

Rezumatul tezei de doctorat: Potențialul turistic și valorificarea eficientă în N-V
Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

UNIVERSITATEA „BABEȘ-BOLYAI”

CLUJ-NAPOCA

FACULTATEA DE GEOGRAFIE

ȘCOALA DOCTORALĂ DE GEOGRAFIE

TEZĂ DE DOCTORAT:

**POTENȚIALUL TURISTIC ȘI VALORIFICAREA EFICIENTĂ
ÎN NORD-VESTUL TRANSILVANIEI
(JUDEȚELE CLUJ ȘI SĂLAJ)**

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC
PROF.UNIV.DR. CIANGĂ NICOLAE

DOCTORAND
ALTMAN IACOB

CLUJ-NAPOCA
2013

CUPRINS

INTRODUCERE.....	3
Motivație.....	7
1 Premise de individualizare le Nord-Vestului Transilvaniei (jud Cluj și Sălaj) și nivelul cunoașterii..	13
1.1. Premise geografice și turistice.....	13
1.2. Componenta administrativ-teritorială.....	18
1.3. Incursiuni în istoricul Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).....	23
2. Potențialul turistic în N-V Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).....	26
2.1 Potențialul turistic al cadrului natural.....	26
2.1.1 Potentialul turistic cu valoare peisagistică (potențialul morfoturistic).....	28
2.1.1.1.Potențialul reliefului montan.....	31
2.1.1.1.1. Potențialul speoturistic al zonei	38
2.1.1.2.Chei și defilee din Munții Apuseni.....	41
2.1.1.3.Modelarea regiunilor deluroase.....	48
2.1.2 Potentialul climato-turistic.....	49
2.1.2.1.Caracteristicile climatice ale Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).....	50
2.1.2.2.Indicatorii bioclimatici.....	53
2.1.2.2.1.Confortul termic și structura bioclimatică.....	53
2.1.2.2.2 .Stres-ul bioclimatic.....	56
2.1.2.3.Bioclimatele.....	57
2.1.2.3.1.Biodimatul montan.....	59
2.1.2.3.2.Biodimatul de dealuri și depresiunisubmontane.....	60
2.1.3. Potențialul turistic al apelor.....	60
2.1.3.1.Resursele hidrominerales.....	60
2.1.3.1.1.Izvoarele minerale.....	62
2.1.3.2 Apele de suprafață.....	64
2.1.3.2.1. Suprafețele lacustre.....	64
2.1.3.2.2. Rețeaua hidrografică.....	69
2.1.4. Potențialul turistic biogeografic.....	71
2.1.4.1. Potențialul turistic al învelișului vegetal.....	71
2.1.4.2. Potențialul turistic zoogeografic.....	74
2.1.5. Protecția mediului, turismul ecologic și dezvoltarea durabilă a acestuia.....	75
2.1.5.1. Ariile protejate.....	78

2.2. Potențialul turismului antropic.....	83
2.2.1. Aspecte generale.....	83
2.2.2. Vechimea populării teritoriului . Multiculturalitatea.....	84
2.2.3. Potențialul turistic cultural-istoric.....	86
2.2.3.1.Vestigii arheologice aparținând civilizațiilor antice dace și romane.....	87
2.2.3.2. Obiective istorico-culturale din evul mediu.....	91
2.2.3.2.1. Obiective cu caracter strategic din evul mediu.....	90
2.2.3.2.2. Statui și monumente.....	102
2.2.3.3. Obiective turistice religioase.....	108
2.2.3.4. Unități de cazare existente în Evul Mediu și în epoca modernă (Hanuri).....	115
2.2.3.5. Clădiri istorice de patrimoniu.....	116
2.2.3.6. Muzeu, case memoriale.....	119
2.2.4. Cercetarea.....	125
2.2.5. Cultura.....	126
2.2.6. Parcurile (spații amenajate)	127
2.2.6.1. Parcurile de recreere.....	128
2.2.6.2. Parcurile de agrement.....	128
2.2.7. Patrimoniul antropic tradițional.....	130
2.2.7.1.Evoluția economică a Nord-Vestului Transilvaniei.....	140
2.2.8. Componente ale civilizației tradiționale urbane și periurbane. Meșteșugurile.....	142
2.2.8.1.Agricultura.....	144
2.2.8.2. Creșterea animalelor.....	145
2.2.8.3. Prelucrarea lutului sau olăritul.....	146
2.2.8.4. Prelucrarea lemnului.....	146
2.2.8.5. Fierăritul.....	147
2.2.8.6. Prelucrarea pieilor și a blănurilor.....	147
2.2.8.7. Albinăritul.....	148
2.2.8.8. Aurăritul.....	148
2.2.8.9. Industria casnică textilă.....	148
2.2.8.10. Schimburile comerciale.....	148
2.2.9. Componente ale civilizației și culturii tradiționale rurale.....	150
2.2.9.1. Tradiții și obiceiuri din ciclul vieții și al muncii.....	151
2.2.9.1.1. Praznice religioase.....	156
2.2.9.1.1.1.Obiceiul stropitului.....	158
2.2.9.1.1.2. Cu bradul de poartă.....	159

2.2.9.1.1.3. "Fuga din tău" la Fărăgău.....	160
2.2.9.1.1.4. Postul Crăciunului.....	161
2.2.9.1.1.5. Colindatul, principalul eveniment al Crăciunului.....	161
2.2.9.1.1.6. Turca, Steaua și Viflaimu', forme alternative de colindat.....	162
2.2.9.1.2. Obiceiuri de primăvară.....	163
2.2.9.1.3. Obiceiuri de nuntă.....	164
2.2.9.1.3.1. Întâlnirile din șezători.....	164
2.2.9.1.3.2. Obiceiul peștitului.....	165
2.2.9.1.4. Obiceiuri alimentare.....	166
2.2.9.1.5. Medicina populară.....	169
2.2.9.1.6. Festivaluri.....	171
Caracteristicile potențialului turistic (oferta primară) din N-V Transilvaniei.....	173
3. Starea infrastructurii turistice din N-V Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).....	187
3.1. Starea actuală a infrastructurii turistice.....	176
3.1.1. Capacitatea de cazare.....	176
3.1.1.1. Hoteluri.....	177
3.1.1.2. Moteluri.....	196
3.1.1.3. Vile.....	198
3.1.1.4. Cabane.....	199
3.1.1.5. Campinguri.....	203
3.1.1.6. Sate de vacanță.....	205
3.1.1.7. Pensiuni.....	207
3.1.1.8. Case de vacanță.....	213
3.1.2. Forme de concentrare și amenajare turistice (stațiunile balneo-climaterice).....	213
3.1.2.1. Stațiunile climaterice montane.....	215
3.1.2.2. Stațiunile balneoclimaterice.....	217
3.1.3. Alimentație publică din turism.....	220
3.1.3.1. Restaurantul.....	220
3.1.3.2. Crama.....	223
3.1.3.3. Berăria.....	223
3.1.3.4. Braseria.....	223
3.1.3.5. Barul.....	224
3.1.3.6. Bodega.....	225
3.1.3.7. Bufetul.....	225
3.1.3.8. Cofetăria.....	225

3.1.3.9. Chioșcul.....	225
3.1.3.10. Automatele.....	225
3.1.4. Resursele umane.....	226
3.2. Potențialul de comunicație și transport în N-V Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).....	231
3.2.1. Transportul aerian.....	230
3.2.2. Transporturile rutiere.....	233
3.2.3. Transportul feroviar.....	236
3.2.4. Transportul local.....	238
3.3 Circulația turistică în N-V Transilvaniei (jud. Cluj și Sălaj).....	239.
3.3.1. Metode de înregistrare a circulației turistice.....	243
3.3.2. Indicatori de cuantificare a circulației turistice.....	244
3.4. Criterii de evaluare ale potențialului de dezvoltare turistică din N-V Transilvaniei (jud. Cluj și Sălaj)....	254
4 . Valorificarea eficientă a potențialului turistic și a amenajărilor din N-V Transilvaniei.....	263
4.1. Locul și rolul turismului în economie.....	264
4.2. Eficiența economică și socială a turismului.....	268
4.2.1. Rentabilitatea în turism.....	272
4.2.1.1.Indicatori de rentabilitate pentru investițiile noi.....	272
4.2.1.2.Indicatori de analiză economică.....	276.
4.2.2. Specificitatea eficienței activităților din turism.....	288
4.2.1.1. Eficiența activității de cazare.....	293
4.2.2.2. Eficiența activității de alimentație publică.....	298
4.2.2.3.Eficiența activității de transport turistic.....	300
4.2.2.4.Eficiența circulației turistice.....	302
4.2.2.5. Eficiența activității de agrement turistic.....	304
4.2.2.6. Eficiența serviciilor complementare.....	308.
4.2.2.7. .Eficiența utilizării potențialului uman.....	309
4.2.2.8. Eficiența utilizării mijloacelor fixe.....	310.
4.2.3. Efectele eficienței în turism: durabilitatea sau volatilitatea investiției turistice	310
4.3. Metode de creștere a eficienței în turism	314
4.3.1. Teoriile „capitalului teritorial”, teorii ale regionalizării.....	315
4.3.1.1. Teoria localizării.....	324
4.3.1.2. Teoria polilor de creștere sau a polilor de dezvoltare.....	325

4.3.1.3. Teoria centru-periferie.....	326.
4.3.1.4. Teoria ciclurilor lungi.....	326
4.3.1.5. Teoriile marxiste.....	327
4.3.2. Rolul marketingului în creșterea eficienței turismului.....	329
4.3.2.1. Formele publicității.....	334
4.3.3. Fiscalitatea și creșterea eficienței în turism.....	338
4.3.4. Planificarea și prognoza în turism. Condiții de eficientizare.....	349
4.3.4.1. Metode clasice de prognoză bazate extrapolarea seriilor de timp.....	353
4.3.4.1.1. Metoda ultimei valori înregistrate.....	353
4.3.4.1.2. Metoda mediei aritmetice simple.....	354
4.3.4.1.3. Media mobilă de ordinul k.....	354
4.3.4.1.4. Media mobilă exponențială de ordinul k.....	354
4.3.4.1.5. Metoda sporului mediu.....	355
4.3.4.1.6. Metoda indicelui mediu.....	356
4.3.4.1.7. Metoda descompunerii sezoniere.....	357
4.3.4.1.8. Nivelarea exponențială.....	358
4.3.4.1.8.1. Nivelarea exponențială simplă.....	358
4.3.4.1.8.2. Metoda liniarizată a lui Holt.....	359
4.3.4.1.8.3. Modelul pentru sezonalitate multiplicativă.....	359
4.3.4.1.8.4. Modelul pentru sezonalitate aditivă.....	360
4.3.4.2. Metode moderne de prognoză.....	362
4.3.4.2.1. Metoda Box-Jenkins pentru sezonalitate.....	362
4.3.4.2.2. Prognoza structurii unor fenomene prin Lanțuri Markov.....	363
4.3.4.3. Metode econometrice.....	365
4.3.4.3.1. Regresia simplă.....	365
4.3.4.3.2. Regresia multiplă.....	365
4.3.4.3.3. Regresia dinamică.....	367
4.3.4.3.4. Regresia nonliniară.....	367
4.3.4.4. Previziuni de marketing	368

4.3.4.4.1. Previziunea produselor noi introduse pe piață.....	369
4.3.4.4.2. Anchete privind intențiile consumatorilor.....	373
4.3.4.5.Compararea metodelor de prognoză. Aplicație.....	375
4.3.4.6. Model avansat de prognoză: Modelul string	378
4.3.4.7. Modelul de prognoză în mișcare.....	382
4.3.5. Modelul stringurilor în cazul crizelor economice.....	385
4.3.5.1. Construirea bazei de lucru a modelului.....	386
4.3.5.2. Transpunerea economică.....	390
4.3.5.3. Aplicația 2.....	402
4.4. Concluzie. Efectul multiplicator al turismului.....	406
Bibliografie.....	411

Cuvinte cheie: potențial turistic, valorificare, eficiență, Nord-Vestul Transilvaniei, aplicatii ale stringurilor, regionalizare, metode de prognoză, marketing în turism.

INTRODUCERE

Turismul reprezintă astăzi, prin conținutul și rolul său, un domeniu distinct de activitate, o componentă de primă importanță a vieții economice și sociale pentru un număr tot mai mare de țări ale lumii. Din punct de vedere etimologic, cuvântul turism derivă de la verbul englez „to tour”- ceea ce înseamnă a călători, a face un tur, a înteprinde un turneu; în limba franceză „tourisme” este considerat un anglicism, deși termenul tur este mai vechi și provine din latinescul “turnus”.

Turismul este considerat, în primul rând, o formă de recreere alături de alte activități și formule de petrecere a timpului liber, el totodată presupune mișcarea temporară a oamenilor spre destinații situate în afara reședinței obișnuite, de asemenea, în cele mai multe situații, el implică efectuarea unor cheltuieli cu impact asupra economiilor zonelor vizitate.

Conform definițiilor geografilor, turismul reprezintă călătoriile de plăcere, pentru recreere. Aceasta a fost extinsă în ultimii ani, pentru a include orice călătorie în afara zonei în care cineva trăiește sau muncește, de la călătorii de o zi până la vacanțele în străinătate.

