rodziny, znajomych 41%. **Odwiedzający zagraniczni** zakwaterowani byli w: hotelu 52,7%; na kwaterze prywatnej 15,8%; w apartamencie 10,5% i u rodziny, znajomych 21%. **Odwiedzający krajowi** zakwaterowani byli w: hotelu 5%; na kwaterze prywatnej 35% i u rodziny, znajomych 60%. Największa liczba odwiedzających zakwaterowana poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego zakwaterowana była w: Gdyni i w Sopocie; następnie w Pruszczu Gdańskim; Władysławowie; Tczewie; Rumi; Helu; Chłapowie; Mauszu; Bytowie; Słupsku.

## **26. Odwiedzający – zakwaterowani poza Gdańskiem na obszarze metropolitalnym**

Spośród **odwiedzających**, a zakwaterowanych poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego - **97,5%** zakwaterowanych było na obszarze metropolitalnym obejmującym powiaty: kartuski; gdański; pucki; tczewski; wejherowski; Gdynię i Sopot; w tym **odwiedzających zagranicznych** byli wszyscy (100%) zakwaterowani na obszarze metropolitalnym, a **odwiedzających krajowych** zakwaterowanych na obszarze metropolitalnym było 95,2%.

## **27. Zwiedzane przez turystów inne miejscowości województwa pomorskiego**

Spośród ankietowanych **turystów** 38,7% zwiedzało inne miejscowości województwa pomorskiego; w tym 40,8% **turystów zagranicznych** i 36,9% **turystów krajowych**.

Turyści udawali się najczęściej do następujących miejscowości na terenie województwa pomorskiego:

- Sopotu;
- Gdyni;
- Malborka;

następnie na Hel; do Łeby; Pelplina; Słupska; Stutthofu; Żukowa; Łapina i Szymbarka.

### **Częstotliwość wyjazdów**

Spośród tych turystów, którzy wyjeżdżali z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości – najczęściej było wyjeżdżających jeden raz 57,9% oraz dwa razy 32,3%; trzy razy wyjeżdżało 5,3% turystów, a cztery razy i więcej 4,5% turystów.

Jeden raz wyjeżdżało z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości 48,4% **turystów zagranicznych** i 66,2% **turystów krajowych**; dwa razy wyjeżdżało 35,5% turystów zagranicznych i 29,6% turystów krajowych; trzy razy wyjeżdżało 11,3% turystów zagranicznych; cztery razy i częściej wyjeżdżało 4,8% turystów zagranicznych i 4,2% turystów krajowych.

### **Wydatki turystów podczas wyjazdów**

Szacunkowo **turyści** wydali średnio podczas pobytu poza Gdańskiem 158 zł. **Turyści zagraniczni** wydali 210 zł, a **turyści krajowi** 115 zł (niezależnie od liczby wyjazdów).

## **28. Sposób organizacji przyjazdu do Gdańska**

Spośród **turystów** 81,4% przyjechało do Gdańska samodzielnie, a 18,6% zorganizowaną grupą (przez biuro turystyczne, szkołę, uczelnię, firmę). Spośród **turystów zagranicznych** 81% przyjechało samodzielnie, a zorganizowaną grupą 19%. Spośród **turystów krajowych** 81,7% przyjechało samodzielnie, a 18,3% zorganizowaną grupą.

Spośród **odwiedzających** 95,7% przyjechało do Gdańska samodzielnie, a 4,3% zorganizowaną grupą (przez biuro turystyczne, szkołę, uczelnię, firmę). Spośród **odwiedzających zagranicznych** 89,2% przyjechało samodzielnie, a zorganizowaną grupą 10,8%. Spośród ankietowanych **odwiedzających krajowych** wszyscy (100%) przyjechali samodzielnie.

