

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA

FACULTATEA DE GEOGRAFIE

CATEDRA : GEOGRAFIE UMANĂ

TEZĂ DE DOCTORAT

REZUMAT

**CLUJ - NAPOCA- STUDIU DE GEOGRAFIE A
TURISMULUI URBAN**

Coordonator științific,

Prof. Univ. dr. Ciangă Nicolae

Doctorand, Cozea Florina Dorina

Cluj-Napoca

2013

Cuprins

Lista figurilor	Error! Bookmark not defined.
Lista tabele lor	Error! Bookmark not defined.
INTRODUCERE	Error! Bookmark not defined.
I. METODOLOGIA ȘI MIJLOACELE DE CERCETARE	Error! Bookmark not defined.
II. CERCETĂRI ȘI STADIUL CUNOAȘTERII ÎN DOMENIUL GEOGRAFIEI TURISMULUI URBAN	Error! Bookmark not defined.
III. AȘEZAREA GEOGRAFICĂ A ORAȘULUI CLUJ - NAPOCA	Error! Bookmark not defined.
IV. SCURTĂ ISTORIE A AȘEZĂRII DIN PERIOADA PREROMANĂ PÂNĂ ÎN ZILELE NOASTRE PRIVITĂ CA ȘI RESURSĂ PENTRU TURISM ÎN PREZENT	Error! Bookmark not defined.
V. POTENȚIALUL TURISTIC AL ORAȘULUI CLUJ - NAPOCA.....	Error! Bookmark not defined.
V.1. Potențialul turistic natural al orașului Cluj - Napoca.....	Error! Bookmark not defined.
V.1.1. Structura geologică privită ca și factor determinat al configurației urbane din prezent	Error! Bookmark not defined.
V.1.2. Peisajul colinar al orașului Cluj - Napoca: valențe turistice	Error! Bookmark not defined.
V.1.3. Componenta hidrografică din cadrul orașului Cluj - Napoca, privită ca și resursă turistică naturală de bază.....	Error! Bookmark not defined.
V.1.4. Componenta fitogeografică: spațiile verzi amenajate și pădurile de la marginea orașului	Error! Bookmark not defined.
V.1.5. Topoclimatele și microclimatele, elemente favorabile desfășurării actului turistic în orașul Cluj - Napoca	Error! Bookmark not defined.
V.1.6. Alte elemente de ordin natural cu valențe turistice pentru orașul Cluj - Napoca ...	Error! Bookmark not defined.
V.2. Potențialul turistic antropoc	Error! Bookmark not defined.
V.2.1. Potențialul turistic al obiectivelor cu funcție turistică.....	Error! Bookmark not defined.
V.2.2. Potențialul turistic al festivalurilor și evenimentelor.....	Error! Bookmark not defined.

V.3. Evaluarea potențialului de atractivitate turistică a orașului Cluj - Napoca .	Error! Bookmark not defined.
VI. INFRASTRUCTURA ADIACENTĂ ȘI CEA SPECIFICĂ SECTORULUI TURISTIC	Error! Bookmark not defined.
VI.1. Componentele adiacente ale infrastructurii din cadrul sectorului turistic .	Error! Bookmark not defined.
VI.1.1. Căile de transport urban.....	Error! Bookmark not defined.
VI.1.2. Infrastructura sportivă și de agrement.....	Error! Bookmark not defined.
VI.1.3. Infrastructura pentru târguri, conferințe, congrese și alte evenimente	Error! Bookmark not defined.
VI.2. Infrastructura specifică turismului.....	Error! Bookmark not defined.
VI.2.1. Infrastructura de cazare din orașul Cluj - Napoca.....	Error! Bookmark not defined.
VI.2.2. Infrastructura de alimentație publică din orașul Cluj - Napoca....	Error! Bookmark not defined.
VI.2.3. Birourile de informare turistică.....	Error! Bookmark not defined.
VI.3. Evaluarea potențialului infrastructurii adiacente și a celei specifice sectorului turistic	Error! Bookmark not defined.
VII. FORME DE TURISM ÎN ORAȘUL CLUJ - NAPOCA	Error! Bookmark not defined.
VII.1. Clasificarea formelor de turism din cadrul centrelor urbane	Error! Bookmark not defined.
VII.2. Carcateristicile tipurilor de turism identificate în orașul Cluj - Napoca ..	Error! Bookmark not defined.
VIII. CIRCULAȚIA ȘI CEREREA TURISTICĂ.....	Error! Bookmark not defined.
VIII.1. Circulația turistică în Cluj - Napoca.....	Error! Bookmark not defined.
VIII.2. Cererea turistică	Error! Bookmark not defined.
XIX. PROPUNERI PENTRU O POSIBILĂ STRATGEIE DE DEZVOLTARE DURABILĂ A TURISMULUI ÎN ORAȘUL CLUJ - NAPOCA	Error! Bookmark not defined.
CONCLUZII.....	Error! Bookmark not defined.
BIBLIOGRAFIE.....	Error! Bookmark not defined.
ANEXE	Error! Bookmark not defined.

Cuvinte cheie: turism, oras, infrastructura, potential turistic, patrimoniu, propuneri, amenajare turistica

INTRODUCERE

Lucrarea Cluj-Napoca - studiu de geografie a turismului urban, prezintă situația sectorului turistic din orașul Cluj-Napoca, îmbinând atât elementele fizico geografice, cât și cele istorice și economice care au favorizat de-a lungul timpului apariția sectorului turistic. Studiul și-a propus să analizeze în amănunt sectorul turistic din orașul Cluj - Napoca, din perspectivă geografică și la sfârșit să se poată oferi răspunsul la câteva întrebări care sunt de actualitate și în directă corelație cu strategia de dezvoltare a orașului din punct de vedere turistic. De asemenea s-a încercat realizarea unui studiu prin care să se poată stabili un profil al turistului care vine și vizitează orașul și un profil turistic al orașului în sine, prin evaluarea mai multor elemente constitutive ale sectorului turistic și care în viitor ar fi avut menirea să conducă la o viziune mai clară asupra cărui segment de public se adresează orașul din punct de vedere turistic. Cu toate că acest studiu s-a desfășurat pe parcursul a șase luni de zile, în colaborare cu Centrul de Informare Turistică din oraș, rezultatele, nu pot fi generalizate, în acest sens fiind nevoie de o continuare a studiului. Principala întrebare care s-a impus a fost cea referitoare la potențialul orașului de a se impune din punct de vedere turistic ca și destinație pe plan național și internațional, ce-a de a doua întrebare a fost cea referitoare la șansele orașului de a deveni capitală culturală a Europei în 2021 și în ce măsură autoritățile implicate în implementarea acestui proiect și-au stabilit programele și strategiile de urmat pentru îndeplinirea acestui obiectiv, iar în final a treia mare întrebare care s-a impus în cercetarea de față a făcut referire la șansele sectorului turistic de a deveni un “catalizator” de bază în procesul de regenerare urbană prin suplینirea industriilor care în ultimii ani au intrat într-un proces de declin. Răspunsul la aceste întrebări a reeșit din analiza mai multor componente ale sectorului turistic: potențialul turistic al orașului, infrastructura adiacentă și cea specifică sectorului turistic, tipurile și formele de turism care se practică în oraș, circulația și cererea turistică.

Pornind de la ipoteza că turismul în cadrul așezărilor urbane, în cazul de față Cluj - Napoca, poate deveni principalul “motor” al regenerării urbane, obiectivele majore ale lucrării de față au fost următoarele: - stabilirea potențialului de atractivitate a orașului prin inventarierea și evaluarea patrimoniului natural și antropic; - stabilirea gradului în care infrastructura prezentă aici este valorificată și contribuie la dezvoltarea sectorului turistic și de asemenea cum poate să conducă dezvoltarea acesteia la dezvoltarea economică a orașului; - stabilirea modului în care circulația turistică a evoluat de-a lungul timpului și cum a fost afectată de factorii externi (ex criza economică mondială);- realizarea unui profil al vizitatorilor din oraș și de asemenea realizarea unui “profil turistic al orașului” cu ajutorul evaluării din partea turiștilor a câtorva indicatori considerați de referință în studiile de turism urban internaționale; - elaborarea de măsuri și propuneri de amenajare, prospectare și dezvoltare turistică. La îndeplinirea fiecărui obiectiv în parte a stat la bază implementarea unor metode și mijloace de cercetare adecvate.

METODOLOGIA ȘI MIJLOACELE DE CERCETARE

În prima parte a lucrării sunt prezentate metodele, mijloacele și datele folosite în cercetare și de asemenea s-a realizat o recenzie a studiilor de specialitate care au tratat teme ca și turismul urban, patrimoniul și potențialul turistic, infrastructura generală și cea specifică sectorului turistic, circulația și cererea turistică, toate axate pe centrele urbane. Tipologia cercetării folosite în lucrare nu a fost una singulară, ea a fost atât de natura calitativă, cantitativă, cât și mixtă, datorită amplitudinii studiului efectuat și faptului că au fost abordate mai multe domenii ale turismului, care fiecare în parte necesită aplicarea unui anumit tip de cercetare. În cazul cercetării calitative au fost aplicate următoarele metode de cercetare: metoda chestionării, metoda documentării prin consultarea literaturii de specialitate care a putut fi accesată și a documentelor oficiale și metoda observației. În cazul cercetării cantitative au fost folosite următoarele metode de cercetare: metoda grafică și metoda cartografică, metoda analizei și prelucrării datelor, metoda observației și a interpretării.

CERCETĂRI ȘI STADIUL CUNOAȘTERII ÎN DOMENIUL GEOGRAFIEI TURISMULUI URBAN

În cel de al doilea capitol al lucrării s-a făcut recenzia literaturii de specialitate, pe domenii abordate în lucrarea turism urban, potențial și patrimoniu turistic, infrastructura turistică, formele de turism, circulația și cererea turistică și lucrările care fac referire la orașul Cluj – Napoca. Literatura de specialitate a fost prezentată pe două planuri, lucrări de referință din mediul academic național și din mediul internațional, pentru fiecare domeniu fiind prezentate cele mai relevante definiții, concepte și tipologii.. De menționat sunt și numeroasele articole apărute în revistele de specialitate, abordările fiind dintre cele mai diverse, fiecare autor în parte punând accentul în mod diferențiat pe

componentele sectorului turistic din cadrul unui centru urban. În ceea ce privește studiile de turism urban asupra municipiului Cluj Napoca, se poate afirma că nu există până în acest moment un studiu complex, care să abordeze fenomenul turistic din toate punctele de vedere.