Așadar, prin turism se înțelege, în primul rând, ansamblul de activități prin care omul își petrece timpul liber călătorind în altă localitate sau țară pentru a vizita oameni și locuri, monumente și muzee, pentru a-și îmbogăți cunoștințele generale, pentru a se distra și a face sport, pentru odihnă sau tratament etc., iar în al doilea rând industria creată pentru satisfacerea tuturor serviciilor solicitate de către turiști la locul de destinație, la un înalt nivel calitativ, și în condițiile protecției și conservării resurselor turistice, în special, și a mediului înconjurător, în general.

Pornind de la premisa că turismul se referă la călătoriile oamenilor în afara reședinței obișnuite, definirea conținutului acestuia aduce în discuție aspecte cum sunt: scopul călătoriei, distanța și durata deplasării, precum și caracteristicile subiectului călătoriei, respectiv ale turistului. Ca urmare, cele mai multe dintre studiile consacrate acestui domeniu operează cu analiza intercorelată a categoriilor de „turism” și „turist”.

Unul dintre specialiștii consacrați în cercetarea fenomenului turistic, a cărui opinie a fost îmbrățișată de un număr mare de teoreticieni, este profesorul elvețian W. Hunziker¹. El definește turismul prin „ansamblul relațiilor și fenomenelor ce rezultă din deplasarea și sejurul persoanelor în afara locului de reședință, atât timp cât sejurul și deplasarea nu sunt motivate de o stabilire permanentă sau de o activitate lucrativă oarecare”.

Cercetarea științifică a fenomenului turistic integrează o arie tematică largă, de la definirea locului acestuia în strategia de dezvoltare, la evidențierea determinantilor, fluctuațiilor de evoluție și formelor de manifestare a coordonatelor și mecanismelor pieței și la evaluarea impactului său în plan economic, social, cultural, ecologic și politic. Toate acestea se bazează pe utilizarea unei varietăți de surse informative, a unui instrumentar de cercetare din care nu lipsesc metodele statistico-matematice și analizele comparative pe realizarea unor investigații din perspectiva marketingului sau conducerii moderne.

În țara noastră, turismul montan se înscrie astăzi în tendințele manifestate de turismul românesc în general: transformări structurale generate de trecerea la economia de piață, scăderea

¹ Hunziker, Walter; Krapf, Kurt (1942). *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* [Outline of the general theory of tourism]. Seminars für Fremdenverkehr und Verkehrspolitik an der Handels-Hochschule St. Gallen Zurich: Polygraphischer Verlag AG

circulației turistice, a calității echipamentelor și serviciilor, din lipsa surselor investiționale, dificultăți generate de întârzierea privatizării, de fiscalitatea împovărătoare, care nu favorizează dezvoltarea turismului, de lipsa coerenței cadrului legislativ, de imaginea negativă a României propagată peste hotare etc. Aceste tendințe demonstrează sensibilitatea turismului la stimulii economico-sociali, la convulsiile conjuncturale, iar turismul montan nu face excepție.

Legătura dintre activitatea de turism și gradul de dezvoltare economico-socială, luând în calcul principalii indicatori de caracterizare a acestora, se analizează utilizând mai mulți indicatori.

Exemplificăm aici prin:

Coeficient de corelație statistică simplă (Pearson²) :

$$r = \frac{n \sum x \cdot y - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Unde: x = indicatorul independent;

y = indicatorul dependent;

n = numărul de ani.

Coeficientul de corelație statistică „r” ia valori cuprinse între -1 și +1. Cu cât valoarea lui „r” se apropie de 0, legătura dintre indicatorul independent (x) și indicatorul dependent (y) este mai redusă; când rezultatul se apropie de -1 indicatorul independent influențează puternic și în sens invers indicatorul dependent, iar când rezultatul se apropie de +1, legătura dintre cei doi indicatori este puternică și directă.

Turismul are, pe lângă consecințe economice, și o profundă semnificație socio-umană. Acțiunea sa se exercită atât asupra turistilor, cât și asupra populației zonelor vizitate și se resimte în planul consumului, instruirii și educației, utilizării timpului liber, calității mediului, legăturilor dintre națiuni.

P. Cocean³ (1996) definește potențialul turistic ca fiind rezultatul asocierii spațiale a fondului turistic cu baza tehnico-materială aferentă. G. Erdeli și I. Istrate⁴ (1996), consideră potențialul turistic al unui teritoriu ca fiind ansamblul elementelor naturale, economice și cultural-istorice, care prezintă anumite posibilități de valorificare turistică, dau o anumită

² Sullivan, T.J. (2004) *Sociology: concepts and applications in a diverse world*. Boston: Pearson Education.

³ Cocean, P. (1996), *Geografia turismului*, Ed. Carro, București, .

⁴ Erdeli, G, Istrate, I, (1996), *Amenajări turistice*, Ed. Universității, București.

funcționalitate pentru turism și deci constituie permise pentru dezvoltarea activității de turism. Aspectul limitativ al definiției decurge din faptul că autorii se opresc doar la o parte din elemente cu valoare pentru turism și anume la cele binecunoscute, ce oferă posibilități de valorificare în această direcție. Prin acesta se exclud acelea care au importanță locală sau sunt știute de un număr limitat de vizitatori. De aici necesitatea de a separa în cadrul potențialului turistic cel puțin două grupe de componente: cunoscute și valorificate și cele slab cunoscute și încă și mai puțin vizitate (aflate în stare latentă).

Astfel că, în funcție de gradul de recunoaștere se poate separa un potențial turistic latent (elementele există dar sunt puțin recunoscute, cum sunt o parte însemnată a resurselor turistice din Sălaj), și potențial turistic cunoscut (asansamblul de elemente de pe un teritoriu care sunt știute, popularizate și conduc la organizarea de activități turistice, cum sunt cele din Cluj), iar în funcție de specificul obiectivelor în potențial turistic natural (elemente naturale care sunt introduse în cadrul activităților turistice) și potențial turistic antropoc (vestigii arheologice, monumente istorice, de arhitectură, artă, etnografie, economie, construcții etc. cu valoare turistică, adică elemente datorate activității omului de-a lungul timpului).

Zona de nord-vest a Transilvaniei dispune de un cadru natural bogat, variat și complex cu structură peisagistică armonioasă, bucurându-se de o climă favorabilă practicării turismului pe tot parcursul anului, fiind înzestrată cu floră și faună bogată, cu numeroase monumente ale naturii dar și cu vestigii istorice, artistice și arhitecturale, cu valoroase elemente și posibilități curative, putând satisface deci, prin resursele turistice de care dispune, preferințele cele mai exigente ale unor segmente variate ale cererii turistice interne și internaționale.

Motivație

Lucrarea cuprinde prezentarea potențialului turistic natural și antropoc al zonei de studiu, Transilvania de nord-vest (județele Cluj și Sălaj) și în continuare modalitățile de determinare a gradului de valorificare eficientă a dotărilor turistice, bazate pe conceptele de eficiență economică, social-politică, promoțională și tehnică, care se regăsesc și în activitatea turistică. Pe parcursul desfășurării lucrării s-a încercat parcurgerea, prin trecere în revistă, a tuturor componentelor geografice ale potențialului turistic, având la îndemână cercetările efectuate de cadrele universitare ale Facultății de Geografie din cadrul U.B.B. din Cluj-Napoca. Astfel, s-au

utilizat hărțile, pentru a putea delimita zona studiată, și s-au adaptat la necesitățile lucrării. S-a dorit integrarea studiilor regionale elaborate în timp de diverse colective de cercetători geografi, geologi, economiști etc., sistematizarea lor și extragerea datelor necesare pentru lucrarea de față.

Alegerea temei de doctorat „Potențialul turistic și valorificarea eficientă în N-V Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj), are la bază legătura puternică a omului cu natura, și folosirea acesteia pentru a crea o afacere lucrativă din prezentarea frumuseții naturii, a urmelor istorice și totodată constituirea afacerii ca o modalitate de relaxare pentru turiști.

Lucrarea de față a fost gândită și concepută ca o expresie dihotomică a zonei studiate, expresie a „trupului și a spiritului” zonei, atât în cadrul potențialului turistic cât și în ansamblul ei, și se vrea o voce, în plus, pentru menținerea unui echilibru între geografia fizică și spiritul uman care fac unică această zonă în țara noastră. Autorul fiind economist, s-a dorit ca această lucrare să se constituie într-o lucrare transdisciplinară, bazată pe cunoștințe de geografie, istorie, economie, matematică și fizică cuantică.

Lucrarea tratează o problemă de actualitate cu multiple implicații pentru teoria și practica turismului. Tema acestei lucrări este cu atât mai interesantă cu cât studiile actuale și practica hotelieră recunosc necesitatea unor noi cercetări, analize și eforturi pentru identificarea celor mai bune surse de inovare care să susțină activitatea de diversificare și eficientizare a serviciilor turistice astfel încât practicile manageriale să se concentreze asupra acestora.

Lucrarea este structurată în trei capitole de analiză a potențialului turistic cu toate componentele sale, evaluarea elementelor de potențial și zonarea turistică, iar într-un capitol, (4), s-a desfășurat un studiu de valorificare eficientă a potențialului mai înainte prezentat, amenajarea și dezvoltarea turistică, prin analiza eficienței și prognoza unor modele de organizare și dezvoltare ale spațiului turistic respectiv.

Cum titlul lucrării este „...valorificarea eficientă ...” am considerat că în afară de prezentarea stadiului actual al eficienței folosirii potențialului turistic, trebuie să adăugăm și prognoza dezvoltării ulterioare și exploatarea acestuia, cu un randament mai ridicat. S-a considerat necesar să se accentueze câteva modele de prognoză economică, mai ales acum în plină recesiune economică, iar în cadrul acestor modele am prezentat modele de prognoză clasice și modele moderne. Modelele de prognoză clasice preferate au fost cele care se pliază și aplică cel mai bine turismului, adică, modelele sezoniere. Contribuția personală se referă la concepția

modelelor string, adică a modelului economic bazat în calcul pe ultimele descoperiri ale fizicii atomice (ca model de răspuns).

Încheierea lucrării se face prezentând locul și rolul turismului în economie și mai ales rolul lui de multiplicator în economie, și prezentarea modelului personal de ieșire din depresiunea economică actuală.

Principalele metode practice folosite au fost consultarea bibliografiei și identificarea resurselor pe teren, urmând etapa de laborator, în care toate datele culese au fost structurate, clasificate, fișate, iar apoi reprezentate cu ajutorul metodelor moderne, pe hărți tematice și tabele, în funcție de categoriile lor. Astfel s-au utilizat metode de cercetare diferențiate în realizarea lucrării de față:

1. Metode generale:

- a) Metoda dialectică – permite descifrarea corectă a relațiilor dintre părțile componente ale sistemelor geografice, cât și înțelegerea tuturor proceselor care se produc în geosistem.
- b) Metoda analizei. Mediul geografic reprezintă un sistem complex. Cunoașterea acestuia implică urmărirea fiecărui component, a elementelor specifice lui, a legăturilor dintre componente și elemente.
- c) Metoda analizei are la bază alte două metode importante: metoda inductivă și metoda deductivă. *Metoda inductivă* – este cunoscută și prin formula “de la singular la plural”. Prin inducție se realizează trecerea treptată de la acumulări singulare la generalizări, abstractizări. Presupune cunoașterea (în special prin descriere) proceselor singulare, compararea lor, separarea de trăsături particulare, dar și generalizări, stabilirea legăturilor dintre ele, ierarhizări etc. Este metoda prin care se ajunge la elaborarea legilor și teoriilor fizico-geografice. Despre rolul ei, Simion Mehedinți, în lucrarea “Terra” (1930) sublinia că geograful “după ce a observat, a descris și clarificat fenomenele telurice, trebuie să ajungă pe calea inducției să ne arate și legea care guvernează, să putem stabili, când e posibil, chiar o prognoză. Prevederea cursului fenomenelor este ultima treaptă de pozitivare a unei științe”. *Metoda deductivă* – este metoda care recomandă calea inversă, de la general la particular. Se aplică prin elaborarea unor raționamente în care se pleacă de la premise ce conțin generalul pentru a se ajunge la cunoașterea singularului, deoarece acesta este subordonat.

2. Metode geografice:

- a) Metoda cartografică,

- b) Metoda observației,
- c) Metoda itinerariilor geografice

3. Metode economice:

- a) Cercetarea fundamentală. Ea este menită să descifreze legile naturii, gândirii și societății, să asigure deschideri noi spre cunoaștere, să ofere perspective de progres. Un loc deosebit în cadrul ei îl are cercetarea fundamentală orientată spre aplicații practice în viitor.
- b) Cercetarea aplicativă. Acest tip de cercetare, folosind rezultatele celorlalte categorii de cercetare precum și cunoștințe empirice, se preocupă de transformarea lor în tehnici și tehnologii concrete.
- c) Cercetarea de dezvoltare. Este consacrată utilizării rezultatelor cercetării fundamentale și aplicative în vederea obținerii unor soluții noi, de principiu, problemelor ridicate de diferite domenii ale tehnicii și economiei.

4. Metode statistico-matematice:

- a) Metode statistice statice. Privim sistemul static, fără evoluții în timp sau spațiu.
- b) Metode dinamice. Sistemul evoluează permanent în timp și spațiu după anumite legi.
- c) Metodele sondajelor. Cercetare unei părți reprezentative și aplicarea extrapolării la tot

S-a folosit sistemul rezultat în urma cuantificării vectorilor turismogeni⁵, prin care am preluat denumirea factorilor ce determină existența unui anumit potențial turistic, am delimitat o serie de categorii de unități taxonomice geoturistice, specifice spațiului nord-vest transilvănean.