### **Liczebność grup turystów i odwiedzających**

Zorganizowana grupa **turystów** liczyła średnio 24 osoby, w tym **turystów zagranicznych** 24,3 osoby i **turystów krajowych** 23,7 osoby. Liczba **turystów** przyjeżdżających samodzielnie wynosiła średnio 2,5 osoby, w tym **turystów zagranicznych** 2,6 osoby, a **turystów krajowych** 2,4 osoby.

Zorganizowana grupa **odwiedzających** liczyła średnio 27,6 osoby; w tym **odwiedzających zagranicznych** 27,6 osoby; nie było ankietowanych zorganizowanych grup **odwiedzających krajowych**. Liczba **odwiedzających** przyjeżdżających samodzielnie wynosiła średnio 2,1 osoby; w tym **odwiedzających zagranicznych** 2,3 osoby, a **odwiedzających krajowych** 1,9 osoby.

## **29. Czym turyści przyjechali do Gdańska i ocena warunków dojazdu?**

Najwięcej ankietowanych **turystów** przyjechało do Gdańska samochodem osobowym 30% oraz samolotem 29,3%; następnie pociągiem 21%; autokarem, autobusem 17,6%; statkiem, promem 1,1%, żaglówką, łodzią 1%. Najwięcej ankietowanych **turystów zagranicznych** przybyło do Gdańska samolotem 57,1%; następnie samochodem osobowym 22,9%; autokarem, autobusem 15,2%; pociągiem 1,6%; statkiem, promem 1,6% oraz żaglówką, łodzią 1,6%. Najwięcej ankietowanych **turystów krajowych** przybyło do Gdańska

pociągiem 38,3% i samochodem osobowym 36,4%; następnie autokarem; autobusem 19,6%; samolotem 5,3% i żaglówką, łodzią 0,5%.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 68,8%; następnie autokarem, autobusem 14,1%; pociągiem 7,3%; samolotem 5,4%; motorem 3,4%; statkiem, promem 0,5% i rowerem 0,5%. Najwięcej ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 65,8%; następnie autokarem, autobusem 17,1%; samolotem 11%; motorem 3,7%; statkiem, promem 1,2% oraz pociągiem 1,2%. Najwięcej ankietowanych **odwiedzających krajowych** przybyło do Gdańska samochodem osobowym 70,2%; następnie autokarem, autobusem 12,2%; pociągiem 11,4%; motorem 3,3%; samolotem 1,6% i rowerem 0,8%.

### **Ocena warunków dojazdu**

**Turyści** ocenili warunki dojazdu do Gdańska na 4,7 punktu a **odwiedzający** na ocenę 4,9 punktu. **Turyści zagraniczni** ocenili warunki dojazdu do Gdańska średnio na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,5 punktu. **Odwiedzający zagraniczni** ocenili warunki dojazdu do Gdańska średnio na 5,0 punktów, a **krajowi** na 4,8 punktu.

Ankietowani którzy dojeżdżali do Gdańska pociągiem zgłaszali uwagi dotyczące „za długo trwającej podróży” (2,4% ankietowanych); ankietowani podróżujący samochodem zgłaszali uwagi dotyczące „utrudnień z powodów remontów dróg” (4,2% ankietowanych).

### **30. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający?**

Wśród ankietowanych **turystów** 53% było **krajowych**, a **zagranicznych** 47% . Wśród ankietowanych **odwiedzających** 59,9% było **krajowych**, a **zagranicznych** 41,1%.

Najwięcej ankietowanych **turystów krajowych** przyjechało z województwa mazowieckiego 16,5%; warmińsko-mazurskiego 9,7%; łódzkiego 8,7%; wielkopolskiego 7,8%; małopolskiego 7,8% i śląskiego 7,3%. Najwięcej ankietowanych **turystów zagranicznych** przyjechało z Niemiec 31%; następnie z Rosji 14,7%; Szwecji 8,7%; Anglii 6%; Francji 5,2%; Hiszpanii 4,3%. Z innych krajów przyjechało 8,2% turystów, były to: Ukraina; Australia; Ekwador; Chiny; Grecja; Indonezja; Szwajcaria; Kanada; Portugalia i Łotwa.