AȘEZAREA GEOGRAFICĂ A ORAȘULUI CLUJ - NAPOCA

Municipiul Cluj - Napoca este situat la intersecția paralelei de 46°46' N cu meridianul de 23°36' E, în zona de legătură dintre Munții Apuseni, Podișul Someșan și Câmpia Transilvaniei pe o suprafață de 179,5 km², ocupând partea central nord vestică a României.

Fig. 1 Harta așezării orașului Cluj – Napoca în cadrul României și a regiunilor de dezvoltare



SCURTĂ ISTORIE A AȘEZĂRII DIN PERIOADA PREROMANĂ PÂNĂ ÎN ZILELE NOASTRE PRIVITĂ CA ȘI RESURSĂ PENTRU TURISM ÎN PREZENT

Istoria este una dintre resursele de baza ale turismului în Cluj Napoca, indiferent că este reprezentată de clădiri, vestigii arheologice, fapte sau legende. Această resursă trebuie valorificată în mod corespunzător, punându-se accent în deosebi pe legendele locului, fiecare colț din oraș avându-și povestea proprie care poate să sucite interesul vizitatorilor.

În perioada preromană s-a inclus Napoca Dacica și s-a scris despre vestigile istorice care datează din aceasta perioadă. A urmat apoi perioada romană, care s-a dovedit a fi una mult mai bogată în vestigii istorice și care pot fi valorificate din punct de vedere turistic. Perioada migrațiilor a fost cea în care așezarea a intrat în regres și a fost puternic afectată în special din punct de vedere economic. Perioada istorică care poate fi valorificată în modul cel mai expresiv în turism în prezent este cea medievală, din aceasta perioadă datând principalele obiective turistice din oraș: zidul cetății cu bastionul Croitorilor, edificiile religioase (ex. Biserica Sfântul Mihail), configurația actuala a orașului. Tot în această perioadă se remarcă și câteva personalități istorice și în deosebi influența lor asupra orașului Cluj, cum ar fi Matei Corvin, Baba Novac și Mihai Viteazu, Principele Gabriel Bethlen. Urmează apoi o perioadă de trecere de la cea medievală la cea modernă și care se dovedește a fi iarăși una dificilă, la fel ca și în timpul revoluției de la 1848- 1849. Orașul începe să își revină din punct de vedere social, cultural și economic în timpul perioadei liberale, ca apoi din nou între 1914-1944 să înregistreze o perioadă dificilă în timpul celor două războaie mondiale. În perioada comunistă orașul a încercat să își revină după cele două războaie mondiale și de asemenea a cunoscut o puternică industrializare, la fel ca și restul orașelor din România. Perioada postcomunistă se caracterizează prin încercarea orașului de a șterge urmele comunismului și de asemenea este perioada în care au început să se pună bazele planurilor de dezvoltare a turismului în oraș. Se poate afirma ca istoria orașului Cluj-Napoca este una controversată, pe de o parte istoricii de etnie maghiară susțin ideea cum că orașul Cluj (*Kolozsvár*, în limba maghiară), a fost creația populației de etnie maghiară, având la bază îndelungata apartenență față de Imperiul Austro Ungar și faptul că majoritatea conducătorilor orașului au fost de etnie maghiară. De asemenea și funcțiile de conducere din cadrul orașului erau ocupate tot de către maghiari. Pe de altă parte, o parte dintre istorici, susțin contribuția populației săsești la formarea așezării care azi poartă denumirea de Cluj - Napoca (*Klausenburg*, în germană), cu atât mai mult cu cât vechea cetate medievală avea forma fostelor cetăți medievale din Transilvania construite de către sași. În final, sunt istoricii, români care susțin ideea cum că așezarea de azi este urmașa vechii așezări Napoca, care se presupune că a fost locuită de români, aceștia fiind copleșiți și asupriți de către sași și maghiari de-a lungul timpului și pierzându-și din putere. Indiferent care etnie a contribuit mai mult la formarea orașului, trebuie să existe o coeziune între toate și recunoscute meritele de formare a așezării actuale în aceeași măsură. Specificul orașului Cluj Napoca reiese tocmai din faptul că aici de-a lungul timpului au convețuit împreună și s-au împletit trei culturi și civilizații frumoase: românească, maghiară și săsească.

POTENȚIALUL TURISTIC AL ORAȘULUI CLUJ - NAPOCA

Capitolul: “Potențialul turistic al orașului Cluj- Napoca” prezintă inventarierea și analiza atracțiilor turistice din oras, atât a celor naturale cât și celor de natură antropică. S-au realizat 28 de fișe pentru principalele obiectivele turistice din oraș în care s-a inclus descrierea obiectivului, informații legate de vizitarea acestuia (orar, tarife bilete) și fotografii ale acestuia. După prezentarea și analiza atracțiilor turistice s-a încercat să se stabilească dacă orașul Cluj- Napoca are potențial turistic și cum acesta poate fi valorificat în viitor pentru o mai bună dezvoltare a turismului. Trebuie remarcat faptul că orașul Cluj Napoca este unul privilegiat datorită prezenței râului Someș, care brăzdează orașul în partea centrală și poate fi considerat o oază de natură mai mult decât necesară în aglomerația de zi cu zi și o de asemenea mai prezintă câteva lacuri și canale secundare care amenajate corespunzător pot să constituie o resursă turistică de bază. Din păcate până în acest moment nici un element hidrografic nu a fost amenajat corespunzător desfășurării de activități turistice sau generării de fluxuri turistice spre el.

Rețeaua hidrografică a orașului Cluj-Napoca

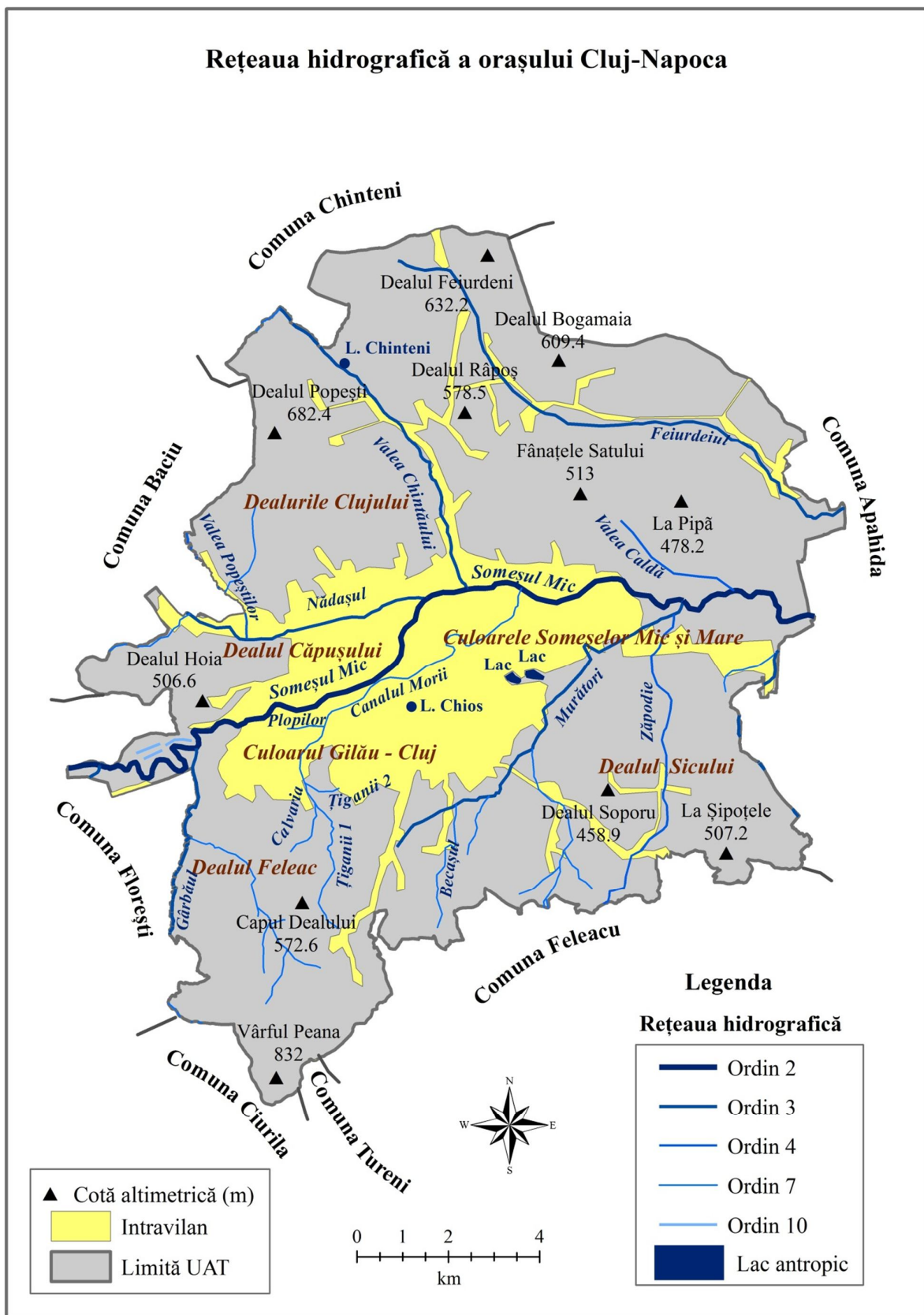


Fig. 2 Rețeaua hidrografică a orașului Cluj - Napoca

O altă componentă de ordin natural cu valențe turistice este și cea fitogeografică reprezentată de spațiile verzi amenajate și pădurile de la marginea orașului.