În acest scop, am utilizat metoda propusă de prof. univ.dr Mihai Ielenicz și lector univ.dr. Laura Comănescu în lucrarea „România. Potențial turistic” (2006)⁶ și a lucrării: Ciangă, N., Deszi, St., Rotar Gabriela, „Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de Nord-Vest a României” (2002)⁷.

⁵ Gherasim Virginia (2006), *Potențialul turistic al depresunilor Sibiului și Făgărașului*, Teză de doctorat, București, pg.5. *Turismogen*, acest cuvânt provine din fr.tourisme, „turism”+lat.genus „fel ,tip, varietate”, termen care desemnează însușirea unui teritoriu, perceput ca entitate spațială funcțională sau a unui factor geografic (natural sau antropic) de a determina și susține manifestarea, sub diferite tipuri și forme, a fenomenului turistic, prin potențialul său de atractivitate, prin serviciile turistice potențiale (agrement, cunoaștere, masă, transport) etc.

⁶ Ielenicz M., Comănescu Laura (2006), *România. Potențial turistic*, Edit. Universitară, București.

⁷ Ciangă, N., Deszi, St., Rotar Gabriela, (2002), *Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de Nord-Vest a României*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai Geographia, Cluj-Napoca.

. S-a încercat accentuarea în lucrare a faptului că favorabilitatea pentru practicarea turismului este dată de unicitatea arealelor cu resurse turistice⁸, în special a celor etnografice. Restrictivitatea pentru turism este dată de altitudinea munților, izolarea acestora, dar și de riscul demografic de îmbătrânire al populației de la sate, care constituie un impas în dezvoltarea, în special, a turismului rural.

Consemnarea faptului că procesul de amenajare turistică depinde de factorii locali geografici, actorii locali, autoritățile locale, județene, regionale și naționale, și mai ales a inexistenței unei politici coerente de dezvoltare turistică integrată în sistemul de dezvoltare economic general⁹, reprezintă primul impas în realizarea ideilor, obiectivelor la nivel local, și eliminarea disparităților din cadrul zonei studiate. Rămâne să urmărim evoluția dezvoltării turistice în timp și spațiu, fenomenul fiind unul foarte dinamic și de largă perspectivă.

Prin metodele și mijloacele utilizate s-a urmărit o prelucrare cât mai exactă a tuturor datelor puse la dispoziție de diferite instituții (INS, Consiliile Județene Cluj și Sălaj, primării, saituri web), cu scopul analizării obiective a stațiunilor balneo-climaterice existente în momentul de față în arealul studiat, dar și a prezentării potențialului turistic balnear existent, pe baza căruia se pot dezvolta alte centre moderne, de interes local sau național.

Turismul este privit atât din rolul său de multiplicator economic cât și un sistem de sine stătător, rolul și locul său fiind definit prin activitățile componente: cazare, alimentație publică, transport, agrement, tratament, considerate ca sociale, politice, culturale și economice, cu determinări sau influențe în alte sisteme¹⁰. În literatura de specialitate, cazarea și alimentația, alături de tratamente și transport, sunt considerate servicii de bază, și s-a procedat la prezentarea de metode de determinare a eficienței specifice turismului, pe activitățile de bază care-l definesc.

Arătându-se că eficiența înseamnă obținerea unor efecte cât mai favorabile, în urma unei activități, pe baza faptului că orice activitate umană este, în același timp, consumatoare de resurse și producătoare de efecte, s-a prezentat noțiunea de eficiență ca devenind aplicabilă celor mai variate preocupări ale omului. Compararea efectelor cu eforturile care le-au determinat reprezintă de fapt numai o latură a eficienței economice. Trebuie să se aibă permanent în vedere

⁸ Petrea Rodica, Petrea, D., (2001), *Turism rural*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.

⁹ Raboca, N., Ciangă N., Maier, A., (2001), *Geografie economică*, Vasile Goldiș, University Press, Arad

¹⁰ Surd, V., Zotic, V., Bold, I., Chira, Carmen, 2005, *Amenajarea teritoriului și infrastructuri tehnice*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

și alte elemente cum ar fi: structura resurselor și a rezultatelor (nu trebuie urmărite numai performanțele lor pur matematice, ci și efectele lor față de societate), timpul (ce poate acționa diferit asupra elementelor din structură), calitatea efectelor (rezultatele trebuie să prezinte reale utilități sociale), iar acest model fizic complex, după părerea noastră, poate fi reprezentat prin modelul cuantic, string, propus.

Teza de doctorat abordează o temă de cercetare nouă, neexplorată de cercetătorii români, dar suntem încrezători că rezultatele cercetării noastre pot contribui la creșterea gradului de înțelegere academică și aplicabilitate practică

Extrem de utile mi-au fost consultările acordate de coordonatorul științific, prof.univ.dr.Nicolae Ciangă, precum și cele oferite de prof. univ.dr. Ioan Aurel Irimuș. Acestea m-au ajutat să înțeleg mai bine complexitatea aspectelor care definesc potențialul turistic și modalitatea de apreciere cantitativă și calitativă, motiv pentru care le mulțumesc cu multă recunoștință

1 Premise de individualizare ale Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj) și nivelul cunoașterii

1.1. Premise geografice și turistice

Geografic, zona studiată este integrată geomorfologic în cadrul Depresiunii Transilvaniei, prin subunitățile: Câmpia Transilvană și Podișul Someșan, în Depresiunea Silvaniei, Carpații Occidentali (Munții Meseșului, munții Plopișului, Muntele Mare, Munții Gilău, Munții Vlădeasa, Munții Trascău). Podișul Transilvan formează partea centrală a Depresiunii Transilvaniei, și este compus din trei componente majore¹¹: Podișul Someșan, Câmpia Transilvaniei și Podișul Târnavelor, fiecare dintre ele cu particularități clar exprimate, atât în ceea ce privește aspectele geografico-fizice, cât și cele geografico-umane¹².

Podișul Someșan a fost încadrat în ceea ce a fost definit ca Platforma Someșană (subdiviziune a Depresiunii Transilvano-Someșene), care însemna întregul spațiu cuprins între munții Maramureșului, culoarele Someșului Mare și Someșului Mic, Munții Apuseni și compartimentul nordic al Câmpiei de Vest (Câmpia Someșului și parțial Câmpia Crișurilor). În

¹¹Grigor P Pop, (2001), *Depresiunea Transilvaniei*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, pg.67-69

¹² Muntele, I., Iașu, C., (2003), *Geografia turismului, concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Ed. Sedcom Libris, Iași, pg 68.

aceeași accepție, așa-zisa Platformă Someșană cuprindea o „latură externă” și o „latură internă”, separate de către Jugul intracarpatic (V. Mihăilescu, 1936, 1966)¹³. Nu departe de viziunea menționată a fost prezentată problema și în alte lucrări, cu deosebirea că termenul de Platformă Someșană a fost înlocuit cu cel de Podiș Someșan (V. Tufescu, 1966)¹⁴. Treptat s-a ajuns la cristalizarea regiunii teritoriului de dealuri din nord-vestul României, în sensul că spațiul de la vest de Jugul Intracarpatic („latura externă”) a fost atribuit Dealurilor de Vest, sub definirea Dealurile Crasnei sau Dealurile Silvano-Someșene, iar cel din estul acestuia („latura internă”) a rămas la Depresiunea Transilvaniei, sub numele de Podișul Someșan, în această privință meritul revenind cercetătorilor școlii geografice clujene. În fig 1 se poate vedea delimitarea Nord-Vestului Transilvaniei în cadrul regiunii de dezvoltare Nord-Vest.

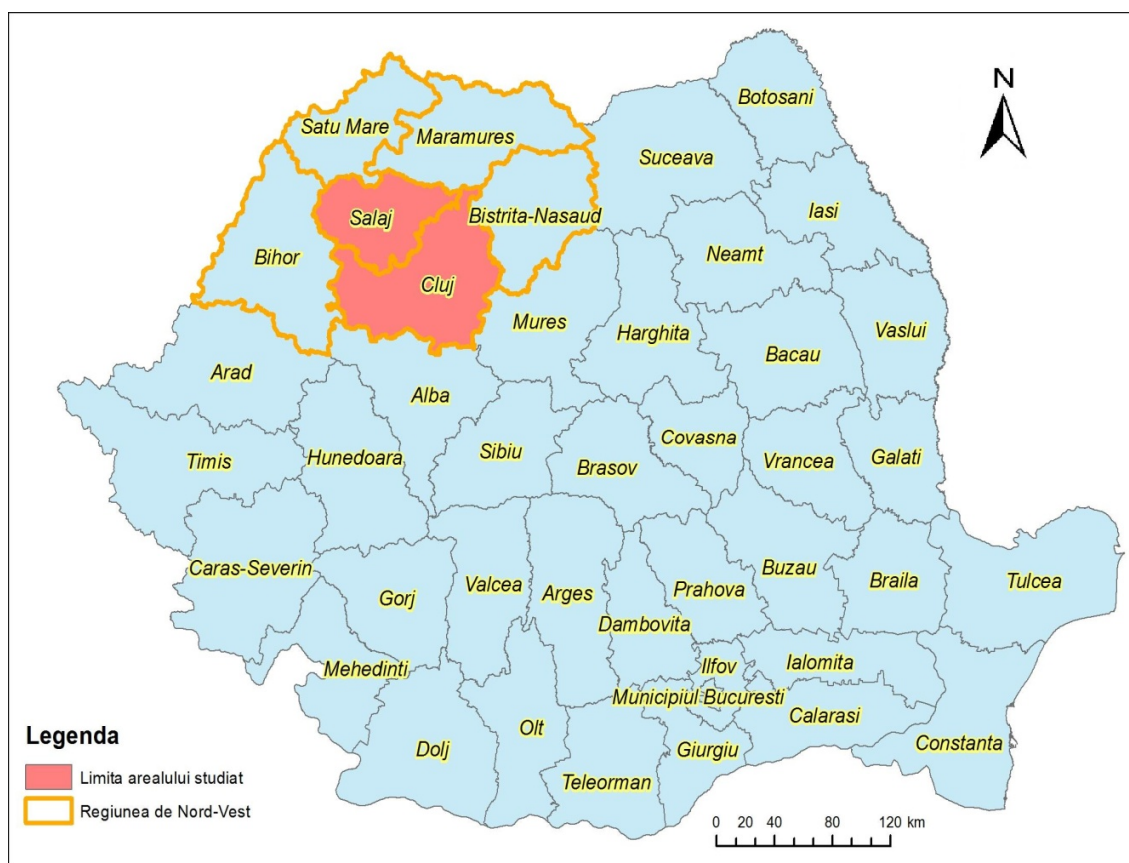


Fig.1 Localizarea Nord-Vestului Transilvaniei în cadrul regiunii de Nord-Vest și la nivelulul țării

¹³ Mihăilescu, V., (1966), *Dealurile și câmpiile României*. Studiu de geografie a reliefului, Edit. Științifică, București, pg. 36.

¹⁴ Victor Tufescu, (1966), *Cercetări geografice complexe în proiectarea lucrărilor de corecția torenților*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai, seria Geologie-geografie, 2, p. 93-96, Cluj.

Astfel definit, „Podișul Someșan a fost supus unor investigații de cercetare mai profunde, atât sub aspect geografico-fizic, cât și geografico-uman, înregistrându-se, însă, unele ezitări în privința regionării teritoriale, situația menționată fiind o consecință a complexității unității (determinată de evoluția geologică și geografică, precum și de gradul destul de diferit de antropizare), apoi a stadiului la care a ajuns cercetarea în domeniu și, nu în ultimul rând, a viziunii și opțiunii celor care s-au aplecat cu multă trudă spre cunoașterea realităților din spațiul analizat”¹⁵. În fig.2 se poate identifica Nord-Vestul Transilvaniei în cadrul Transilvaniei, privind țara noastră prin prisma regiunilor istorice.



Fig.2 Localizarea Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj) în cadrul Transilvaniei.

¹⁵ Irimuş, I.A. 2010, *Potențial și valorificare turistică*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca., pg.52

Aici am putea sublinia preocupările îndelungate ale lui Al. Savu, care a studiat Podișul Someșan încă din anii '60, fapt ce a dus la finalizarea lucrării sale de doctorat: „Podișul Someșan – studiu geomorfologic”¹⁶. Limitele teritoriului astfel analizat erau: în sud-vest Valea Căpușului și depresiunea Huedin, în nord-est: Culmea Breaza, Depresiunea Lăpuș și Dealurile Năsăudului.

Problema limitei Podișului Someșan a constituit o preocupare permanentă a autorului, ducând la o schimbare a viziunii sale (Geografia României, III, 1987, p. 507-540) cu privire la aceasta. Astfel după o analiză aprofundată și foarte amănunțită, include în cuprinsul Podișului Someșan și Dealurile Feleacului, Podișul Huedin-Păniceni, Dealurile Ciceului, Dealurile Clujului și Dejului, Dealurile Gârboului și Depresiunea Almaș-Agrij.