Najwięcej ankietowanych **odwiedzających krajowych** przyjechało z województwa pomorskiego 65,6%; następnie kujawsko-pomorskiego 11,2%; warmińsko-mazurskiego 5,6%; zachodniopomorskiego 4,8% i mazowieckiego 4,8%. Najwięcej ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** przyjechało z Rosji 77,8%; Niemiec 11,1%; Irlandii 2,5% i Norwegii 2,5%. Z innych krajów przyjechało 2,5% były to: Ukraina i Austria.

### **31. Z kim przyjechali do Gdańska turyści i odwiedzający?**

**Turyści zagraniczni** najczęściej przyjeżdżali do Gdańska z rodziną 48,8%; samotnie przyjechało 34,9% i z przyjaciółmi 16,3%. **Turyści krajowi** najczęściej przyjeżdżali samotnie 44%; z rodziną przyjechało 41,3% i z przyjaciółmi 14,7%.

**Odwiedzający zagraniczni** najczęściej przyjeżdżali do Gdańska z rodziną 61,5%; samotnie przyjechało 20,5% i z przyjaciółmi 18%. **Odwiedzający krajowi** najczęściej przyjeżdżali z rodziną 65%; samotnie przyjechało 29% i z przyjaciółmi 6%.

### **Rodziny**

Spośród **turystów zagranicznych** którzy przyjechali z rodziną 58% przyjechało bez dzieci, a 42% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym: z jednym dzieckiem 27,2% i z dwojgiem dzieci 14,8%. Spośród **turystów krajowych** którzy przyjechali z rodziną 69,7% przyjechało bez dzieci, a 30,3% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym: z jednym dzieckiem 15,8% i z dwojgiem dzieci 14,5%.

Spośród **odwiedzających zagranicznych** którzy przyjechali z rodziną 58,3% przyjechało bez dzieci, a 41,7% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym z jednym dzieckiem 27,1% i z dwojgiem dzieci 14,6%. Spośród **odwiedzających krajowych** którzy przyjechali z rodziną 53,9% przyjechało bez dzieci, a 46,1% rodzin przyjechało z dziećmi, w tym 27,6% z jednym dzieckiem, z dwojgiem dzieci 17,1% i z trojgiem dzieci 1,4%.

## **32. Struktura ankietowanych turystów i odwiedzających wg cech demograficznych**

### **Struktura płci**

Spośród ankietowanych **turystów zagranicznych** 50,5% stanowiły kobiety, a 49,5% mężczyźni. Spośród **turystów krajowych** 58,3% stanowiły kobiety, a 41,7% mężczyźni.

Spośród ankietowanych **odwiedzających zagranicznych** 40,7% stanowiły kobiety, a 59,3% mężczyźni. Spośród **odwiedzających krajowych** 63,1% stanowiły kobiety, a 36,9% mężczyźni.

### **Struktura wieku**

Wśród **turystów zagranicznych** najwięcej było w wieku 25-39 lat 35,1% oraz w wieku 40-55 lat 27%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 1,7%, a w wieku 19-24 lat 13,5%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 15,1%, a w wieku 68 lat i więcej 7,6%. Wśród **turystów krajowych** najwięcej było w wieku 25-39 lat 28,6% oraz w wieku 40-55 lat 23,5%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 7,1%, a w wieku 19-24 lat 14,8%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 21,9%, a w wieku 68 lat i więcej 4,1%.

Wśród **odwiedzających zagranicznych** najwięcej było w wieku 40-55 lat 45,5% oraz w wieku 25-39 lat 36,3%. Młodych turystów w wieku 19-24 lat było 7,8%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 7,8%, a w wieku 68 lat i więcej 2,6%. Wśród **odwiedzających krajowych** najwięcej było w wieku 40-55 lat 43,2% oraz w wieku 25-39 lat 40,4%. Młodych turystów w wieku 15-18 lat było 0,9%, a w wieku 19-24 lat 9,5%. Starszych turystów w wieku 56-67 lat było 4,3%, a w wieku 68 lat i więcej 1,7%.