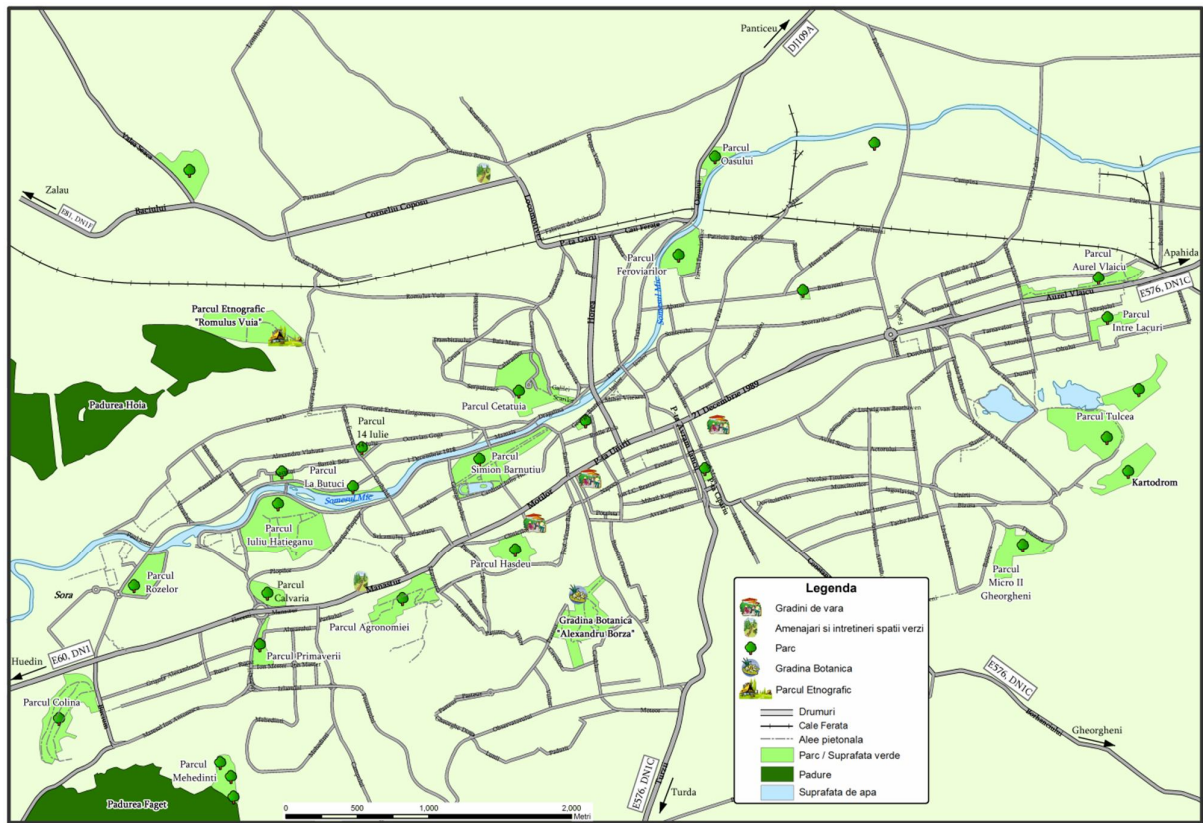


Fig. 3 Harta cu spațiile verzi din orașul Cluj - Napoca

Tot în cadrul potențialului turistic natural al orașului a fost analizat și peisajul colinar, care este alcătuit preponderent din delaurile și colinele care îl înconjoară: în partea sudică Dealul Feleac, la nord dealurile Clujului cu înălțimile maxime în Vârful Lombului (684 m), Vârful Dealul Melcului (617 m), Vârful Techintău (633 m), în partea vestică dealurile Hoia cu altitudinea maximă de 506 m și Delul Gârbăului, cu altitudinea maximă de 570 m, în partea estică începe Câmpia Transilvaniei. În interiorul orașului se remarcă ca și forme de relief deluros: Dealul Calvaria unde “fiecare centimetru de pământ respiră istorie” (Todiță, 2009, p.75) și Cetățuia căruia în Evul Mediu i se spunea Dealul cu Vii, podgoria de aici ajungând până la poalele dealului și tot aici a existat o fortificație în stil Vauban, reprezentativă pentru stilul baroc și ridicată de către autoritățile habsburgice între 1712-1735.

Topoclimatele și microclimatele prezente în orașul Cluj – Napoca au fost analizate din punct de vedere al condițiilor care le creează pentru desfășurarea actului turistic, iar elementele

geologice au fost analizate ca și factori de bază al configurației urbane din prezent. Alte elemente de ordin natural care au potențial turistic și au fost analizate în lucrare sunt Cheile Baciului, Rezervațiile Botanice Fânețele Clujului și Valea Morii și Băile Someșeni.

În cazul analizei potențialului turistic antropic se disting din nou două mari categorii: obiectivele cu funcție turistică și festivalurile și evenimentele ca și resursă turistică. Principalele obiective turistice studiate au fost: vestigiile arheologice, obiectivele istorice, religioase, culturale, complexe arhitectonice, monumentele și statuile, obiectivele economice.

Vestigiile arheologice și obiectivele istorice sunt de o importanță deosebită în cadrul patrimoniului turistic al unui așezări, iar orașul Cluj-Napoca păstrează și el câteva mărturii ale trecutului. Vestigiile arheologice studiate în lucrare sunt: edificiul din Piața Romană de pe str. Victor Deleu / Parcul I.L. Caragiale, ruinele de construcții romane din Piața Unirii, mormintele preistorice din centrul comercial Polus. Obiectivele istorice analizate în lucrare sunt: Bastionul Croitorilor, urme ale primei cetăți medievale care a existat aici și Turnul Lăcătușilor zis și al Pompierilor. Importanța acestora pentru potențialul turistic al orașului reiese în deosebi din vechimea acestora și apoi din funcția pe care au avut-o în trecut. Din punct de vedere al unicității s-a constatat că forme asemănătoare se regăsesc și în alte așezări din Transilvania.

Obiectivele culturale la rândul lor au fost divizate în mai multe categorii: muzee, biblioteci, teatre și opere, universități și case memoriale. La fel ca și la obiectivele precedente acestea au fost analizate din punct de vedere al vechimii, unicității, funcției pe care o au în prezent. De asemenea s-a încercat să se reliefeze potențialul pe care îl au toate aceste obiective ca să atragă un număr mai mare de turiști. Obiectivele culturale s-a constatat ca au un potențial dublu de atragere a turiștilor, atât prin clădirea/imobilul în sine cât și prin activitățile care se desfășoară în cadrul acestora. Muzeele au fost clasificate după specificul obiectelor găzduite și au fost identificate următoarele tipuri: de istorie, de artă, etnografic, ale științelor naturale, de profil. S-a realizat fișă de obiectiv pentru Grădina Botanică, Muzeul de Istorie a Farmaciei, Muzeul de Artă, Muzeul de Istorie a Transilvaniei, Muzeul Etnografic (secția în aer liber și secția închisă), Muzeul Apei, Muzeul Botanic, Muzeul de Speologie, Muzeul Minerologiei, Muzeul Zoologic, Vivariu. În ceea ce privește bibliotecile, a fost considerate ca având potențial turistic doar "Lucian Blaga", care a fost și prezentată în lucrare. Pentru teatre și opere au fost analizate Teatrul și Opera Națională Română și Teatrul și Opera Maghiară de Stat, acestea fiind valoroase pentru sectorul turistic în deosebi prin activitățile care se desfășoară în cadrul lor. Universitățile din Cluj - Napoca analizate în lucrare au fost: Babeș – Bolyai, Universitatea Tehnică, Universitatea de Medicină și Farmacie Iuliu Hațieganu, Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară. În ceea ce privește municipiul

Cluj Napoca nu s-a identificat nici o casă memorială care să fie deschisă publicului spre vizitare, în 1995 fiind închisă și Casa Memorială Emil Isac, aceasta fiind retorcedată proprietarilor.

Obiectivele religioase au fost clasificate după următoarele criterii: criteriul istoric sau al vechimii, cu cât un edificiu religios este mai vechi cu atât este mai atractiv pentru turiștii; criteriul stilului arhitectonic, reflectă cel mai bine caracteristicile timpurilor în care au fost construite. În funcție de acest criteriu s-au evidențiat următoarele tipuri de biserici: biserici construite în Perioada Feudală: sec IX – XV, biserici construite în perioada Principatului Transilvaniei 1526 – 1867 , biserici construite în perioada în care Clujul a fost integrat Imperiului Austro Ungar 1867 – începutul sec XX, biserici construite în sec XX până în prezent. Al doilea criteriu utilizat a fost cel al stilului arhitectonic, pentru municipiul Cluj-Napoca constatându-se o varietate de stiluri arhitectonice și combinații între ele: romanic, gotic, baroc, neogotic, neoclassic, maur, secesiunii vieneze și bizantin. Al treilea criteriu utilizat, a fost cel al amplasamentului, în funcție de acesta individualizându-se două tipologii de biserici: cele construite în interiorul vechii cetăți medievale a Clujului și biserici amplasate în afara zidurilor vechii cetăți medievale a Clujului. Pe lângă edificiile religioase a mai fost inclus în categoria obiectivelor religioase cu potențial turistic și Cimitirul Central (Hajongard), rolul turistic reeșind din: vechimea acestuia, din personalitățile care sunt înmormântate aici sau din arhitectura crucilor și mormintelor. S-au întocmit fișe de obiectiv pentru următoarele edificii religioase: biserica Bob, biserica Calvaria, biserica Evanghelică Sinodo Prezbiteriană, biserica Franciscană, biserica Ortodoxă din Deal, biserica Piarștilor, biserica Reformată Calvină din Orașul de Jos, biserica Reformată cu Cocoș, Biserica Reformată de pe Ulița Lupilor, biserica Romano- Catolica Sf. Petru, biserica Sf Migail, biserica Unitariană, Catedrala Ortodoxă, Catedrala Schimbarea la Față.

Complexele arhitectonice urbane reprezintă o categorie aparte de atracții turistice, iar pentru Cluj-Napoca au fost identificate următoarele tipuri: piețe care sunt mărginite de clădiri istorice în diferite stiluri arhitecturale, care fie sunt în întregime zone pietonale fie sunt și cu artere de circulație (Piața Unirii, Piața Muzeului, Piața Avram Iancu, Piața Mihai Viteazu); străzi care de o parte și alta au clădiri considerate valoroase din punct de vedere arhitectonic sau prin fizionomia lor pot fi considerate complexe arhitectonice cu funcție turistică (strada Iuliu Maniu sau strada Oglindă, strada Potaissa, Bulevardul Eroilor); clădiri sau grupări de mai multe clădiri care au o valoare arhitectonică ridicată cu valențe turistice (palatele de pe strada Horea, Casa Tranzit, Palatul Toldalagi – Korda, Clădirea Primăriei, Casa Piarștilor, Palatul Poștei, Clădirea Gării Centrale).

Monumentele și statuile au fost clasificate în: grupuri statuare (Grupul statuar Matei Corvin, Școala Ardeleană și Grupul statuar Horea, Cloșca și Crișan), monumente (Monumentul Memorandiștilor, Monumentul Glorie Ostașului Român, Monumentul Eroii Neamului sau Crucea

de pe cetățuie, Monumentul Stâlpiei Împușcați), statui (Statuia lui Mihai Viteazu, Statuia lui Baba Novac, Statuia Fecioarei Maria sau Statuia Ciumei, Statuia Sf Gheorghe, Statuia Lupa Capitolina, Statuia lui Mihai Eminescu și Lucian Blaga) și obelisc (în Cluj-Napoca regăsindu-se doar unul singur Carolina din Piața Muzeului).

Obiectivele economice cu funcție turistică din Cluj-Napoca nu sunt într-un număr mare, aici fiind incluse noul stadion Cluj Arena, care impresionează prin arhitectură și câteva clădiri de instituții sau foste fabrici a căror spațiu în prezent este folosit pentru desfășurarea de activități culturale artistice (ex Fabrica de Pensule).