„Față de cele menționate, cu sublinierea meritelor incontestabile ale cercetării geografice acumulate până acum, considerăm că limitele Podișului Someșan sunt: Masivul Var, format din sedimentar paleogen, urmate de cristalinul din Culmea Dealul Mare-Prisaca, în vest și nord-vest; Masivul Preluca, Depresiunea Lăpuș, curmăturile și bazinele nord-transilvane, în nord și culoarele largi ale Someșului Mare și Someșului Mic, ca limite față de Dealurile Bistriței și Câmpia Transilvaniei”¹⁷.

Din punct de vedere litologic, zona studiată este constituită din depozite friabile, șesuri aluvionare foarte dezvoltate în lungul majorității văilor. Foarte importante pentru amenajările preconizate a fi implementate în acest teritoriu sunt entitățile litologice care apar la zi în zonă. Acestea sunt reprezentate de formațiuni: paleogene (depozite de facies continental lacustru, alternante pe verticală cu depozite de facies marin), neogene (depozite marine de facies normal și salmastru), miocen superioare și pliocen inferioare (faciesuri de apă puternic îndulcită). După colmatarea Lacului transilvan, în pliocenul superior, depresiunea va evolua sub acțiunea modelatoare a agenților exogeni. Evoluția a fost marcată de entități litologice de tipul argilelor, marnelor, gresiilor, nisipurilor și microconglomeratelor. Depozitele cuaternare recente (deluvii, coluvii, proluvii și aluviuni) sunt cantonate pe versanți, la baza acestora și în albiile majore.¹⁸

¹⁶ Savu, Al.,(1963), *Podișul Someșan. Studiu geomorphologic (Somesan Plateau Geomorphologic study)*, Doctorate study, Cluj-Napoca.

¹⁷ Grigor P Pop,(2001), *Depresiunea Transilvaniei*,Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, pg 71

¹⁸ Mac I, Raboca, N., (1965), *Relieful structural din Valea Batinului (Nordul Câmpiei Transilvaniei)*, seria Geografie nr.2, Ed. Academiei, București.

Terasele și luncile din sectoarele inferioare ale Someșului Mic și Arieșului suplinesc lipsa câmpiilor. Relieful este predominant deluros și muntos, altitudinile maxime fiind deținute de masivele Vlădeasa și Muntele Mare, cu 1842 m și respectiv 1826 m. Județul Cluj este situat în zona de contact a trei unități geografice majore: Munții Apuseni, Platoul Someșan și Câmpia Transilvaniei. Conturul reliefului este în principal deluros (mai mult de două cincimi din suprafață) și muntos, fără altitudini sub 200 m deasupra nivelului mării. Relieful deluros include partea nord-vestică a Câmpiei Transilvaniei, caracterizat de existența unor dealuri cu o altitudine medie de 500 m și de partea sud-estică a Platoului Someșean, cu dealuri mai înalte, acoperite cu păduri.

Munții Apuseni (Munții Gilău, Muntele Mare și Trascău) veghează partea sud-vestică, altitudinea maximă fiind înregistrată în Masivul Vlădeasa (1.842).

Resursele minerale ale zonei sunt: combustibili (lignit, turbă, gaze naturale), minerale și roci (cuarț, feldspat, dacite și andesite, granite, calcar, tufă, caolin, sare), și izvoare cu ape minerale.

1.2. Componenta administrativ-teritorială.

Potențialul său economic este dat de resursele locale, tradiția și experiența de durată în majoritatea sectoarelor, cât și prin poziția sa de lider al comerțului în Transilvania, datorită așezării favorabile, la răscruce de rute comerciale importante, care leagă Europa Centrală de zona Balcanilor.

Descoperirile arheologice din acest județ arată existența unei civilizații integrate în viața și cultura europeană, încă de la începuturile acesteia. În zona Gura Baciului au fost descoperite cele mai vechi vestigii neolitice din România (5000 î.Hr.). În secolul al-II-lea î.Hr., aici se găsea o civilizație geto-dacă. După cucerirea Daciei de către Imperiul Roman, Potaissa (Turda) și Napoca (Cluj) au fost numite municipalități. Napoca devine capitala Daciei Porolissensis - fiind pentru prima dată atestată documentar. Din antichitate și până în zilele noastre, generații după generații, dacii mai întâi, daco-romanii și apoi românii (și pe lângă ei, mai târziu maghiarii și germanii) au trăit și muncit împreună și sunt legați de acest pământ pe care l-au înfrumusețat prin muncă.

Nord-vestul Transilvaniei, așa cum este prezentat în harta de la fig. 7, are în componența sa următoarele localități principale astfel, în județul Cluj: Municipiile: Cluj-Napoca (332.297 locuitori, conform recensământului din 2002), Turda (61.851 locuitori în 2002), Dej (41.974 locuitori în 2002); orașele: Câmpia Turzii (30.162 locuitori în 2002), Gherla (24.572 locuitori în 2002), Huedin (10,231 locuitori în 2002),

Are în componență 74 de comune cu 420 de sate (întreaga populație rurală numără aproape 234.277 locuitori). La 1 iulie 1996, populația județului număra 726.790 locuitori, din care 362.800 salariați și 494.534 populație urbană.

La recensământul din 2002 populația județului era de 702,755 locuitori, structurată pe etnii astfel: români: 79,4%, maghiari: 17,4%, rromi: 2,8%. Alte etnii: 0,4 % (2,729 locuitori, numeric astfel: evrei-250, germani- 944, ucrainieni-203, greci-152, italieni 124, armeni-63 ș.a)

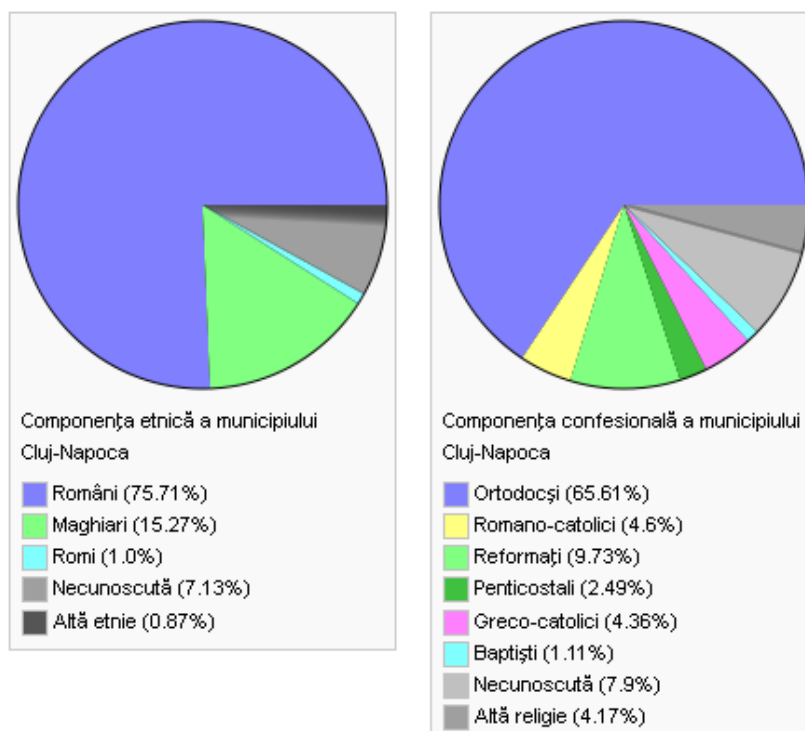


Fig.3-4. Componența etnică și confesională a municipiului Cluj-Napoca, Date INS 2011.

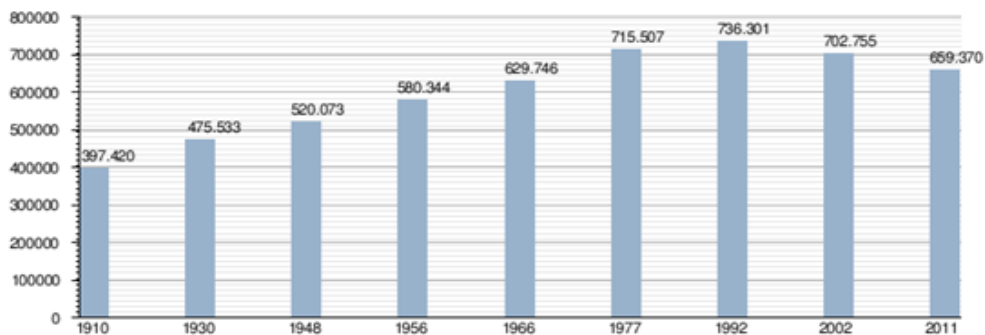


Fig.5 Evoluția demografică a jud Cluj, sursa INSSE, 2012

Cu o populație de 702.755 locuitori în 2002, densitatea populației era de 105/km².

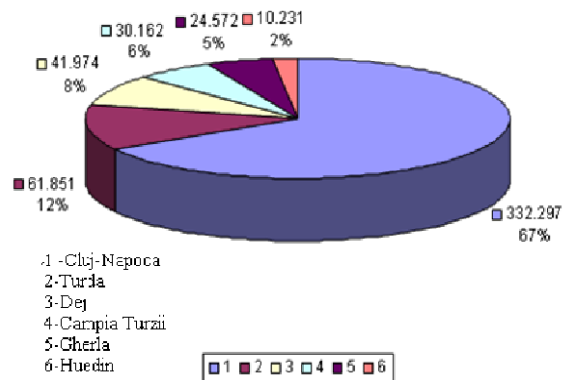


Fig.6. Populația urbană a județului Cluj. Prelucrare date INS.

Județul Sălaj este situat în partea de nord-vest a României, la contactul dintre Podișul Transilvaniei și Dealurile de Vest. Este limitat de județele Satu-Mare, Maramureș (nord), Bihor (sud-vest), Cluj (sud-est). Între aceste limite are o suprafață de 3864 km² (1,62% din teritoriul României) și aproximativ 260.000 locuitori.

Situându-se în nord-vestul României, la trecerea dintre Carpații Estici și Munții Apuseni, județul Sălaj este cunoscut din vremuri străvechi ca Țara Silvaniei, adică Țara Pădurilor, având o suprafață de 3850 km² și având ca vecini la nord județele Satu-Mare și Maramureș, la vest și sud-vest județul Bihor și la sud-est județul Cluj.

Municipiul Zalău, care se găsește în centrul județului pe râul cu același nume, este reședința administrativă a județului. Aceasta este una dintre primele așezări din Transilvania, menționat în

documente. Municipiul Zalău, reședința administrativă a județului cu o populație de 51.000 locuitori, situat în partea nordică a munților Meseș, menționat la Ziloc, în cronica lui Anonymous, este cea mai veche așezare atestată documentar din Transilvania. Acum este un oraș industrial, cu o viață spirituală și culturală intensă. Dacă raportăm numărul de locuitori stabili la suprafața județului, rezultă o densitate a populației de 62,75 locuitori/kmp. Cea mai mare densitate a populației se înregistrează în municipiul Zalău – 706,4 locuitori/kmp. Din punct de vedere administrativ-teritorial, județul Sălaj este organizat astfel: 1 municipiu – Zalău, 3 orașe – Șimleu Silvaniei, Jibou, Cehu Silvaniei, 57 comune, 285 sate.

În urma recensământului din martie 2002, populația de 248.015 locuitori era repartizată astfel:

- a) după etnie: români: 176.671, adică 71,23%, maghiari: 57.167, adică 23,04%, rromi: 12.544, adică 5,05%, alte etnii: 1633, adică 0,65%
- b) după religie: ortodocși: 165.097 locuitori, adică 66,56%, romano-catolici: 6358, adică 2,56%, reformați 48.452, adică 19,53%, alte culte 11,35%.