### **Status aktywności zawodowej turystów i odwiedzających**

Wśród **turystów zagranicznych** - pracujący stanowili 53%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 14,9%; uczniowie, studenci 9,5%; emeryci, renciści 21,5% oraz „inni” 1,1% (bezrobotny, gospodyni domowa). Wśród **turystów krajowych** - pracujący stanowili 43,1%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 15,7%; uczniowie, studenci 18,1%; emeryci, renciści 23,1%.

Wśród **odwiedzających zagranicznych** - pracujący stanowili 63,4%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 20,7%; uczniowie, studenci 2,4%; emeryci, renciści 9,8% oraz „inni” 3,7% (bezrobotny, gospodyni domowa). Wśród **odwiedzających krajowych** - pracujący stanowili 57,2%; właściciele, współwłaściciele firm, uprawiający wolny zawód stanowili 31,1%; uczniowie, studenci 5%; emeryci, renciści 5,9% oraz „inni” 0,8% (bezrobotny, gospodyni domowa).

## **33. Szacunkowe obłożenie obiektów noclegowych**

Szacowany wskaźnik wykorzystania miejsc w okresie II kwartału wynosił w obiektach nie kategoryzowanych około 50%; w hotelach \*\* 50%; w hotelach \*\*\* 55%; w hotelach \*\*\*\* 80%; w hotelach \*\*\*\*\* 90%.



### **34. Liczba turystów w Gdańsku wg miesięcy w rejestrowanej bazie noclegowej**

Liczba **turystów ogółem** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie **I kw. 2013 roku**\* w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku wzrosła w styczniu o 2,2%, w lutym o 23,7% i w marcu o 6,4%. Liczba **turystów zagranicznych** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie I kw. 2013 roku w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku wzrosła w styczniu o 25,4%, w lutym o 30,6% i w marcu o 37%. Liczba **turystów krajowych** korzystających z noclegów w Gdańsku w okresie I kw. 2013 roku w rejestrowanej bazie noclegowej w porównaniu do 2012 roku zmniejszyła się w styczniu o 5,9%, wzrosła w lutym o 21,1% i zmniejszyła się w marcu o 4,6%.

### **35. Oszacowanie liczby turystów i odwiedzających Gdańsk w II kwartale 2013 r.**

Oszacowana liczba **turystów** w Gdańsku wynosiła 260 tys. w tym **turystów zagranicznych** 110 tys. i **krajowych** 150 tys. Oszacowana liczba **odwiedzających** Gdańsk wynosiła 730 tys. w tym **odwiedzających zagranicznych** 310 tys. i **krajowych** 420 tys.

**Łącznie** odwiedziło Gdańsk w II kwartale 2013 r. szacunkowo 990 tys. **turystów i odwiedzających**.

Dyrektor Instytutu Eurotest

Wojciech Wroński

---

\* - liczba turystów wg miesięcy prezentowana jest z trzy miesięcznym opóźnieniem ze względu na cykl opracowywania danych statystycznych.