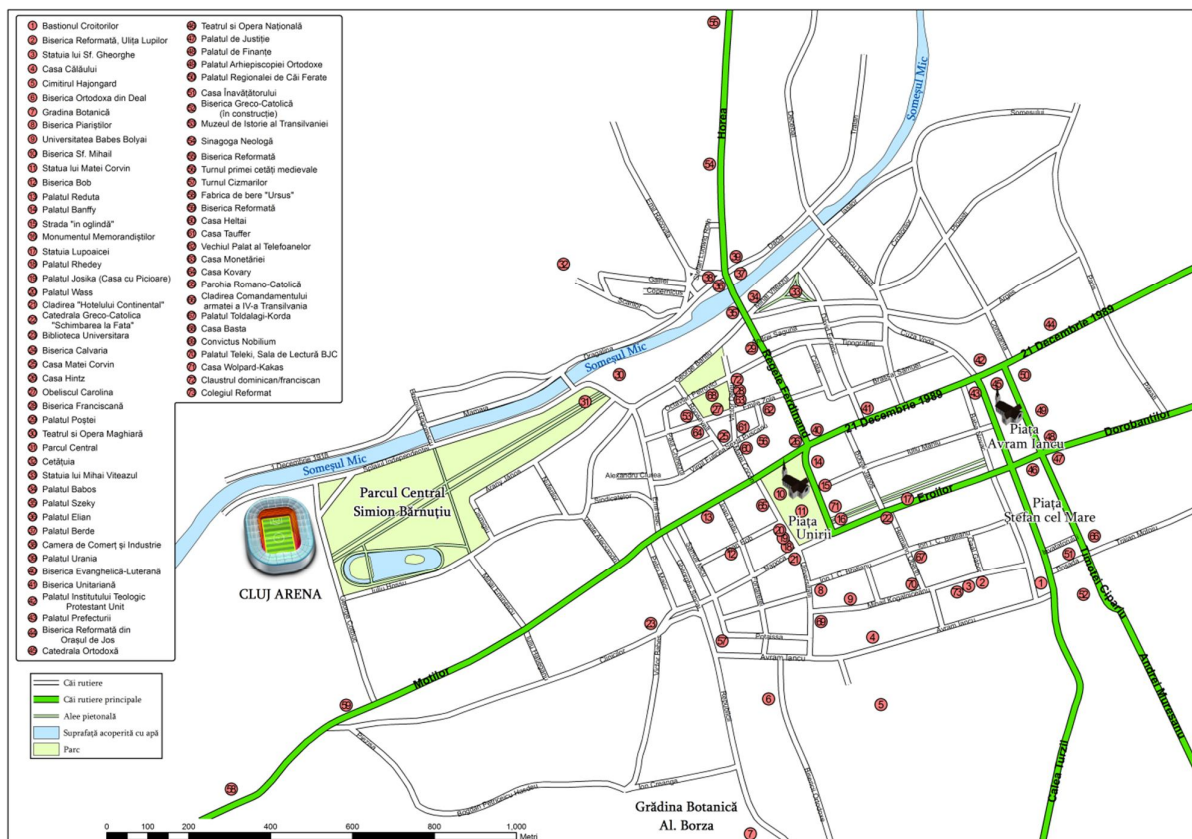


Fig. 4 Harta cu amplasamentul obiectivelor turistice în cadrul orașului Cluj - Napoca

Tot în categoria potențialului turistic antropic este inclus și cel al festivalurilor și evenimentelor, iar pentru Cluj-Napoca au fost identificate următoarele tipuri: festivalurile artistice naționale și internaționale, târgurile și expozițiile, evenimentele sportive, congresele și întâlnirile de afaceri. Acestea sunt încă în faza incipientă de atragere a turiștilor cu excepția unui festival care se organizează aici (Festivalul Internațional de Film Transilvania) care reușește să atragă câteva mii de vizitatori în fiecare an. Pe viitor festivalurile și evenimentele pot să joace un rol determinant în potențialul turistic al orașului, cu atât mai mult cu cât se dorește câștigarea titlaturii de Capitală

Culturală a Europei în 2021. Analiza acestora s-a făcut pe categorii, enunțându-se principalele caracteristici și apoi aplicându-se concret în cazul orașului Cluj Napoca. Principalele categorii analizate au fost: festivalurile, târgurile și expozițiile, evenimentele sportive, congresele și întâlnirile de afaceri. Principala concluzie care s-a tras după analiza potențialului festivalurilor și evenimentelor este că: industria festivalurilor, evenimentelor, târgurilor și expozițiilor, congreselor și conferințelor poate fi văzută ca și o parte importantă din cadrul sectorului turistic din orașul Cluj Napoca, în special prin legăturile care se stabilesc cu hotelierii, magazinele, restaurantele, barurile, cluburile și cafenelele, obiectivele turistice și facilitățile pentru divertisment.

O contribuție de bază a fost adusă în cadrul analizei potențialului natural și antropoc al orașului prin stabilirea unui coeficient de atractivitate, iar în urma interpretării rezultatului a reeșit că patrimoniul turistic al orașului necesită îmbunătățiri și restaurări precum și alte modalități de a fi valorificat astfel încât să îi crească valoarea și să poată atrage în viitor un număr mai mare de vizitatori și pentru mai multe zile. Evaluarea potențialului de atractivitate a orașului Cluj – Napoca, s-a realizat prin stabilirea unei formule de calcul al acesteia: $P_a = P_m + P_{ra}$, unde P_a - Potențialul de atractivitate, P_m - Potențialul resurselor naturale, P_{ra} – Potențialul resurselor antropice. S-a pornit de la un model ideal care cumulează valoarea de 100 de puncte, iar fiecare pentru fiecare categorie de elemente se acordă un anumit punctaj.

După analiza și aprecierea valorii elementelor care constituie potențialul natural și antropoc al orașului Cluj-Napoca, a reeșit o valoare de 46 de puncte. Pe baza acestui punctaj se poate aprecia că importanța pe care o are în acest moment orașul Cluj-Napoca din punct de vedere turistic, este una de nivel național și cu posibilități reale de a fi și internațional. Procesul de evaluare a potențialului de atractivitate turistică a fost unul complex, care a implicat și latura subiectivă a cercetătorului.

În evaluarea potențialului turistic natural s-a luat în calcul următoarele elemente: în cazul reliefului, de amplasamentul orașului în zona de contact a Munților Apuseni cu Podișul Transilvaniei și Câmpia Transilvaniei, unități de relief de rangul 2 ca și importanță pentru România (acestea fiind subgrupe în cadrul unor unități mai mari), care se caracterizează printr-un aspect scăzut în ceea ce privește spectaculozitatea; pentru hidrografie s-a luat în considerare râul Someșul Mic (râu care face parte din categoria II ca și importanță hidrografică pentru România, afluent al Someșului) și afluenții acestuia, cât și prezența lacurilor antropice din oraș; în cazul climei s-a ținut cont că aceasta este una moderat continental, care nu se manifestă “violent” asupra turiștilor, dar nici nu are efecte benefice asupra organismului uman; pentru elementele de vegetație și faună, s-a punctat prezența Grădinii Botanice, cele două păduri: Făget și Hoia de la marginea orașului și prezența celor două rezervații floristice Fânțele Clujului și Rezervația Valea Morii;

Evaluarea potențialului turistic antropic al orașului Cluj – Napoca s-a făcut din mai multe puncte de vedere: al valorii; al polarizării (amplasamentului în cadrul orașului); al naturii elementelor constitutive; al accesibilității. Pentru vestigiile arheologice și obiectivele istorice s-a luat în considerare faptul că acestea au importanță regională și națională și au fost amenajate și reabilitate, ele putând fi valorificate din punct de vedere turistic. În cazul obiectivelor culturale, în acordarea punctajului, s-au luat în considerare prezența muzeelor și a exponatelor din cadrul lor, care sunt de importanță locală și regională în principal, a instituțiilor culturale (teatre, opere, universități, biblioteci), care sunt de importanță regională și națională, dar care pot fi regăsite și în alte orașe din România. În acordarea punctajului pentru obiectivele religioase s-a luat în considerare numărul acestora, diversitatea arhitecturală și a cultelor care le dețin, dar acestea nu se remarcă prin unicitate, tipologia edificiilor religioase de aici putând fi întâlnită și în alte locuri. Peisajul urban și complexele arhitectonice prezente în orașul Cluj Napoca, sunt similare altor orașe medievale din România și Europa, acest stil urbanistic putând fi regăsit cu ușurință și în alte locuri. Monumentele și statuile sunt într-un număr ridicat, de importanță locală și regională în principal, multe dintre personajele în cinstea cărora au fost ridicate având statui asemănătoare și în alte orașe din România. În cazul obiectivelor economice s-a luat în considerare doar Stadionul Cluj Arena, care poate fi valorificat și din punct de vedere turistic pe baza arhitecturii acestuia.

Pentru festivaluri s-a luat în considerare organizarea unor festivaluri internaționale, dar care momentan converg turiști doar din area apropiată orașului Cluj Napoca, excepție făcând festivalul TIFF, care a reușit de-a lungul timpului să se impună și pe plan internațional și să atragă vizitatori atât din țară cât și din afara granițelor. În ceea ce privește evenimentele organizate în Cluj Napoca, în acordarea punctajului s-a ținut cont de faptul că acestea sunt de dimensiuni mici, majoritatea fiind conferințe și convenții din mediul academic sau medical sau evenimente sportive. Meciurile echipei de fotbal CFR în cupele internaționale au reușit să impună orașul Cluj Napoca pe harta orașelor Europene de organizare de evenimente;

INFRASTRUCTURA ADIACENTĂ ȘI CEA SPECIFICĂ SECTORULUI TURISTIC

Capitolul referitor la infrastructura adiacentă și a celei specifice sectorului turistic, la fel ca și cel referitor la potențialul turistic al orașului Cluj- Napoca, a fost structurat pe două mari axe: una care a prezentat componentele adiacente și una care a prezentat componentele specifice sectorului turistic. La finalul capitolului s-a realizat evaluarea potențialului pe care îl are infrastructura din municipiul Cluj-Napoca.

În cadrul infrastructurii adiacente sectorului turistic au fost incluse: căile de transport urban (aerian, feroviar și rutier), infrastructura sportivă și de agrement și infrastructura pentru târguri, congrese, conferințe și alte evenimente.

Cluj-Napoca este un oraș, care se poate spune, ca este privilegiat din punct de vedere a căilor de comunicație, beneficiind atât de un aeroport internațional, cât și de legături feroviare și rutiere cu întreaga țară și chiar cu Europa..