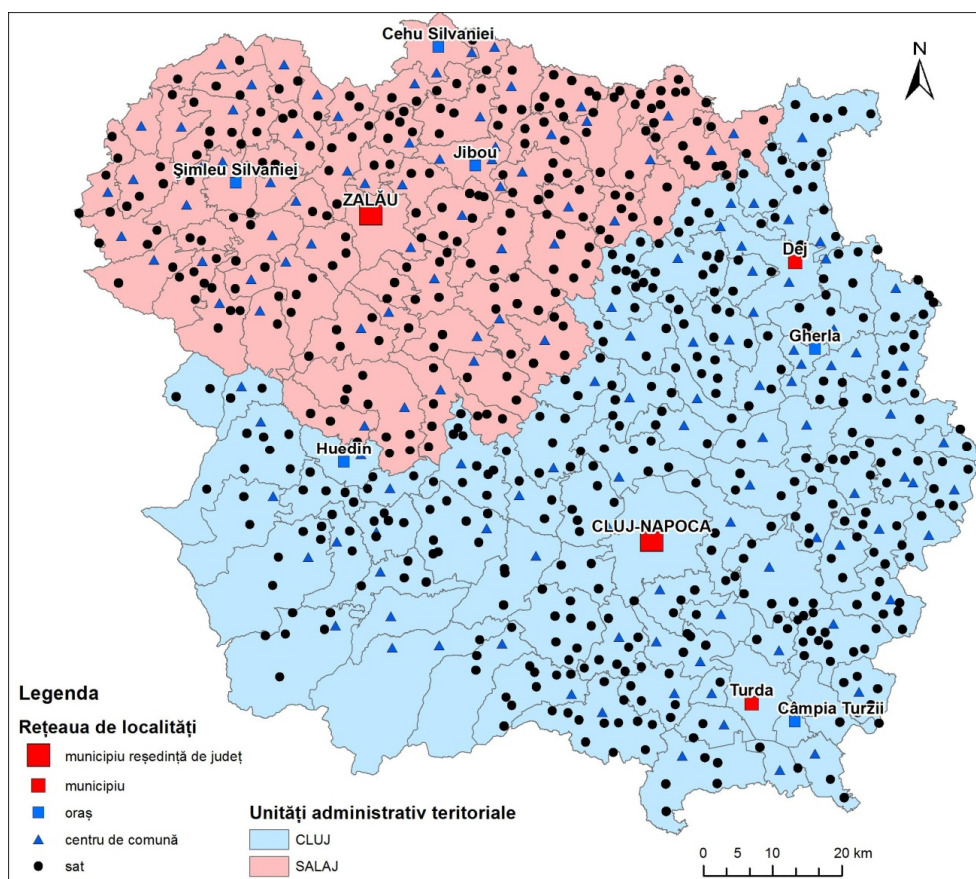


Fig 7. Hartă administrativă a Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

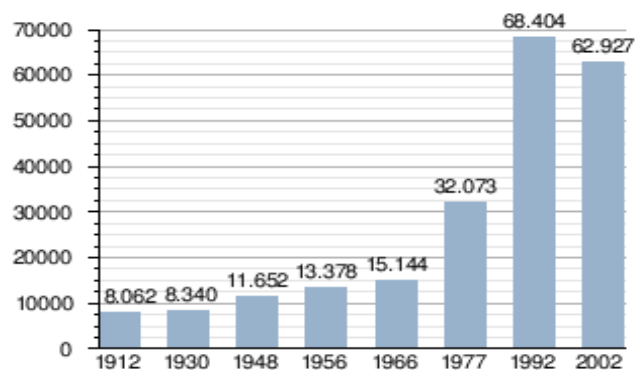


Fig. 8 Evoluția populației municipiului Zalău, sursă INS

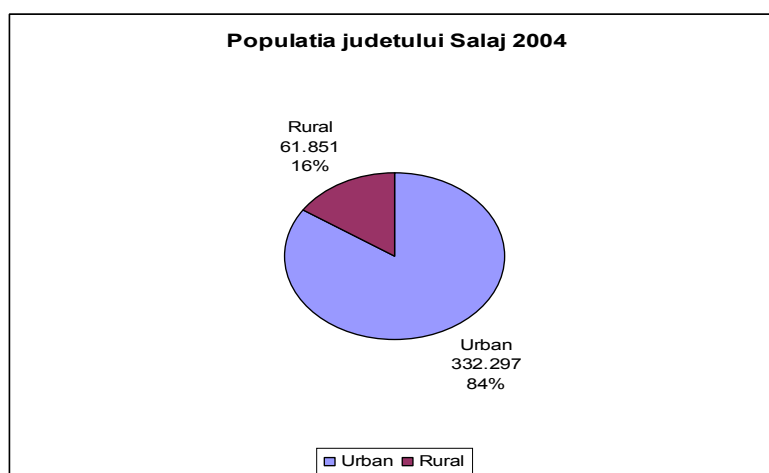


Fig.9 Populația urbană și rurală a jud. Sălaj, date de la INS.

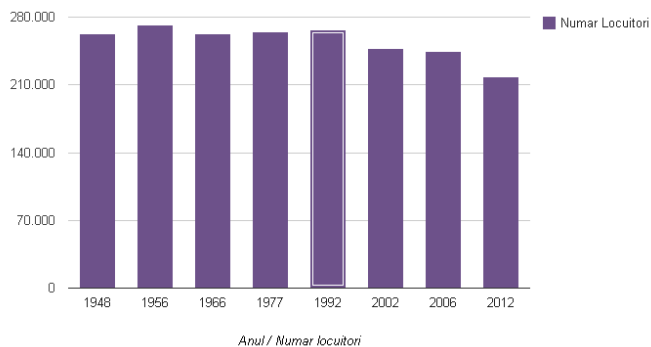


Fig 10 Evoluția populației în județul Sălaj, prelucrare date INS

1.3. Incursiune în istoricul Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

Alături de peisaj, istoricul zonei reprezintă unul din factori turistici de atractivitate, astfel, Cluj-Napoca, centru istoric și administrativ, ca așezare umană, are o origine veche și cunoaște, sub numele de Napoca, o deosebită înflorire în epoca daco-romană. O dată cu extinderea stăpânirii maghiare în Transilvania¹⁹ (sec XI-XII), are loc o suprapunere a organizării militare maghiare peste formele de organizare economică, socială și politică a populației locale romano-slave. În aceste condiții a fost construit la Cluj, un centru militar, castrum Clus, atestat sub acest nume pentru prima oară în 1213, care a devenit centrul militar-administrativ al comitatului cu același nume. Numele de astăzi al orașului păstrează forma atestată în sec. al XIII-lea, Cluj, căruia în limba maghiară îi corespunde Kolozsvár, iar în limba germană Klausenburg. În decursul sec. al XIII-lea Cluj s-a dezvoltat mai mult ca o așezare cu caracter agricol, populația îndeletnicindu-se cu meșteșugurile.

Procesul de constituire al Clujului ca centru economic a fost favorizat de așezarea sa la încrucișarea unor importante căi comerciale. Orașul a primit de la regii Ungariei o serie de privilegii, pe care le-a pierdut temporar după răscola din 1437, când a trecut de partea țăranilor răsculați. Acestea i-au fost însă reconfirmate mai târziu de Iancu de Hunedoara. Începând din sec. al XV-lea, se poate constata existența în Cluj a unor puternice bresle de cojocari-blănari, curelari, fierari, croitori, măcelari etc. Matei Corvin, regele Ungariei, le-a acordat numeroase privilegii, care au constituit un puternic impuls pentru dezvoltarea orașului. După constituirea principatului autonom al Transilvaniei (1541)²⁰, Clujul a devenit cel mai important centru economic, politic și cultural al acestuia. Mihai Viteazul, ajuns domn al Țării Românești, al Transilvaniei și al Moldovei, a confirmat Clujului toate privilegiile date de regii Ungariei și principii Transilvaniei. În anii 1790-1848 și 1861-1867, Clujul a fost capitala principatului Transilvaniei sub stăpânirea Austriei. După unirea Transilvaniei cu România, în 1918, Clujul a continuat să fie centrul vieții politice și culturale al Transilvaniei. În 1940 în urma dictatului de la Viena, Clujul a ajuns sub stăpânirea Ungariei horticiste. În octombrie 1944, orașul Cluj a fost eliberat.

¹⁹ Nistor, I., S.și colab., 2012, *Mituri și Legende din tradiția multimilenară a Clujului*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca

²⁰ Nistor, I., S., Lechințan, V., 2010, *Legendele Clujului*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca

Istoria Sălajului începe în paleoliticul târziu, după cum arată vestigiile de la Buciumi, Perii Vadului și în special desenele din Peștera de la Căciulat (lângă Jibou), colorate în roșu, unice în tot sud-estul Europei. Nenumăratele așezări situate în depresiunea Silvania sunt mărturii ale existenței dacilor în această zonă. Ruinele celui mai important centru cultural, economic și militar situat în nord-vestul Daciei Romane, Municipiul Porolissum sunt incluse în circuitul turistic. Aceasta este o dovadă a continuității daco-romanilor pe teritoriul României. Viața spirituală a românilor care au trăit aici a decurs în concordanță cu caracteristicile esențiale din Transilvania din Evul Mediu. Principalul punct fiind biserica, cu cele trei aspecte: religios, cultural și național. Cele 77 de biserici de lemn (secolele XVI-XIX) situează județul printre primele locuri, cu județul Maramureș, din punct de vedere al monumentelor arhitectonice și istorice.

Analiza apelor hidrominerale și termale scot în evidență mai multe izvoare, care intră în circuitul habsburgic de stabilimente, de tipul sanatoriu, sau în unele dintre ele încep amenajări complexe de tip stațiune toate acestea având ca motor de dezvoltare începutul revoluției industriale. .

Noua strategie de dezvoltare internațională a condus și la dezvoltarea turismului mondial, în dorința de a se instaura o nouă ordine economică mondială și de a reduce treptat discordanța existentă între țările industrializate și cele în curs de dezvoltare. Din acest punct de vedere, turismul este considerat ca o activitate majoră în viața națiunilor, din cauza influenței directe asupra sectoarelor sociale, culturale, educative, economice cu largă deschidere spre schimburile internaționale.

În ultimii 50 de ani, turismul a cunoscut un avânt considerabil, în condițiile creșterii numărului de posesori de automobile, reducerii la tarifele de transport aerian, dezvoltării excursiilor organizate, fapt ce a permis unui număr mare de turiști să se deplaseze în stațiunile balneare, montane, de litoral, în centre urbane, culturale de renume. Dacă pentru anul 1992, numărul de turiști înregistrați a fost de 300 milioane, pentru anul 2000 estimarea se ridică la peste 600 milioane. În aceste condiții, turismul va determina un consum sporit de resurse turistice. Acestea sunt, de fapt, părți componente ale mediului ambiant, și de calitatea acestora vor depinde eficiența și valoarea turismului practicat. Privit ca o activitate economică, turismul poate produce un impact asupra elementelor cadrului natural și social.

2. Potențialul turistic în Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

Resursele turistice naturale reprezintă cadrul natural și componentele acestuia, și este una din cele două părți ale potențialului turistic, premisa fundamentală pentru dezvoltarea turismului. Efectul activității turistice determinat de componentele cadrului natural este multiplu.

a) Un prim efect este cel ecologic. Deplasările turiștilor în anumite zone pot duce la diminuarea sau chiar dispariția unor activități cu efect poluant.

b) “Un alt efect este acela al neoantropizării”²¹ regiunilor mai slab populate, aflate în arealul montan.

c) Al treilea efect este acela al resuscitării și stimulării de activități tradiționale pe cale de dispariție și, implicit, la valorificarea unor produse specifice economiei rurale.

În funcție de componenta dominantă a cadrului natural și a valorificării diferențiate a acestora, se realizează amenajări turistice diferențiate ca volum, aspect și funcționalitate, accentuând personalitatea turistică a regiunii.

Potențialul turistic peisagistic al reliefului are o varietate care este stâns legată de structură, litologie, tectonică etc. În regiunile montane se observă personalități distincte ale formelor de relief, fiecare dintre ele contribuind la atractivitatea zonei respective²².

2.1 Potențialul turistic al cadrului natural

Relieful zonei este variat și se compune în mare parte din dealurile ce alcătuiesc zona de scufundare și fragmentare dintre Carpații Occidentali și Carpații Orientali. Din zona Munților Apuseni pătrund două ramificații cu aspect montan și anume Munții Meseș (Vf. Măgura Priei - 996 m) și Munții Plopiș, Zonele depresionare sunt reprezentate de Depresiunea Almașului, (Depresiunea Almaș-Agrij), drenată de Valea Almașului și Valea Agrijului, Depresiunea Guruslău (pe Valea Someșului), formațiunile deluroase ale Podișului Someșan, de 150-300 m, cu dealuri străbătute de văile largi ale Barcăului, Crasnei. Zona de câmpie se remarcă prin luncile largi ale râurilor Someș, Barcău și Crasna. Câmpiile lipsesc în totalitate, acestea fiind suplinite de luncile râurilor Someș și Arieș. Munții, situați în partea de sud-vest, fac parte din grupa Munților Apuseni având o mare complexitate din punct de vedere geologic. Munții Apuseni ocupă mai puțin de o treime din suprafața județului Cluj, fiind reprezentați de masivele Vlădeasa

²¹ Ciangă, N, (2006)–*România. Geografia turismului*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, pg. 177

²² Cocean P., Dezsi Șt. –(2001), *Prospectarea și geoinformarea turistică*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

(1836 m) și Muntele Mare (1825 m), precum și de Munții Gilăului, respectiv extremitatea nordică a Munților Trascăului. Zona deluroasă cuprinde partea sud-estică a Podișului Someșan, pe cea nord-vestică a Câmpiei Transilvaniei, precum și masivul Feleacului. În partea de Nord-Vest a zonei studiate, se suprapune pe cea mai mare parte a zonei de legătură dintre Carpații Orientali și Munții Apuseni, cunoscută sub denumirea de Platforma Someșană.

Situându-se în nord-vestul României, la trecerea dintre Carpații Estici și Munții Apuseni, județul Sălaj este cunoscut din vremuri străvechi ca Țara Silvaniei, adică Țara Pădurilor, având o suprafață de 3850 km² și având ca vecini, la nord, județele Satu-Mare și Maramureș, la vest și sud-vest județul Bihor și la sud-est județul Cluj.

Din punct de vedere litologic, zona studiată este constituită din depozite friabile cu structură piemontană, cu excepția văilor larg deschise, căptușite cu aluviuni etajate în terase, sau sub formă de șesuri aluvionare foarte dezvoltate de-a lungul majorității văilor. Zona depozitelor friabile cu structură piemontană, cu predominanța nisipurilor și pietrișurilor de vârstă pliocenă, cantonează straturi acvifere de adâncimi reduse, dependente de condițiile morfolitologice, putând fi interceptate cu ușurință de puțuri gospodărești. Rareori apar la zi sub formă de iviri lineare, drenate de râuri, pentru care constituie sursa principală de alimentare, sau sub formă de izvoare cu debite mici, cu regim variabil, influențate de condițiile umidității locale²³.