<b>Spis tabel</b>	str.
Tabela 1. Co zwiedzają turyści i odwiedzający lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?	16
Tabela 2. Co zwiedzają turyści zagraniczni i krajowi lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?	17
Tabela 3. Co zwiedzają odwiedzający zagraniczni i krajowi lub mają zamiar zwiedzić podczas pobytu w Gdańsku?	18
Tabela 4. Ilość czasu jaką poświęcili średnio na zwiedzanie Gdańska turyści i odwiedzający	19
Tabela 5. Korzystający z gastronomii w Gdańsku – turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi	22
Tabela 6. Struktura miejsc zakwaterowania turystów w Gdańsku	24
Tabela 7. Średni czas pobytu turystów i odwiedzających w Gdańsku	26
Tabela 8. Średnia ilość noclegów turystów w Gdańsku	26
Tabela 9. Czym poruszają się po Gdańsku ankietowani turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi?	28
Tabela 10. Szacunkowe średnie wydatki turystów i odwiedzających Gdańsk	31
Tabela 11. Szacunkowa suma wydatków turystów i odwiedzających Gdańsk	31
Tabela 12. Szacunkowa struktura wydatków turystów i odwiedzających podczas pobytu w Gdańsku	32
Tabela 13. Szacunkowa struktura wydatków turystów zagranicznych i krajowych podczas pobytu w Gdańsku	32
Tabela 14. Szacunkowa struktura wydatków odwiedzających zagranicznych i krajowych podczas pobytu w Gdańsku	33
Tabela 15. Ocena przez turystów atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	36
Tabela 16. Ocena przez odwiedzających atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	36
Tabela 17. Ocena przez turystów zagranicznych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	37
Tabela 18. Ocena przez turystów krajowych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	37
Tabela 19. Ocena przez odwiedzających zagranicznych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	38
Tabela 20. Ocena przez odwiedzających krajowych atrakcyjności Gdańska w porównaniu do innych miast	38
Tabela 21. Częstotliwość odwiedzania Gdańska przez turystów zagranicznych i krajowych oraz przez odwiedzających zagranicznych i krajowych	44
Tabela 22. Turyści zagraniczni i krajowi oraz odwiedzający zagraniczni i krajowi którzy spotkali promocję lub informację o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania	45
Tabela 23. Gdzie ankietowani turyści zagraniczni i krajowi spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania	46
Tabela 24. Gdzie ankietowani odwiedzający zagraniczni i krajowi spotkali się z promocją lub informacją o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania	46
Tabela 25. Struktura miejsc zakwaterowania na terenie województwa pomorskiego odwiedzających ogółem, zagranicznych i krajowych	48
Tabela 26. Szacunkowe średnie wydatki turystów ogółem, zagranicznych i krajowych podczas pobytu poza Gdańskiem	51
Tabela 27. Sposób organizacji przyjazdu do Gdańska turystów ogółem, zagranicznych i krajowych oraz odwiedzających ogółem, zagranicznych i krajowych	52
Tabela 28. Z kim przyjechali do Gdańska turyści i odwiedzający?	59
Tabela 29. Z iloma dziećmi przyjechały do Gdańska rodziny turystów i odwiedzających?	60
Tabela 30. Struktura płci turystów i odwiedzających	61
Tabela 31. Struktura wieku turystów i odwiedzających	62
Tabela 32. Status aktywności zawodowej turystów i odwiedzających	63
Tabela 33. Szacunkowa liczba turystów i odwiedzających Gdańsk	68