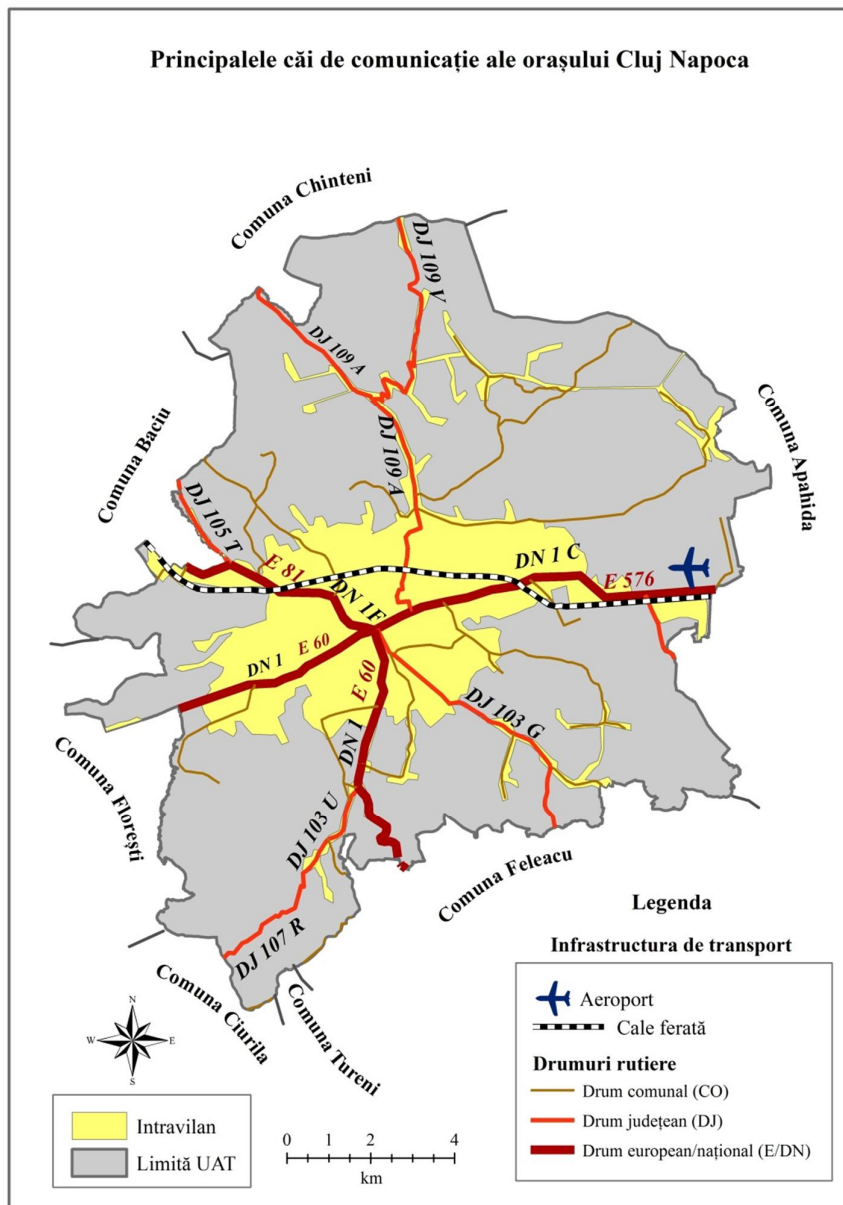


Fig. 5 Harta cu principalele căi de comunicație prezente în cadrul orașului Cluj - Napoca

Infrastructura sportivă și de agrement a fost prezentată din prisma activităților pe care le găzduiesc și care sunt generatoare de turiști. S-a făcut o inventariere a bazelor sportive și de agrement și nivelul de clasificare a acestora (importanță națională și internațională) și prezentarea celor mai importante dintre ele, care ar putea să găzduiască în viitor evenimente sportive majore care să atragă un număr semnificativ de turiști.

În ceea ce privește infrastructura pentru târguri, congrese, conferințe și alte evenimente, cu toate că este un domeniu nou pentru sectorul turistic din Cluj-Napoca, nu este de neglijat, acesta fiind din ce în ce mai important, o dată cu creșterea numărului de evenimente care solicită acest tip de infrastructură. Și în acest caz a avut loc o inventariere și clasificare a infrastructurii și s-a realizat corelarea acesteia cu sectorul turistic și cum contribuie la dezvoltarea acestuia.

Infrastructura specifică sectorului turistic a fost decelată în 3 categorii majore: infrastructura de cazare, de alimentație publică și birourile de informare turistică. Infrastructura de cazare, care reprezintă componenta de bază a infrastructurii specifice sectorului turistic a fost analizată din mai multe puncte de vedere, pornind de la evoluția acesteia în timp, continuând cu caracteristicile principale și terminând cu clasificarea acesteia după mai multe criterii. Istoricul scurt al evoluției unităților de cazare a prezentat apariția și impunerea acestora pe plan național și în deosebi în cadrul așezării Cluj-Napoca. Acest istoric al evoluției unităților de cazare a arătat modul în care fiecare tip de unitate de cazare s-a impus pe piața turistică clujeană, câte din fostele unități de cazare mai există și azi și își păstrează funcția și importanța acestora pentru sectorul turistic în prezent și în viitor.

În ceea ce privește partea referitoare la caracteristicile unităților de cazare din municipiul Cluj-Napoca, acestea au fost prezentate pentru fiecare tip de unitate de cazare în parte: hotel, pensiune turistică, vilă turistică urbană, hosteluri, apartamente în regim hotelier și camping. Pentru reliefarea caracteristicilor s-a realizat un chestionar care a fost aplicat unităților de cazare și cu ajutorul acestuia s-au putut desprinde principalele caracteristici. De asemenea datele statistice obținute de la Institutul Național de Statistică și datele obținute de la Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, au constituit o resursă de informație semnificativă. Principalele caracteristici ale unităților de cazare de tip hotelier din Cluj-Napoca sunt: stabilament permanent care oferă cazare și/sau suplimentar servicii de masă, agrement, business, sau alte tipuri; sunt clasificate după stele, de la 1 la 5 stele; numărul spațiilor de cazare și a locurilor din cadrul hotelurilor este variabil; hotelul se impune pe piața unităților de cazare din Cluj Napoca ca și unitatea predominantă atât ca și număr al unităților cât și ca și capacitate de cazare. Pentru unitățile de cazare de tip pensiune turistică principalele caracteristici ale acestora sunt următoarele: stabilament de cazare permanent, care oferă servicii de cazare și opțional dispune de restaurant pentru servirea mesei și de alte dotări suplimentare; unitate de cazare cu o capacitate de cazare redusă și care dispune în principal de camere duble și single. Din analiza unităților de cazare de tip vilă turistică urbană, pentru municipiul Cluj-Napoca se poate concluziona că acestea sunt o structură de cazare cu un număr redus de locuri de cazare, amplasate în special în clădiri istorice cu o arhitectură de valoare și care ocazional dispun și de restaurant. Pentru unitățile de cazare de tip

apartamente de închiriat în regim hotelier, principalele caracteristici care s-au stabilit sunt: unități de cazare care dispun de un număr limitat de locuri de cazare și care de regulă sunt grupate într-un ansamblu de clădiri de tip bloc, vilă sau casă de locuit; unități de cazare care s-au impus pe piața unităților de cazare din Cluj Napoca în ultimii ani, din acest motiv datorându-se și lipsa datelor despre ele; sunt clasificate, la fel ca și restul unităților de cazare din mediul urban, folosindu-se sistemul “stele”. Din analiza unităților de cazare de tip hostel prezente în Cluj-Napoca, s-a putut concluziona ca acestea dispun în general de camere cu mai multe paturi, care nu au grup sanitar propriu, iar ca și dotări suplimentare dispun de salon pentru servirea micului dejun și ocazional sală de conferințe sau bar. În ceea ce privește unitatea de cazare de tip camping din Cluj-Napoca, se poate concluziona că acesta a avut o evoluție a capacității de cazare fluctuantă, cu o perioadă de “glorie” 1994-2002, după care a urmat o perioadă de declin și se caracterizează prin amplasament în zona periferică orașului, dispune de locuri unde pot fi amplasate corturi sau rulote.

Clasificarea unităților de cazare din Cluj-Napoca s-a realizat după ce au fost consultate mai multe lucrări de specialitate, unde erau propuse diferite criterii. Adaptate pentru infrastructura de cazare din Cluj – Napoca aceste criterii sunt următoarele: denumire și structură, clasificarea pe stele, amplasament, mărime și capacitatea de cazare, forma de proprietate. În funcție de denumire și structură, unitățile de cazare din Cluj Napoca se clasifică în: hoteluri, pensiuni turistice, vile turistice, apartamente și camere de închiriat, hosteluri și campinguri. După criteriul stele în municipiul Cluj-Napoca în 2012 erau înregistrate la Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, o unitate de cazare clasificată la o stea, 22 de unități de cazare clasificate la două stele, 62 unități de cazare clasificate la trei stele, 19 la patru stele și 4 la cinci stele. În funcție de amplasament pentru orașul Cluj Napoca se pot identifica trei inele: 1. Inelul central care cuprinde unitățile de cazare amplasate până la limita la care încep cartierele orașului sau 1.5 km de la Piața Unirii; 2. Inelul unităților de cazare din interiorul cartierelor începe de la limita inelului central și merge până la limita maximă de 5 km de la Piața Unirii; 3. Inelul periferic, care cuprinde unitățile de cazare amplasate la marginea orașului, la o distanță mai mare de 5 km de centrul orașului. În ceea ce privește criteriul mărimii și al capacității de cazare, se constată că pentru municipiul Cluj-Napoca sunt predominante unitățile de cazare mici, 92 dintre ele având un număr de locuri de cazare cuprins între 1 – 70 de locuri, urmat fiind de cele cu o capacitate mijlocie (12 unități de cazare), iar cu un număr de peste 150 de locuri doar două unități de cazare. După forma de proprietate pentru Cluj-Napoca s-a realizat următoarea clasificare: unități de cazare aparținând unei societăți cu răspundere limitată (S.R.L.); unități de cazare aparținând unei societăți pe acțiuni (S.A.); unități de cazare aparținând unei Intreprinderi Individuale (I.I.); unități de cazare aparținând unei Persoane Fizice Autorizate (P.F.A); unități de cazare aparținând unei alte forme de proprietate.