Izvoarele de ape minerale ale acestei unități prezintă o mare varietate din punct de vedere calitativ, cele mai însemnate încadrându-se în tipurile oligominerale, sulfatate, magnezice, calcice, bicarbonatate, sulfuroase, feruginoase și vitriolice. Marea varietate a acestor iviri hidrominerale trebuie pusă pe seama complexității litofaciesurilor din constituția panonianului și mai ales pe tectonica disjunctivă a fundamentului cristalino-mezozoic și a sedimentului prepanonian. Majoritatea apelor minerale cunoscute în această zonă, datorită proprietăților fizico-chimice dispun de calități terapeutice, fiind utilizabile în cura internă, sau ca ape balneare (cură externă), ele constituind o resursă naturală valoroasă pentru județul Sălaj.

2.1.1 Potențialul turistic cu valoare peisagistică (potențialul morfoturistic)

În decursul timpului și în cadrul diferitelor școli geografice s-au propus o serie de definiții ale peisajului, unul din conceptele “*cheie*” privind unitățile teritoriale geografice. Cele mai multe se

²³ Surdeanu, V. (1998)- *Geografia terenurilor degradate*. Ed. Presa Universitară Clujană, Cluj-Napoca.

referă doar la elementele concrete ale peisajului și la relațiile dintre ele, cu toate că “rădăcinile” peisajului erau definite de valori estetice artistice.

Noțiunea de peisaj a fost impusă lumii moderne mai întâi prin intermediul picturii (începutul secolului XV), în pictura renascentistă italiană fiind folosit termenul *peissagio* cu sensul de ceea ce poate cuprinde cu vederea, mai apoi prin intermediul artei grădinăritului, identificată cu peisagismul abia în secolul XIX, deși cele mai vechi preocupări privind arhitectura spațiilor locuite provin din antichitate, prin transformarea grădinilor private din Atena în parcuri publice.

Nu în cele din urmă, amenajările agricole au indus la începuturile organizărilor omenești (mezolitic, neolitic), ușoare dezechilibre prin procese de deștelenire, despădurire etc., pentru ca odată cu dezvoltarea primelor așezări și practicarea pe scară largă a agriculturii, terenurile să ia o nouă înfățișare, dând naștere, astfel, peisajului agricol.

Termenul de peisaj (*landschaft*)²⁴ a fost introdus în literatură de către geograful german A. Hommeyer, în anul 1805 cu sens de “înfățișare a unui ținut privind dintr-un punct dominant de observație”. La începutul secolului XIX, naturalistul german Al. Von Humboldt²⁵, a clasificat peisajele în funcție de omogenitatea asociațiilor vegetale, iar în literatură apar termenii de peisaj natural (*Naturlandschaft*) în care omul nu era inclus și *peisaj cultural* (*Kulturlandschaft*) în care omul este principalul agent transformator al peisajului natural.

Potențialul turistic este factorul fundamental ce a determinat inițierea valorificării turistice a unor componente și se constituie ca ofertă turistică primară. El cuprinde totalitatea factorilor de atracție, aparținând cadrului natural și antropic, valorificați prin intermediul amenajărilor turistice și care generează fluxuri turistice atât din interior cât și din exterior, care se deplasează către ariile cu potențial și cu amenajările unui spațiu.

²⁴ Dauzat, A., Dubois, J., Mitterand, H., (1977), *Nouveau Dictionnaire Étymologique et Historique* par..., quatrième édition revue et corrigée, Librairie Larousse, Paris,

²⁵ Johannes Paul: *Alexander von Humboldt: Ansichten der Natur*: (1825): “*Nova genera et species plantarum*”, Ed. Gespf, Postdam.

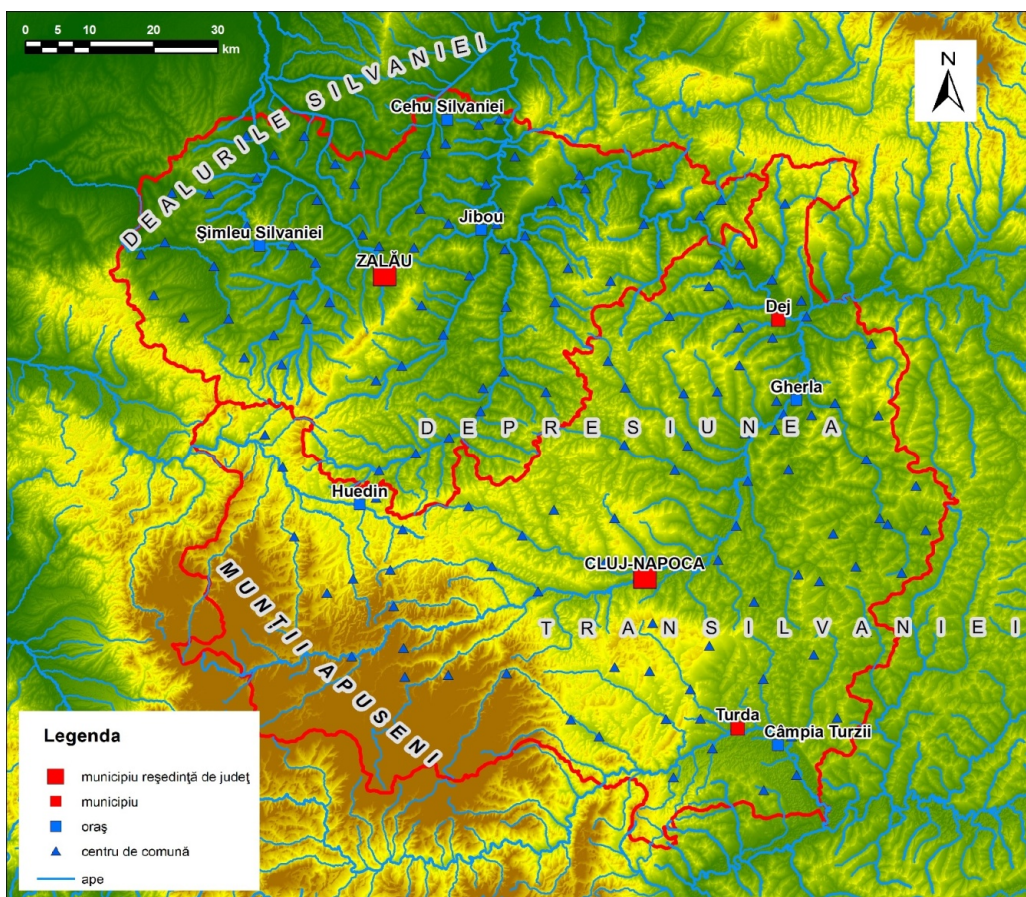


Fig.11 Unitățile geografice ale Nord-Vestului Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

În concluzie, acceptăm următoarea definiție a peisajului: peisajul geografic reprezintă un sistem dinamic a cărui evoluție este determinată de interdependența dintre factorii abiotici, biotici și antropici, la nivelul suprafeței Terrei, cu dimensiune spațială limitată de scările tipologice și taxonomice, care imprimă atribute fiziologice și fizionomice proprii, definite de factorii coordonatori²⁶.

2.1.1.1 Potențialul reliefului montan

În regiunea montană se impune contrastul de care se leagă varietatea de forme de relief. Acestea au o personalitate distinctă, contribuind fiecare în parte la diversificarea paletelor atractive cu impact peisagistic, de la formele de ansamblu, la microformele de relief. La nivelul țării noastre, Munții Apuseni pot fi identificați conform figurii 12.

²⁶ Surd, V., Zotic, V., Bold, I., Chira, Carmen, 2005, *Amenajarea teritoriului și infrastructuri tehnice*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

a. *Masivul Vlădeasa*. Masivul Vlădeasa este o grupă montană a Munților Apuseni aparținând de lanțul muntos al Carpaților Occidentali. Cel mai înalt pisc este Vârful Vlădeasa, cu o altitudine de 1.836 m. Către nord se extind până la râul Crișul Repede. La sud sunt despărțiți de Munții Bihor de o limită formată de Crișul Pietros – Pârâul Boga – Valea Răchițele. Spre vest limita către Munții Pădurea Craiului este Valea Iadului, iar spre est sunt mărginiți de culmile situate la est de Valea Săcuieului și Valea Hențului. Această delimitare este făcută pe baza structurii geologice, care este principala caracteristică de diferențiere a masivului față de unitățile vecine. Masivul este împărțit de văile Drăganului și Hențului, în trei mari diviziuni: partea de vest, partea centrală și cea estică. Este delimitat de Valea Iadului la vest și Valea Henții la est, fiind mărginit la sud de platoul Padiș. Vârful Vlădeasa, de 1836 m, este cel de-al doilea vârf ca înălțime din Munții Apuseni. Cabana Vlădeasa situată la 1460 m e principalul punct de pomire spre culmile Vlădesei. Harta turistică a Munților Vlădeasa se găsește la fig. 13.

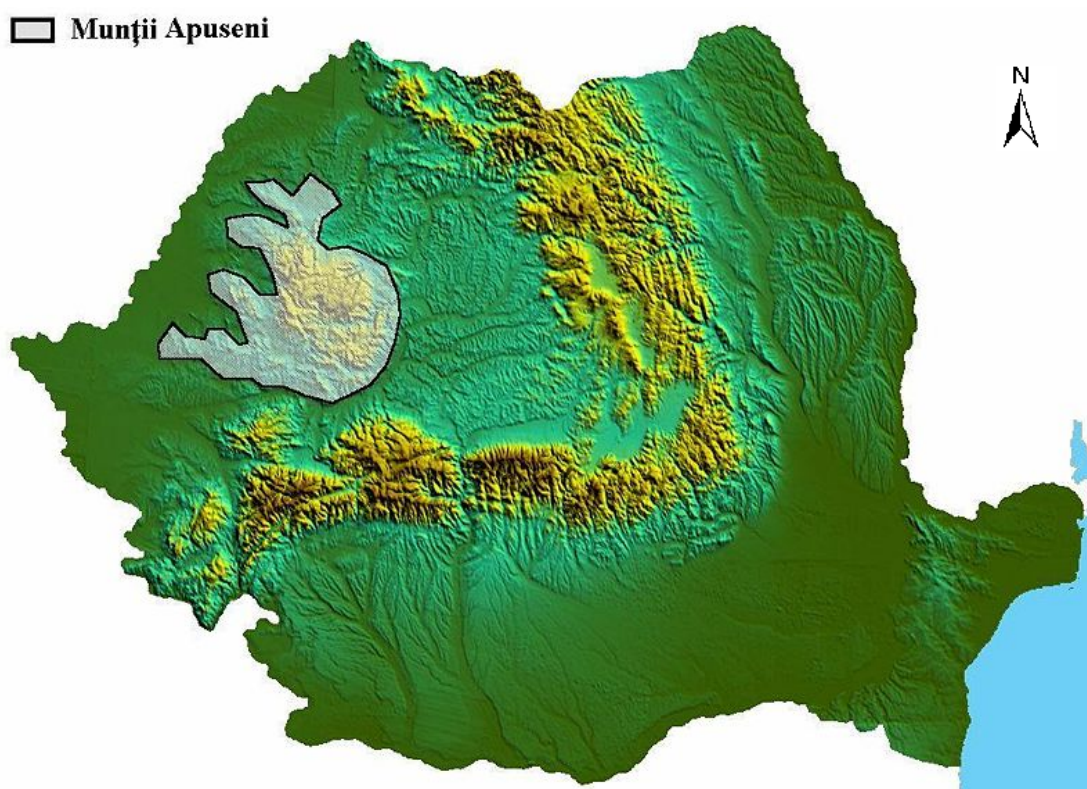


Fig. 12 Localizarea Munților Apuseni la nivelul țării

Astfel, înălțimile mari sunt dominate de culmi largi, creste lungi și vârfuri rotunjite, reflexul modelării structurii geologice omogene și a proceselor de eroziune desfășurate de-a lungul timpului. În decursul erelor geologice s-au format trei suprafețe de nivelare, ale căror

resturi se pot observa și astăzi. Nivelul de eroziune superior se regăsește pe vârfurile Vlădeasa, Buteasa, Vârfurașu (1688 m) și Poieni (1627 m). Celelalte două suprafețe de eroziune se găsesc la altitudinile de 700-800 m (suprafața Traniș) respectiv 600-700 m (nivelul Feneș-Deva).

Culmile largi sunt despărțite de pâraie repezi cu versanți abrupti și stâncosi. Pe văi s-au format chei superbe (Cheile Iadului, Cheile Mișcu), iar pe pâraie ne încântă numeroasele cascade: Iadolina, Săritoarea Ieduțului, Vălul Miresei, Moara Dracului, Săritoarea Bohodeiului, cu înălțimea de 80 m. Cea mai renumită este Cascada Răchițele, aflată la altitudinea de 1000 m. Pe rocile calcaroase întâlnim un relief diferit față de regiunile vulcanice. Deși ocupă suprafețe reduse, prin bogăția și varietatea formelor, acestea conferă un caracter aparte peisajului. Pereți stâncoși albi, chei adânci și peșteri cu diferite dimensiuni îmbogățesc regiunea. Dintre peșteri trebuie menționate Peștera cu apă de la Bulz, Peștera Izvorului și Peștera de la Fața Apei, din Remeți. În apropierea Pietrelor Albe, în Valea Seacă, se găsește Peștera Vârfurașu, cu lungimea de 2420 m, iar la S-V de Stâna de Vale se află Peștera Ferice, unde s-au găsit oase ale ursului de cavernă.