<b>Spis wykresów</b>	<b>str.</b>
Wykres 1. Główny cel przyjazdu turystów i odwiedzających do Gdańska	5
Wykres 2. Główny cel przyjazdu do Gdańska turystów zagranicznych i krajowych	6
Wykres 3. Główny cel przyjazdu do Gdańska odwiedzających zagranicznych i krajowych	7
Wykres 4. Jak ankietowani turyści i odwiedzający spędzają czas w Gdańsku?	8
Wykres 5. Jak ankietowani turyści zagraniczni i krajowi spędzają czas w Gdańsku?	9
Wykres 6. Jak ankietowani odwiedzający zagraniczni i krajowi spędzają czas w Gdańsku?	10
Wykres 7. Ocena jakości i czystości plaż w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	11
Wykres 8. Ocena możliwości robienia zakupów w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	12
Wykres 9. Ocena oferty kulturalnej, rozrywkowej, sportowej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	13
Wykres 10. Dziesięć miejsc i obiektów, które najczęściej zwiedzają turyści w Gdańsku	14
Wykres 11. Dziesięć miejsc i obiektów, które najczęściej zwiedzają odwiedzający w Gdańsku	15
Wykres 12. Korzystający z punktów Informacji Turystycznej w Gdańsku - turyści i odwiedzający	20
Wykres 13. Z których punktów Informacji Turystycznej skorzystali w Gdańsku ankietowani turyści i odwiedzający	20
Wykres 14. Ocena jakości udzielonej informacji turystycznej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	21
Wykres 15. Korzystający z gastronomii w Gdańsku - turyści i odwiedzający	22
Wykres 16. Ocena jakości usług gastronomicznych w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	23
Wykres 17. Ocena jakości usług noclegowych w Gdańsku przez turystów, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	25
Wykres 18. Czym poruszali się po Gdańsku ankietowani turyści i odwiedzający?	27
Wykres 19. Ocena stanu dróg i możliwość poruszania się po w Gdańsku samochodem osobowym przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	29
Wykres 20. Ocena komunikacji miejskiej w Gdańsku przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	30
Wykres 21. Średnia ocena przygotowania Gdańska na przyjęcie turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	34
Wykres 22. Ocena poczucia bezpieczeństwa przez turystów i odwiedzających w Gdańsku, średnia ocen w skali od 1 bardzo niebezpiecznie do 6 punktów super bezpiecznie	35
Wykres 23. Co zachęciło turystów i odwiedzających do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?	39
Wykres 24. Co zachęciło turystów zagranicznych i krajowych do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?	40
Wykres 25. Co zachęciło odwiedzających zagranicznych i krajowych do przyjazdu do Gdańska poza sezonem letnim?	41
Wykres 26. Czy ankietowani turyści i odwiedzający poleciliby swoim przyjaciołom przyjazd do Gdańska?	42
Wykres 27. Częstotliwość odwiedzania Gdańska przez turystów i odwiedzających	43
Wykres 28. Turyści i odwiedzający którzy spotkali promocję lub informację o Gdańsku w swoim miejscu zamieszkania	45
Wykres 29. Odwiedzający Gdańsk ogółem, zagraniczni i krajowi zakwaterowani poza Gdańskiem na terenie województwa pomorskiego	47
Wykres 30. Odwiedzający Gdańsk - ogółem, zagraniczni i krajowi - zakwaterowani na terenie obszaru metropolitalnego	49
Wykres 31. Turyści ogółem, zagraniczni i krajowi zakwaterowani w Gdańsku, którzy zwiedzają inne miejscowości województwa pomorskiego	50
Wykres 32. Jak często ankietowani turyści ogółem, zagraniczni i krajowi wyjeżdżali z Gdańska w celu zwiedzania innych miejscowości województwa pomorskiego	50
Wykres 33. Czym przyjechali turyści i odwiedzający do Gdańska?	53
Wykres 34. Czym przyjechali turyści zagraniczni i krajowi do Gdańska?	54
Wykres 35. Czym przyjechali odwiedzający zagraniczni i krajowi do Gdańska?	55
Wykres 36. Średnia ocena warunków dojazdu do Gdańska przez turystów i odwiedzających, średnia ocen w skali od 1 bardzo źle do 6 punktów super dobrze	56
Wykres 37. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający krajowi?	57
Wykres 38. Skąd przyjechali turyści i odwiedzający zagraniczni?	58
Wykres 39. Szacunkowe obłożenie obiektów noclegowych w Gdańsku wg kategorii	64

Wykres 40. Liczba turystów ogółem w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.	65
Wykres 41. Liczba turystów zagranicznych w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.	66
Wykres 42. Liczba turystów krajowych w rejestrowanej bazie noclegowej w Gdańsku wg miesięcy w latach 2008 - 2012 oraz w miesiącach I - III. 2013 r.	67