Fig. 6 Harta cu amplasamentul unităților de cazare din orașul Cluj - Napoca

A doua mare componenta a infrastructurii specifice sectorului turistic care a fost studiată în lucrare este infrastructura de alimentație publică. Analiza acesteia în cadrul unui studiu de geografie a turismului urban este indispensabilă, după cum mulți autori afirmă acest lucru. La fel ca și în cazul infrastructurii de cazare și pentru cea de alimentație publică s-au stabilit principalele caracteristici pentru fiecare tip de unitate de alimentație în parte: restaurant, bar și ceainărie. Restaurantul reprezintă cea mai complexă unitate de alimentație publică și în cadrul studiului de față a fost clasificat în restaurant classic, restaurant specializat, restaurant cu specific, braserie sau bistro, berarie, terasa și grădină de vară. Potrivit datelor datelor de la Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului în Cluj- Napoca, numărul cel mai mare de restaurante înregistrate este cel de tip classic (128 de unități), fiind urmat apoi de restaurantele de tip fast food (36 de unități), restaurantele cu specific sau specifice (24 de unități), pizzeria (16 unități), bistro și (15 unitati), restaurante cu autoservire (9 unități), iar pe plan secund cramele (3 unități) și terasele și grădinile de vară (2 unități). În ceea ce privește unitățile de alimentație de tip bar din Cluj Napoca, potrivit datelor de la Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, acestea sunt repartizate după cum urmează: unități de tip bar de zi cu un număr de 185 de unități, fiind urmat de unități de tip cafeana

și café bar, cu un număr de 108 unități și disco bar cu un număr de 48 de unități. Unitățile de tip disco bar sunt reprezentate de barurile de noapte, respectiv pub-urile și cluburile din Cluj Napoca.

Clasificarea infrastructurii de alimentație publică din Cluj-Napoca s-a realizat după următoarele criterii: denumire, amplasament, categoria de stele. După denumire, unitățile de alimentație publică din Cluj - Napoca se clasifică în trei mari categorii: restaurante, baruri și ceainării. În funcție de amplasament, cu relevanță pentru sectorul turistic, în municipiul Cluj Napoca, se remarcă unitățile de alimentație publică din perimetrul fostei cetăți medievale, acestea fiind și cele mai frecventate de către turiști, datorită poziției lor favorabile față de obiectivele turistice ale orașului. După categoria de stele pentru anul 2012, în Cluj - Napoca sunt predominante unitățile de alimentație publică clasificate la o stea, într-un număr de 267 unități, număr net superior celor clasificate la două stele, care înregistrează un număr de 164 unități, urmate fiind de cele la trei stele, cu un număr de 111 unități, patru stele - 42 de unități și cinci stele – 7 unități de alimentație.

Pentru birourile de informare turistică, a treia mare componentă a infrastructurii specifice sectorului turistic, s-a prezentat importanța acestora în cadrul centrelor urbane cu precădere. Cluj-Napoca dispune de un Centru De Informare Turistică, amplasat în zona centrală a orașului.

Evaluarea potențialului infrastructurii adiacente și a celei specifice sectorului turistic s-a realizat pe componente și a fost evaluat pe diferite nivele: local, regional, național, internațional. În urma analizei componentelor infrastructurii, principalele concluzii care au fost enunțate sunt: P_{IT} – potențialul infrastructurii de transport: *potențial național mediu spre ridicat și internațional scăzut spre mediu*; $P_{I.S.A}$ – potențialul infrastructurii pentru sport și agrement: *potențial național ridicat și internațional scăzut*; $P_{I.E}$ – potențialul infrastructurii pentru organizare de evenimente (târguri, congrese, conferințe, festivaluri): *potențial național mediu și internațional scăzut*; $P_{I.C}$ – potențialul infrastructurii de cazare: - *potențial național și internațional ridicat*; $P_{I.A}$ – potențialul infrastructurii de alimentație: *potențial național și internațional ridicat*; $P_{I.I.T}$ – potențialul infrastructurii de informare turistică: - *potențial național ridicat și internațional mediu*. S-a adus o notă de inovativitate prin evaluarea acesteia și stabilirea importanței (nivel regional, național sau internațional), iar concluzia majoră care se poate trage este ca orașul dispune de o infrastructură de transport compusă din mai multe tipologii: rutieră, feroviară și aeriană, dar căruia trebuie să i se acorde o atenție mult mai mare. Chiar dacă are un aeroport internațional pe el operează doar câteva curse directe regulate. În ceea ce privește infrastructura specifică sectorului turistic, cea de cazare și alimentație publică înregistrează o varietate și dimensiune satisfăcătoare, pregătită să facă față unui număr mult mai mare de turiști decât în prezent.

FORME DE TURISM ÎN ORAȘUL CLUJ - NAPOCA

Capitolul “forme de turism în Cluj-Napoca” și-a propus să prezinte care sunt principalele forme de turism care se practică în acest moment în oraș, caracteristicile acestora și cum pot fi acestea mai bine dezvoltate în viitor. S-a pornit de la un chestionar care a fost aplicat unităților de cazare din oraș și unde trebuia menționat ce proporție ocupă turismul de afaceri, cultural, medical, participare la târguri și evenimente și alt scop în cadrul unității respective. Pentru Cluj-Napoca a rezultat următoarea situație: turismul de afaceri: 44 %, turismul cultural: 15%, participare la târguri și evenimente: 19 %, turismul medical: 12 %, alt scop: 10 %. De asemenea s-a realizat o clasificare a formelor de turism după mai multe criterii: a duratei, provenienței turiștilor, numărului de participanți, modului de organizare, sezonității, mijloacelor de transport folosite pentru a ajunge în oraș, vârstei turiștilor, mobilității turiștilor și criteriul economico-social. A urmat apoi analiza fiecărei forme de turism în parte prin stabilirea principalelor caracteristici. Pentru turismul cultural a fost realizat un studiu care să prezinte interesul pentru principalele muzee din oraș și în acest sens a fost folosit ca și indicator numărul de vizitatori în perioada 2008-2012. În urma analizei datelor a reeșit că detașat Grădina Botanică, ocupă locul întâi în ceea ce privește numărul de vizitatori, valoarea acesteia fiind una de nivel internațional, comparativ cu Muzeul de Artă, Istorie și Etnografic care găzduiesc cu precădere exponate valoroase pe plan regional sau național.

Cercetarea diferitelor forme de turism care se regăsesc în cadrul unui oraș, a fost necesar pentru a fi făcută astfel încât atunci când se elaborează planuri și strategii de dezvoltare a turismului, să se poată emite măsuri care să fie în concordanță cu ceea ce se “practică” și se cere pe piața turistică din oraș. Pe lângă formele de turism care deja sunt evidențiate în cadrul centrului urban, se pot identifica și altele care în viitor, printr-o dezvoltare și promovare corespunzătoare, să fie generatoare de fluxuri de turiști și implicit aducătoare de venituri la bugetul local.

CIRCULAȚIA ȘI CEREREA TURISTICĂ

Capitolul referitor la circulația și cererea turistică din Cluj-Napoca prezintă analiza acestor indicatori prin interpretarea datelor obținute de la Institutul Național de Statistică și a celor obținute cu ajutorul unui chestionar aplicat prin intermediul Centrului de Informare Turistică din oraș, turiștilor care au trecut pragul acestuia în perioada 15.01-15.06.2013. Din păcate rezultatele obținute din chestionar nu pot fi considerate reprezentative, datorită ratei reduse de responsabilitate.

Pe de o parte s-a făcut analiza circulației turistice prin intermediul a trei indicatori de bază: evoluția numărului de turiști, numărul înoptărilor și gradul de utilizare a capacității de cazare, iar pe de altă parte s-a încercat să se stabilească cererea turistică din oraș cu ajutorul analizei profilului vizitatorilor, a tipologiei sejurului și evaluarea experienței turistice. Evoluția numărului de turiști din Cluj-Napoca s-a realizat pe intervalul de tip 2001-2012, atât la nivel general cât și pe fiecare tip de unitate de cazare în parte. S-a calculat de asemenea, care a fost procentul pe care l-a ocupat

fiecare unitate de cazare în parte, în intervalul 2001-2012, în preferințele turiștilor, rezultând că cel mai mare număr de turiști s-a înregistrat pentru hoteluri, care au dominat de-a lungul anilor, fiind urmat de către vilele turistice, pensiunile turistice, campinguri, hosteluri și motele. Restul unităților de cazare au înregistrat procente sub 1 %. În ceea ce privește numărul de înnoptări în unitățile de cazare din Cluj Napoca, la fel ca și la indicatorul precedent, s-a folosit intervalul de timp 2001-2012 și s-au interpretat datele atât la nivel general cât și pe fiecare unitate de cazare în parte. Rezultatele obținute în cazul acestui indicator au fost similare cu cele obținute pentru numărul de sosiri în oraș, întărind astfel relația de directă proporționalitate care există între acești doi indicatori. Gradul de utilizare a capacității de cazare a fost cel de al treilea indicator care a fost analizat pentru a exprima circulația turistică și la fel ca și numărul de turiști și numărul de înnoptări a fost analizat atât la nivelul tuturor unităților de cazare luate împreună cât și separat și de asemenea s-a calculat ponderea care a ocupat-o fiecare unitate de cazare în parte în intervalul 2001-2012. Se poate concluziona că cele mai profitabile unități de cazare din Cluj Napoca, pentru perioada 2001-2012 au fost vilele turistice, iar anul cel mai benefic din punct de vedere al indicatorilor circulației turistice a fost 2007. Criza economică și-a pus amprenta și asupra circulației turistice din Cluj Napoca, influențând-o în sens negativ și determinând scăderi bruște a indicatorilor analizați mai sus. Cu toate că numărul înnoptărilor și a sosirilor de turiști a început să crească din 2011, încă nu s-au atins valorile înregistrate în 2007 sau 2008.

Pe lângă acești trei indicatori menționați mai sus au mai fost analizați și: durata medie a sejurului, intensitatea circulației turistice și sezonalitatea. În ceea ce privește durata medie a sejurului a rezultat că aceasta este de 1-2 nopți pentru Cluj-Napoca. Intensitatea circulației turistice este de 1.3, valoare care plasează orașul în categoria orașelor în care activitățile turistice sunt în fază incipientă. În ceea ce privește sezonalitatea, s-a constatat că nu cunoaște fluctuații majore de-a lungul anului în Cluj-Napoca.