2.1.2 Potențialul climato-turistic

Clima și elementele componente, influențate de poziția zonei studiate în cadrul României, care impun principalele atribute de climă temperată și continentală sunt nuanțate de configurația majoră a reliefului de cele două trepte (deal și munte), dar și de configurația de detaliu, expoziția versanților, înclinarea, forma și orientarea culmilor. La acestea se adaugă învelișul vegetal, în special vegetația forestieră. Pretabilitatea unei regiuni sau stațiuni turistice depinde de factorii climatici care acționează asupra organismului uman (temperatură, umiditate, precipitații, vânturi, durata de strălucire a soarelui, compoziția atmosferică, radiațiile solare) și care determină accesul la cură, la activități de recreere, practicarea de sporturi de sezon etc.

2.1.2.1 Caracteristicile climatice ale Nord-Vestului Transilvaniei

Datorită poziției sale, zona studiată beneficiază de un climat continental moderat. Ca urmare, în timpul iernii predomină pătrunderile de natură maritim-polară sau maritim carpatică din nord-vest, iar vara aerul cald din sud-vest. Relieful creează diferențieri climatice între regiunea muntoasă și deluroasă a județului și o zonare pe verticală a principalelor elemente climatice. Clima Clujului este plăcută, de tip continental moderată. Este influențată de vecinătatea Munților Apuseni, iar toamna și iarna și de influențele atlantice de la vest. Trecerea de la iarnă la vară se face, de obicei, la sfârșitul lunii aprilie, iar cea de la toamnă la iarnă în luna

noiembrie. Verile sunt călduroase, iar iernile în general sunt lipsite de viscole. Temperatura medie anuală din aer este cca. 8,2 °C, iar media precipitațiilor anuale atinge 663 mm, cum se vede din Tabelul nr.4 și fig. 17. Temperaturile medii ale anului sunt cuprinse între 1,5 °C și 2,5 °C în masivul Vlădeasa și Muntele Mare, 3-6 °C la periferia zonei înalte, 7-9 °C în Câmpia Transilvaniei și Podișul Someșan. În ceea ce privește temperaturile extreme, luna cea mai rece este februarie, iar luna cea mai caldă este în zona montană, august și în zona deluroasă, iulie.

Precipitațiile sub formă de zăpadă cad începând cu luna octombrie în zona montană, în decada a-II-a lunii noiembrie în zona deluroasă și în prima decadă a lunii decembrie în Câmpia Turzii.

Județul Sălaj se află sub directă influență a maselor de aer din vest, încadrându-se în sectorul cu climă continental moderată. Temperaturile medii anuale sunt cuprinse între 8° și 9° C în cea mai mare parte a județului. Temperatura aerului are valoare medie anuală de +10.3 gr.C cu minimă de - 1.2 gr.C în ianuarie și maximă de 25.3gr.C în iulie. Umiditatea crește până la 60% în lunile de vară și până la 85% în cele de iarnă. Precipitațiile atmosferice medii anuale prezintă valori cuprinse între 600 mm și 800 mm, valori mai mari înregistrându-se în munții Meseș și Plopiș, iar mai mici în Depresiunea Almaș – Agrij și pe valea Someșului.

Tabel nr.4. Precipitațiile înregistrate în Cluj-Napoca și Zalău în anul 2012.

<i>LUNA</i>	<i>Precipitațiile atmosferice înregistrate</i>	
	<i>la: (l/mp)</i>	
	<i>Cluj-Napoca</i>	<i>Zalău</i>
<i>Ianuarie</i>	15,9	15,51
<i>Februarie</i>	40,7	23,8
<i>Martie</i>	72,0	65,9
<i>Aprilie</i>	10,0	5,6
<i>Mai</i>	34,2	63,1
<i>Iunie</i>	129,8	100,7
<i>Iulie</i>	54,4	51,7
<i>August</i>	47,0	70,9
<i>Septembrie</i>	5,0	9,1
<i>Octombrie</i>	91,2	110,3
<i>Noiembrie</i>	50,1	67,1

Decembrie

43,5

70,4

Sursă: www.weatherforecastromania.ro

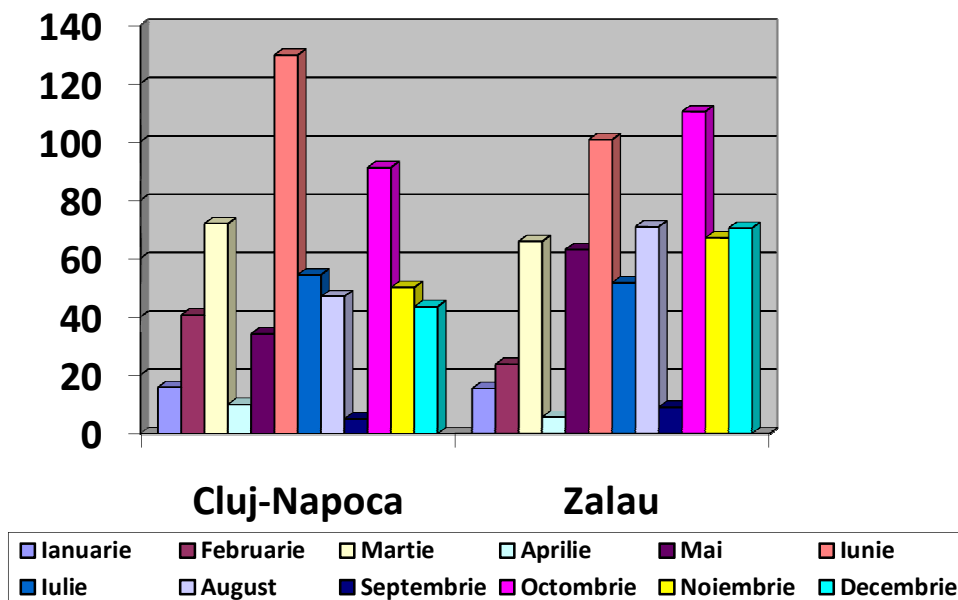


Fig.18 Precipitațiile înregistrate în Cluj-Napoca și Zalău în anul 2012

2.1.2.2. Indicatori bioclimatici

Anumite caracteristici bioclimatice sunt specifice pentru fiecare etaj sau nuanță climatică, iar în formele de terapie climatică se implică de obicei trei factori: termic, dinamic și hidric.

Din cercetările bioclimatice făcute până acum (Țișteștea D. și colaboratorii, 1972)²⁷, Teleki N. și colaboratorii, 1984)²⁸, reiese faptul că temperatura, umezeala aerului și vântul, peste care se suprapune presiunea atmosferică, au un rol esențial în stabilirea tipului de mediu prielnic pentru desfășurarea activităților umane, în general și a acelor turistice în special²⁹.

Acești factori, între anumite limite, nu influențează starea organismului, sunt indiferenți sau sedativi, ori, dimpotrivă, creează o stare de relaxare, de confort, de destindere. Depășind limitele de toleranță, acești factori climatici influențează starea generală a organismului, devenind stimulativi sau chiar stresanți. Atunci când devin stresanți, ei produc o tulburare a

²⁷ Țișteștea D., (1972), *Calculul și repartitia radiației solare pe teritoriul R.P.R., Meteorologia, hidrologia și gospodărirea apelor*

²⁸ Teleki, N., 1984, *Cura balneoclimaterică în România*, Ed. Sport-Turism, București

²⁹ Cianga, N, *Turismul din Carpeții Orientali*, Ed. Presa Universitară Clujeană, 1998, Cluj-Napoca.

Tabel nr.6 Temperaturile medii lunare ale aerului ° C, înregistrate la stațiile meteorologice Cluj-Napoca și Zalău în anul 2012,

Luna	Temperaturile medii lunare ale aerului ° C înregistrate la:	
	Cluj-Napoca	Zalău
Ianuarie	-2,0	-0,1
Februarie	-0,5	0,0
Martie	3,6	3,6
Aprilie	12,8	12,4
Mai	15,5	15,6
Iunie	18,3	18,6
Iulie	20,8	20,9
August	20,0	20,1
Septembrie	16,5	16,0
Octombrie	9,4	9,5
Noiembrie	5,5	6,1
Decembrie	0,5	0,3

Sursa: date INS

sistemelor de reglare a echilibrelor biologice, ce antrenează fie reacții de apărare ale organismului, în funcție de starea sa de sănătate, sau poate duce la îmbolnăviri și tulburări ale căilor respiratorii sau a circulației sanguine.

Pe baza formulei lui Missenard A³⁰. Se poate calcula indicele de confort termic:

$$T^0.E.E. = \frac{37 - ts}{0,68 - 0,0014f + \frac{1}{1,76 + 1,4V \bullet 0,75}} = 0,29 \left(1 - \frac{f}{100} \right)$$

Unde: ts = temperatura aerului,

f = umiditatea ; V = viteza vântului în m/s

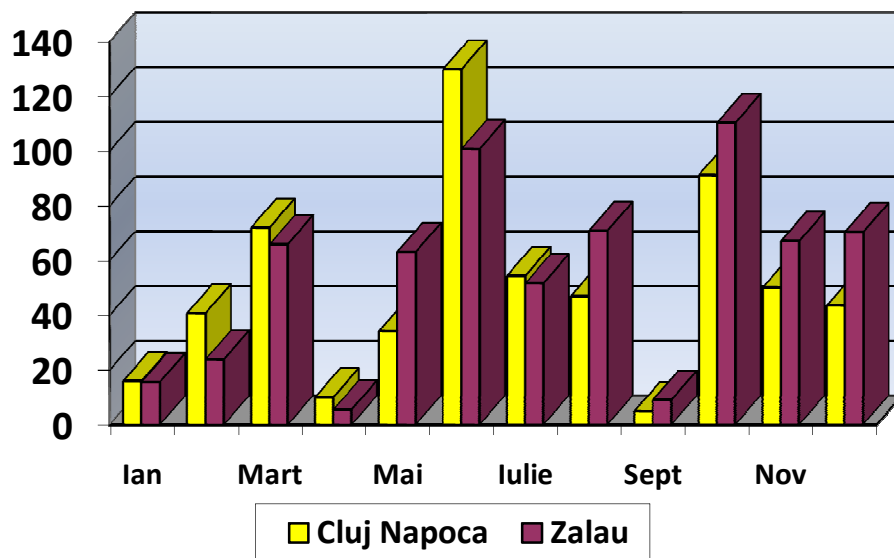


Fig. 20 Temperaturile medii lunare ale aerului ° C, înregistrate la stațiile meteorologice Cluj-Napoca și Zalău în anul 2012, date INS

2.1.2.2.2. Stress-ul bioclimatic

Este un indicator important în stabilirea caracteristicilor terapeutice ale topoclimatelor stațiunilor. El evidențiază limitele climatice în cadrul cărora organismul își menține starea de

³⁰ Missenard A., “Conductivité thermique des solides, liquides, gas et de leurs mélanges”, Ed. Enrolles, Paris, 1965

echilibru, sistemele de reglare, declanșarea mecanismelor de autoapărare și adaptare ale organismului.

Stresul climatic cutanat, este legat de senzația de frig sau de căldură. Cel mai utilizat mod de apreciere a acestuia o constituie formula lui Liple P.A. pentru puterea de răcire:

$$P = (10 \bullet \sqrt{v + 10,45} - v)(33 \bullet t^0),$$

Unde: t = temperatura aerului în adăpostul convențional,

v = viteza vântului.

Acest indicator corelat cu altitudinea, cu diferențele sesizate între nord și sud, se poate elabora o hartă și un grafic pentru lunile optime de practicare a turismului.

Clima și componentele acesteia pot deveni mijloace terapeutice prin care se urmărește și se poate realiza ameliorarea stării de sănătate a organismului uman. Această formă de terapie este condiționată de mediul de viață din localitatea de reședință și în alte condiții, diferite de cele în care trăiesc cei ce se supun climoterapiei. Complexul de factori climatici caracteristici ai stațiunii, acționează benefic asupra sistemelor și funcțiilor organice. În România, cercetările științifice asupra climatoterapiei au început relativ târziu, iar inițiatorul acestora a fost Al. Saabner-Tuduri³¹. El a început cu observații asupra litoralului Mării Negre. Mai târziu și-a extins observațiile și la zona montană. În continuare, au apărut o serie de lucrări referitoare la problemele legate de rezervele de ape minerale. Problema influenței elementelor meteorologice și climatice asupra organismului uman, precum și asupra activității turistice în ansamblu a constituit un subiect de cercetare în care s-au implicat atât medicii balneoclimatologi, cât și geografia. Nicolae Topor, cu lucrarea sa, „Meteorologie turistică”³², inaugurează seria acestor lucrări. A urmat o serie de autori consacrați în acest domeniu, printre care îi amintim pe Ion Stăncescu cu lucrarea „Meteorologie și drumeție”. Mai puțină atenție a fost acordată analizei resurselor bioclimatice a unor regiuni concrete, precum și a stațiunilor climaterice.

³¹ Al, Saabner-Tuduri, 1906, *Apele minerale și stațiunile climatice din România*

³² Topor N., (1957), *Meteorologie turistică*, Editura Consiliului Central al Sindicatelor, București.

2.1.3.2.2. Rețeaua hidrografică

Rețeaua hidrografică se impune în peisaj prin componentele sale morfohigrafile (fig.21). Rețeaua hidrografică formată din râuri influențează în mod hotărâtor dezvoltarea, estetica și ambianța orașelor străbătute.