Circulația turistică, surprinde cel mai bine modul în care sectorul turistic din cadrul unui oraș a evoluat de-a lungul timpului și în același timp modul în care actorii locali implicați în acest sector au știut cum să “gestioneze” această industrie a turismului. Mulți dintre investitorii în turism și în special din infrastructura de cazare, nu au ținut cont de tendințele de evoluție a circulației turistice, pentru Cluj Napoca existând o situație puțin paradoxală, cu toate că începând cu 2009 încoace circulația turistică a fost în continuă scădere, numărul unităților de cazare noi înființate a fost în continuă creștere. De asemenea puțini au luat în calcul, gradul de utilizare a capacității de cazare, după cum s-a evidențiat aceasta având valori sub 50 %, o rată care de cele mai multe ori nu asigură profitabilitatea unității de cazare. Prin calculul intensității circulației turistice în Cluj Napoca, s-a demonstrat faptul că orașul este într-o fază incipientă de dezvoltare a turismului, iar acesta trebuie

să implementeze strategii și politici de dezvoltare în conformitate cu resursele existente aici și în trend cu cerințele turistice externe. În ceea ce privește sezonalitatea de-a lungul anului, lunile de vară au potențialul cel mai ridicat a fi angrenate într-un proces de creștere a circulației turistice. Trebuie încurajată dezvoltarea turismului cultural în primul rând, astfel încât acesta să poată fi un bun substituent al turismului de afaceri și de târguri și evenimente care pe perioada verii înregistrează valori scăzute ale circulației turistice

Pentru analiza cererii turistice din Cluj-Napoca, s-au folosit datele obținute din chestionarul aplicat turiștilor prin intermediul Centrului de Informare Turistică din oraș și s-a făcut studiu comparativ cu datele obținute cu ajutorul chestionarului aplicat unităților de cazare din oraș. În stabilirea profilului vizitatorilor și a tipologiei sejurului s-a analizat scopul principal al vizitei, țara de proveniență și structura acestora pe sexe, structura pe vârstă și situația profesională și a studiilor finalizate. În ceea ce privește evaluarea experienței turistice în cadrul orașului s-a folosit scara Linkert, iar elementele care au fost evaluate au fost următoarele: perioada aleasă pentru vizitare și condițiile meteorologice, calitatea cazării și a serviciilor, curățenia din oraș, valoarea estetică a orașului per ansamblu, siguranța personală pe stradă, accesibilitatea la atracțiile turistice, ospitalitatea localnicilor, abilitatea angajaților din domeniul turismului să vorbească o limbă străină, gama de dotări culturale și artistice, ambianța orașului pentru plimbări pietonale, nivelul de aglomerație din oraș, gama de unități pentru “viața de noapte” și distracții, gama de restaurante și cafenele, posibilitățile de cumpărături. În concluzie, într-o proporție de 33 % a rezultat că turiștii au fost mulțumiți de experiența turistică avută în Cluj - Napoca, 27 % au fost foarte mulțumiți, 26 % dintre ei au fost nici nemulțumiți, nici mulțumiți, 8 % au fost destul de nemulțumiți și 6 % dintre ei au fost foarte nemulțumiți. Pentru un oraș care este încă în fază incipientă de dezvoltarea a turismului se poate afirma că rezultatele obținute sunt încurajatoare, iar aspectele care nu au înregistrat cele mai bune valori, pot fi următoarele de care actorii responsabili de dezvoltarea turismului în oraș să se ocupe și să încerce să le îmbunătățească. Lipsa datelor de la Institutul Național de Statistică în ceea ce privește profilul vizitatorilor din Cluj Napoca, rata redusă de responsabilitatea pentru chestionarele aplicate în cadrul Centrului de Informare Turistica din oraș, au făcut ca analiza cererii turistice pentru orașul Cluj Napoca sa fie una foarte dificilă și care nu poate să se concretizeze prin stabilirea unui profil clar al vizitatorilor și a “cerințelor” turistice pe care aceștia le au. Fiind un oraș în continuă evoluție, din punct de vedere turistic vorbind, temele de studiu pentru acest sector nu sunt epuizate, continuarea studiului asupra profilului turiștilor care vizitează orașul fiind imperios a fi realizată și nu doar in cadrul Centrului de Informare turistică din oraș ci mai ales în cadrul unităților de cazare, acestea putând sa ofere rezultale cele mai veridice.

PROPUNERI PENTRU O POSIBILĂ STRATEGIE DE DEZVOLTARE DURABILĂ A TURISMULUI ÎN ORAȘUL CLUJ - NAPOCA

Ultimul capitol al lucrării a fost dedicat propunerilor pentru o mai bună dezvoltare a turismului în Cluj – Napoca. Pornind de la simple lucrări de amenajare a spațiului, sau a unui obiectiv turistic, continuând cu lucrări ample de remodelare urbană sau lucrări de infrastructură, până la educarea și schimbarea mentalității oamenilor implicați în sectorul turistic, s-au propus soluții care pot să conducă în viitor la o mai bună dezvoltare a turismului în orașul Cluj Napoca.

OBIECTIV	MASURA / ACTIUNE
<p>Valorificarea potențialului turistic natural și antropoc într-o manieră durabilă;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reabilitarea patrimoniului cultural istoric; - Amenajarea spațiilor naturale cu potențial turistic (ex Cheile Baciului); - Amplasarea de panouri informative la fiecare obiectiv turistic în parte care să conțină o scurtă prezentare a obiectivului, programul de vizitare și datele de contact (dacă este cazul: site, adresă de mail, număr de telefon), astfel încât turiștii să fie informați, chiar dacă obiectivul nu este deschis în momentul vizitei și să îi ofere informațiile necesare în cazul în care dorește să revină; - Amplasarea de indicatoare turistice spre obiectivele turistice amplasate și în zona periferică a orașului, de hărți turistice, iar la casele de vânzare a biletelor pentru mijloacele de transport în comun să fie informații despre modalitatea de acces la ele; - Străzile care concentrează un număr mai mare de clădiri monumente istorice să fie transformate în alei pietonale. Un exemplu ar fi zona străzii Mihail Kogalniceanu și strada Universității, aici putând să se realizeze un spațiu pietonal cu spații verzi, piste pentru bicicliști și băncuțe pentru vizitatori; - Amenajarea râului Someș prin recalibrarea albiei, astfel încât să se asigure scurgerea apei și la capacitate mai mare, permițând în viitor și prezența unor ambarcațiuni navale de mici dimensiuni, folosite în scop turistic, să se refacă malurile și să se amenajeze alei de promenadă de-a lungul întregului râu pe teritoriul orașului Cluj - Napoca;

	<ul style="list-style-type: none"> - Accesarea de fonduri europene pentru realizarea acestora;
<p>Îmbunătățirea infrastructurii adiacente și a celei specifice sectorului turistic, astfel încât să conducă la o mai bună desfășurare a actului turistic în oraș</p>	<ul style="list-style-type: none"> - construirea a cel puțin două parcări subterane în principalele piețe care înglobează fluxurile turistice din Cluj - Napoca: Piața Unirii și Piața Avram Iancu. Cu ajutorul acestor parcări subterane s-ar reduce numărul de blocaje care există momentan în partea centrală a orașului, de foarte multe ori fiind întâlnite autoturisme parcate pe partea carosabilă care duc la blocarea traficului sau la îngreunarea acestuia. De asemenea s-ar rezolva problema parcărilor pentru autocarele care aduc grupuri cu turiști pentru vizitarea orașului. - Sistemul public de transport din Cluj - Napoca trebuie să își reînnoiască parcul auto, foarte multe mijloace de transport care sunt folosite în acest moment sunt vechi, de mai mult de 15 ani în funcțiune, nu beneficiază de căldură sau aer condiționat, de afișarea electronică a rutei, lipsa în totalitate a facilităților pentru persoanele cu dizabilități. - Pe lângă reînnoirea parcului auto, trebuie modernizate și stațiile de așteptare a mijloacelor de transport; - Crearea de piste de biciclete și puncte de închiriere a bicicletelor, pentru turiștii care doresc să viziteze orașul folosind acest mijloc de deplasare;
<p>Promovarea pe plan național și internațional a “produselor turistice” oferite de către orașul Cluj - Napoca</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizarea unui program clar de promovarea a formelor de turism identificate a fi practicate în oraș și scoaterea în evidență a beneficiilor pentru care să se practice în Cluj - Napoca și nu în alt oraș; - Promovarea în mass media și la târgurile de turism naționale și internaționale și în mediile de afaceri internaționale a imaginii orașului Cluj - Napoca, ca și loc propice pentru practicarea acestor forme de turism; - Pentru dezvoltarea turismului medical, stabilirea unei legături între autoritățile locale și furnizorii de servicii medicale și crearea unui acord comun de promovare națională și internațională a facilităților și serviciilor de care ar beneficia

	<p>daca ar veni în Cluj - Napoca;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bazându-se pe faptul ca este și un centru universitar, cu un număr de peste 150000 de studenți la cele 5 universități prezente aici: Universitatea Babeș Bolyai, Universitatea Tehnică, Universitatea de Medicină și Farmacie, Universitatea de științe Agricole și Medicină Veterinară și Academia de Muzică Gheorghe Dima, ar trebui încurajat turismul de conferințe, prin sprijinirea acestor instituții în organizarea de conferințe internaționale; - Realizarea unor studii de cercetare în care să se identifice într-o măsură cât mai corectă necesitățile și cerințele “practicanților” diferitelor forme de turism, astfel încât autoritățile să poată să canalizeze într-o măsură cât mai bună fondurile de investiții din turism;
<p>Regenerarea zonelor urbane degradate prin intermediul turismului</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Amenajarea spațiilor verzi existente și valorificarea acestora în scopul recreerii fizice și psihice în special a populației locale, dar și a turiștilor. De asemenea se necesită crearea de noi spații verzi în cadrul municipiului Cluj - Napoca, pentru a se ajunge la o medie a spațiului verde per locuitor apropiată de media europeană. - Transformarea spațiilor urbane degradate în spații verzi prin plantarea de vegetație și arbuști, acest lucru ducând și la creșterea valorii economice a terenurilor în viitor; - Fiecare ansamblu de locuințe nou construite să respecte legea în ceea ce privește spațiul verde și locul de joacă pentru copii, în multe cazuri acest spațiu fiind transformat în locuri de parcare; - Realizarea unei centuri verzi în jurul orașului și stoparea construcțiilor din pădurile de la periferia orașului, care sunt declarate și rezervații naturale; - Realizarea de spații pentru practicarea sporturilor în aer liber înconjurate de verdeață, educarea cetățenilor și în special al copiilor pentru protejarea spațiului verde din jur;

	<ul style="list-style-type: none"> - Toate proiectările să se realizeze cu păstrarea specificității clădirilor reabilite, iar clădirilor noi să li se confere elemente de atractivitate din punct de vedere al “culorii locale”, al utilizării unor materiale de construcție, dotări, finisaje și echipări care să întrunească cerințele siguranței și întreținerii ușoare în exploatarea curentă, protecției clienților, personalului și mediului ambient; - Încurajarea investitorilor să pătrundă pe piața economică din Cluj - Napoca, prin deschiderea de noi companii, care pe lângă faptul ca ar crea noi locuri de muncă ar duce în continuare la dezvoltarea tursimului de afaceri;
<p>Angrenarea tuturor actorilor implicați în sectorul turistic din oraș, într-un proiect comun care să aibă ca și scop creșterea eficienței economice a activităților turistice din oraș</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Să se ofere facilități fiscale pentru societățile care activează în domeniul unităților de cazare, astfel încât aceștia să fie generatori de noi locuri de muncă pentru populația locală; - Să facă în mod regulat controale de verificare a calității serviciilor oferite turiștilor; - Să ofere în mod gratuit pliante și hărți turistice unităților de cazare pentru a fi oferite turiștilor care se cazează în cadrul unităților; - Să stabilească un contact permanent între unitățile de cazare și biroul de informare turistică pentru organizarea unor evenimente turistice de calitate; - Să ofere consultanță turistică societăților noi care doresc să activeze în domeniul unităților de cazare, astfel încât înainte ca aceștia să își deschidă afacerea să știe care este cererea turistică în Cluj - Napoca și pe ce segment vor să se axeze; - Să atragă și investitori în domeniul unităților de cazare internaționali; - Crearea de programe pentru copii și tineri care să încurajeze practicarea de sporturi de performanță, astfel încât să fie o cerere din ce în ce mai mare pentru dezvoltarea și modernizarea infrastructurii sportive din oraș; - Suport financiar din partea autorităților pentru organizatorii de

	evenimente sportive și pentru cei care doresc să investească în noi baze sportive și de agrement;
--	---

Ca orașul Cluj Napoca să se dezvolte din punct de vedere turistic și regenereze din punct de vedere urbanistic, trebuie să existe o strânsă cooperare între actorii implicați în acest sector, atât cei din mediu privat cât și cei din mediul public. De asemenea în procesul de concepere a planului de dezvoltare a turismului trebuie să se țină cont de câteva aspecte majore, cum ar fi: dezvoltarea urbană durabilă, implicarea populației locale, promovarea imaginii turistice a orașului conform cu potențialul turistic de care dispune.

CONCLUZII

În finalul lucrării au fost trase principalele concluzii referitoare la studiul efectuat asupra sectorului turistic din oraș, printr-o manieră geografică, și s-a încercat să se dea un răspuns la întrebările care s-au impus la începutul lucrării. Astfel în ceea ce privește potențialul orașului de a se impune din punct de vedere turistic pe plan național și internațional, după analiza componentelor mai sus menționate, principalele concluzii care se pot trage sunt următoarele: orașul dispune de un patrimoniu natural și antropoc de valoare în deosebi regională și națională, neînregistrând elemente unicate, iar vizitarea acestuia se poate realiza într-o singură zi;

Infrastructura adiacentă necesită lucrări de îmbunătățire, dar cea specifică sectorului turistic corespunde atât ca formă, mărime și funcționalitate unui centru turistic de renume internațional; Cluj Napoca este un oraș care se pretează pentru practicarea mai multor forme și tipuri de turism, care pot atrage o clientelă turistică diversificată. În acest sens există câteva tipuri de turism care pot fi mult mai mult “exploatate” și promovate în strategiile de atragere a turiștilor; Comparativ cu un alt oraș din Transilvania, Sibiu care în 2007 a deținut și titlul de capitală culturală a Europei, orașul Cluj Napoca a reușit de-a lungul timpului să atragă un număr mai mare de vizitatori;

Răspunsul la întrebarea care sunt șansele orașului Cluj Napoca să dețină titlatura de Capitală Culturală a Europei în 2021 a reușit din analiza turismului cultural de aici, incluzând baza materială de susținere a activităților culturale și numărul, forma și tipologia evenimentelor și activităților culturale artistice din Cluj Napoca. S-a încercat și un interviu la începutul anului 2013 cu reprezentanții asociației care se ocupă de elaborarea strategiilor și a programului cu care orașul dorește să candideze pentru acest titlu, dar încă nu aveau stabilite principalele axe, astfel încât analiza s-a realizat doar pe baza situației actuale a influenței sectorului cultural artistic asupra turismului din oraș. Dacă atunci când a început studiul de față în 2010, evenimentele culturale în Cluj Napoca nu ocupau o pondere foarte ridicată, anul 2013 s-a dovedit a fi unul în care

festivalurile și evenimentele cultural artistice și-au făcut mai mult prezența pe piața turistică din oraș (ex. Festivalul de Fotografie, Festivalul Cărților, Festivalul Jazz in the Park, fiind doar câteva dintre noile festivaluri culturale organizate aici). Totuși până în acest moment doar un singur festival: Festivalul Internațional de Film Transilvania reușește să atragă atenția pe plan internațional. În ceea ce privește instituțiile și baza de susținere a activităților cultural artistice acestea corespund pentru organizarea programului Capitală Culturală a Europei, cu toate că mai există încă zone din oraș și clădiri care ar trebui “reinventate” din punct de vedere cultural și care pot să servească ca și noi locuri de consum a culturii. În concluzie se poate afirma că orașul Cluj Napoca are potențial să susțină în 2021 programul Capitală Culturală a Europei, bineînțeles cu îmbogățirea ariei în ceea ce privește evenimentele cultural artistice care se desfășoară în oraș.

Răspunsul la cea de-a treia întrebare care s-a impus, dacă poate să conducă sectorul turistic din oraș la regenerarea urbană a acestuia și să devină un substituent pentru alte industrii care se află în declin, reiese din analiza circulației turistice pentru Cluj Napoca. În acest moment sectorul turistic din Cluj Napoca reușește să fie un contribuabil către bugetul local în deosebi prin intermediul componentei de cazare. După analiza gradului de ocupare a unităților de cazare din Cluj Napoca, care în 2012 a înregistrat o valoare de 22,47%, se poate concluziona că profitabilitatea nu este una foarte ridicată.

Cluj Napoca este un oraș în care turismul este încă în fază incipientă, dar care are toate premisele pentru a deveni în viitor un centru turistic cu renume național și internațional, atât timp cât cei implicați în cadrul acestui sector, atât din mediul public cât și privat, o să înțeleagă că numai cooperând și dezvoltând proiecte comune pot să reușească. În ceea ce privește studiul realizat acesta a reușit să își îndeplinească obiectivele propuse, chiar dacă au fost întâmpinate unele dificultăți în culegerea informațiilor. Este un studiu care a reușit să surprindă sectorul turistic din Cluj Napoca într-o manieră geografică și în același timp a venit cu sugestii pentru rezolvarea unor probleme constatate pe teren și în urma analizei datelor.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Alicu, D., Lazarovici, Ghe., C., Pop, C., Gavriliuț, C. (1997), *Cluj - Napoca: inima Transilvaniei*, Edit. Studia, Cluj - Napoca;
2. Ashworth, G.J. (2008), *Managing the cultural tourist*, Cultural Resources for tourism, Edited by Jansen-Verbeke Myriam, Nova Science Publication, New York;
3. Ashworth, G.J., Dietvortst, A.G.J. (1995), *Tourism and spatial transformation*, Cab International, Oxon;

4. Bacnonsky, A.E. (1963), *Cluj și împrejurimile sale, mic îndreptar turistic*, Edit. Meridiane, București;
5. Blank, U. (1994), *Research on Urban Tourism Destination*, Travel, tourism and hospitality research, second edition, Edited by J.R.Ritchie, Charles R. Goeldner, John Wiley & Sons Inc., New York;
6. Buta, I., Idu, P.D., Edroiu, N. (1980), *Cluj: ghid turistic al județului*, Edit. Sport-Turism, București;
7. Buttle, F. (1986), *Hotel and Food Service Marketing*, Cassel Educational, London;
8. Căndea, M., Erdeli, G., Simon, T. (2000), *România, potențial turistic și turism*, Edit. Presa Universității din București, București;
9. Ciangă, N. (2007), *România. Geografia turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj – Napoca;
10. Ciangă, N., Dezsi, Ș. (2007), *Amenajare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj - Napoca;
11. Chawla, R. (2006), *Tourism for urban development*, Sumit Enterprises, New Delhi;
12. Cocean, P. (2011), *Strategii de dezvoltare urbană*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj - Napoca;
13. Cocean, P. (2006), *Turismul Cultural*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj - Napoca;
14. Dale, G., Oliver, H. (2000), *Travel and tourism*, Hodder & Stoughton, London;
15. Dezsi, Ș. (2006), *Patrimoniu și valorificare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj - Napoca;
16. Gheorghiaș, A. (2004), *Turism urban și turism cultural*, Edit. Credis, București;
17. Howard, P. (2003), *Heritage, Management, Interpretation, Identity*, Continuum, London;
18. Hudson, S. (2008), *Tourism and Hospitality Marketing, a global perspective*, Sage Publications Ltd., London;
19. Ianoș, I. (1987), *Orașele și organizarea spațiului geographic. Studiu de geografie economică asupra teritoriului României*, Edit. Academiei, București;
20. Ilieș, G. (2008), *Turism Urban*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj – Napoca;
21. Lászlo, M. (2010), *Cluj - Napoca-ghid turistic*, Edit. Informativ Media Ropress, Cluj - Napoca;
22. Law, C. (2003), *Urban tourism, second edition*, Continuum, London;
23. Lukács, J. (2009), *Povestea "Orașului comoară"*, Edit. Apostrof, Cluj - Napoca;
24. Maciocco, G., Serreli, S. (2009), *Enhancing the city, new perspectives for tourism and leisure*, Springer, London;

25. Page, S., Hall, M. (2003), *Managing Urban Tourism*, Pearson Education Limited, Essex;
26. Page, S. (1995), *Urban Tourism*, Routledge, London;
27. Pașcu, Ș. (1974), *Istoria Clujului*, Edit. [s.n.], Cluj – Napoca;
28. Pop, G. (2007), *Județul Cluj*, Edit. Academiei Române, București;
29. Săgeată, R. (2010), *Geografia Urbană*, Edit. Universității Lucian Blaga, Sibiu;
30. Sălăgean, T., Mihály, M. (2007), *Cluj, orașul comoară al Transilvaniei*, Edit. Argonaut, Cluj - Napoca;
31. Selby, M. (2004), *Understanding Urban Tourism*, I.B. Tauris and Coltd, London;
32. Surd, V. (2010), *Planul urbanistic general al municipiului Cluj - Napoca: matricea geografică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj - Napoca;
33. Wöber, K.W. (2002), *City Tourism*, Springer, Viena;
34. *** (2006), *Strategia de dezvoltare a municipiului Cluj - Napoca*, Primăria Cluj - Napoca;
35. *** (2006), *Strategia de dezvoltare a județului Cluj 2007-2013*, Spânu Radu;