Astfel, orașul Cluj-Napoca este străbătut de râul Someșul Mic, Dejul se află la confluența Someșului Mare cu Someșul Mic, Huedinul pe Crișul Repede și Turda este străbătută de Arieș. Teritoriul județului Cluj dispune de numeroase resurse de apă, reprezentate de râuri, lacuri și ape subterane. Rețeaua de râuri aparține în cea mai mare parte bazinelor hidrografice ale Someșului, Crișului Repede și Arieșului.

Din Podișul Someșan, Someșul Mic culege următorii afluenți: Căpușul, Nadășul, Borșa, majoritatea având oscilații importante de debit și nivel, iar din Câmpia Transilvaniei, Gădălinul, Fizeșul, Bandăul. Partea nord-estica a județului este străbătută de Someșul Mare pe o lungime de cca 6 km, după care se unește cu Someșul Mic.

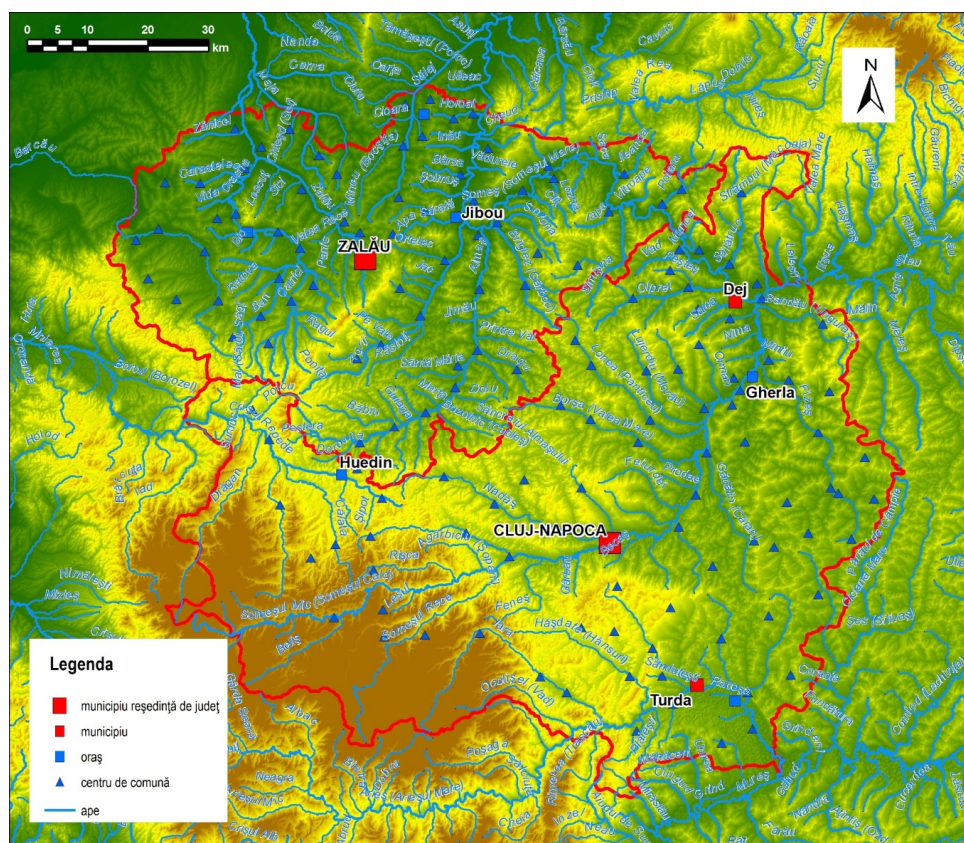


Fig.21 Hidrografia în Nord-Vestul Transilvaniei

Crișul Repede culege o serie de pârauri de pe versantul estic al Vlădesei, mai importante fiind Călata și Drăganul. Arieșul străbate partea sud-estică a județului, cei mai importanți afluenți fiind Ocolișelul, Iara, Hașdate, care străbat în cursul lor numeroase văi și defilee. Lacurile naturale sunt puține, cel mai reprezentativ fiind Lacul Știucii, care are o suprafață de 22 ha și o adâncime maximă de 12,7 m.

Principala caracteristică a rețelei hidrografice a Sălajului este relativa uniformitate a repartiției râurilor pe întregul teritoriu, cu o foarte slabă prezență a rețelei lacustre naturale, dar cu apariția din ce în ce mai des a lacurilor artificiale. Râurile Someș, Crasna, Barcău, Almaș, Agrij, reprezintă principalele ape curgătoare din județ.

2.2. Potențialul turismului antropic

2.2.1. Aspecte generale

Potențialul antropic reprezintă totalitatea resurselor turistice rezultate ale creației umane din punct de vedere cultural-istoric și tehnico-economic din cadrul unui teritoriu sau al unei așezări umane considerate ca având valoare turistică sau constituind baza de existență pentru turism. Concentrarea componentelor potențialului turistic antropic din Nord-Vestul Transilvaniei se poate vedea din figura 31.

2.2.3.1. Vestigii arheologice aparținând civilizațiilor antice dacice și romane

Descoperiri arheologice în habitatul Huedinului demonstrează că aici sunt dovezi ale existenței umane apreciate la 7500-9000, de ani descoperindu-se și urmele uneia dintre cele mai puternice fortificații traco-dacice ce datează de acum 2500-3000 de ani, precum și un altar funerar roman aparținând timpurilor ocupației romane.

Probe descoperite la Câmpia Turzii ce coincid perioadei neoliticului, dateate între 5000 și 8000 de ani, un cimitir vechi de 40 de secole (epoca bronzului timpuriu) și podoabe dacice de argint corespunzătoare perioadei ante-romane, demonstrează că oamenii locurilor au trăit în mod organizat.

La Petreștii de Jos au fost descoperite morminte (perioada neoliticului). Urme s-au relevat și la Vâlcele aproape de Feleac (morminte), Iacobenii (fragmente ale unor locuri de incinerare), Iara, Vișea, Gligorești, Mihai Viteazu, Cornești și Mociu. La Moldovenești și în vetrele satelor aparținătoare, Plăiești, Podeni și Stejeriș s-au găsit dovezi clare de locuire (perioada neolitică și

epoca metalelor). Fragmente de vase de lut corespunzătoare epocii bronzului au fost descoperite la Fizeșu Gherlii, datând de acum 3000 de ani.

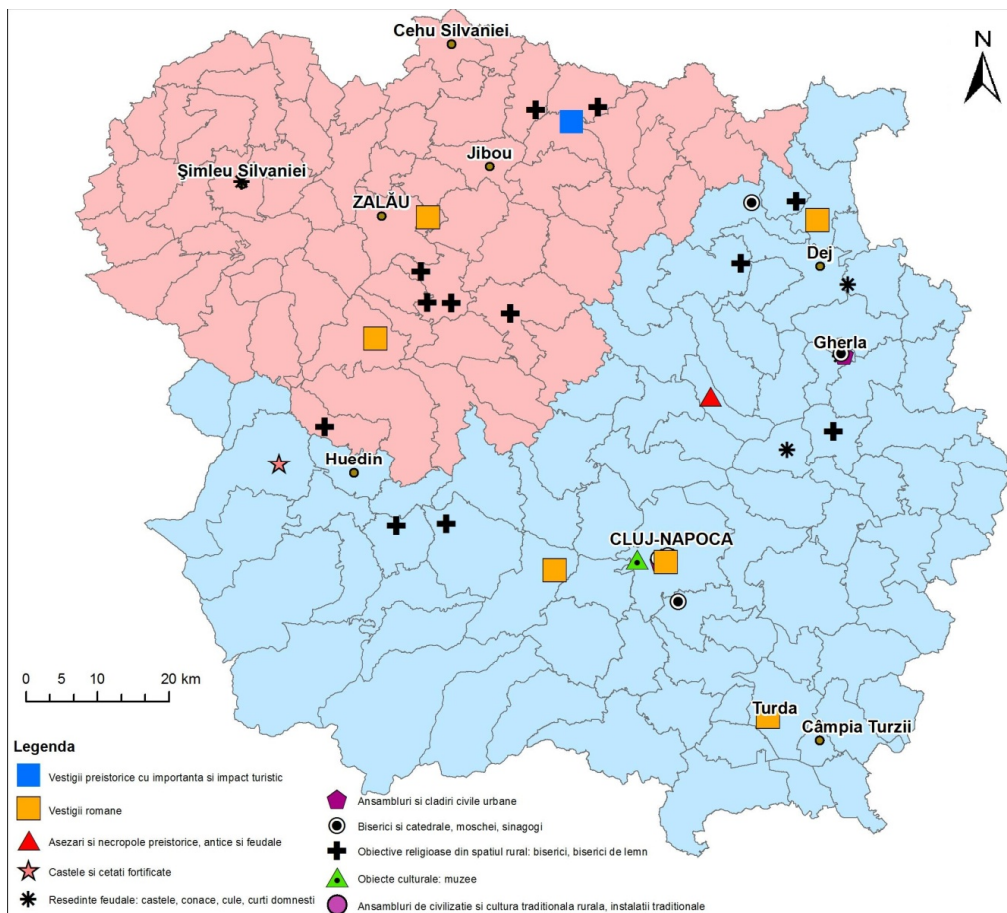


Fig.31 Atracțiile turistice antropice în Nord-Vestul Transilvaniei

2.2.8. Componente ale civilizației și culturii urbane și periurbane. Meșteșugurile.

Meșesugarii clujeni s-au organizat în corporații: tăbăcarii (1469), fierarii (1467-1468), lăcătușii, pintenarii (1472-1475), argintarii (1473), croitorii (1475), țesătorii (1479), blănarii (1479, 1488), funarii (1486-1487). Acest lucru atestă faptul că urbea clujeană devenise un important centru meșesugăresc, care juca un rol tot mai însemnat în producția de bunuri de consum. Primele bresle înființate în orașul medieval Cluj au fost următoarele: Breasla Tăbăcarilor, înființată în 1469, Breasla Fierarilor, înființată în 1467-1468, Breasla Lăcătușilor și Pintenarilor, înființată în 1472-1475, Breasla Argintarilor, înființată în 1473, Breasla Croitorilor,

înființată în 1475, Breasla Țesătorilor, înființată în 1479, Breasla Cojocarilor și Blănarilor, înființată în 1479, 1488, Breasla Funariilor, înființată în 1486-1487, Breslele producătorilor de arme din Cluj (brânşa fierarilor, săbierilor, arcarilor, scutarilor, meșterilor armurieri).

Problema implicării breslelor în apărarea orașelor fortificate transilvănene a fost îndelung dezbătută în istoriografia ce face referire la acest segment de istorie a orașelor, începând din secolul trecut și mai ales în perioada anilor '50-'80 ai secolului nostru.

În acest context are loc apariția și dezvoltarea meșteșugurilor breslașe în Clujul secolele XIV-XVI, registrul de venituri al orașului Cluj pe anul 1453 oferind posibilitatea cunoașterii structurii profesionale a populației active, care se repartiza astfel: 6 % croitori; 4 % cizmari-pantofari; 2,64 % fierari; 2 % tolbari; 1,5 % arcari; 1,3% săgetari și 0,17 % scutari, din cca.4500-4800 de plătitori de impozite la care se adaugă necontribuabilii, rezultând un număr total de cca. 6000 locuitori.

Clujul continuă să înregistreze progrese pe plan economic și la începutul veacului al XVI-lea, în pofida abuzurilor suferite din partea feudalilor. Breslele își continuă evoluția, își înnoiesc statutele și dobândesc privilegii noi. Argintarii și alți meseriași se reorganizează sau înființează pentru prima dată bresle. Orașul dobândește privilegii comerciale însemnate, care reflectă rolul, tot mai important, deținut în negoțul voievodatului. Clujului i se acordă dreptul de a ține anual două iarmaroace.

3. Starea infrastructurii (baza tehnico-materială) turistice în Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj).

Potențialul turistic, condițiile istorice și social-economice au condiționat în timp edificarea unei baze materiale complexe și de dimensiuni crescânde, polarizând fluxuri turistice de intensitate variabilă și canalizate în funcție de această “ofertă turistică secundară” (Snak O., 1976).

Baza materială cuprinde ansamblul de mijloace de cazare, balneare, de agrement, alimentație, transport și comunicații, destinată satisfacerii cererii turistice. Aceasta este cea care le permite turiștilor - într-un interval prestabilit, dar limitat - să acceseze componentele potențialului turistic natural și antropic. Bazele de cazare și alimentație publică alcătuiesc împreună cu resursele atractive și căile de transport, vectorii fundamentali ce definesc turismul ca activitate umană.

Dotarea cu bază materială se face în ideea integrării armonioase în natură și respectă următoarele principii: principiul flexibilității, al funcționalității maxime, principiul rețelilor interdependente, și mai ales principiul rentabilității.

3.1. Starea actuală a infrastructurii turistice

România dispune de un vast și valoros potențial turistic natural și antropic, ca și de o bogată tradiție în domeniul călătoriilor, ceea ce argumentează înscrierea turismului între ramurile de bază ale economiei. Totuși valorificarea acestora este neconvingătoare și realizată defectos. Acest fapt poate fi pus pe seama educației insuficiente a prestatorilor și a consumatorilor de servicii turistice, pe dimensiunea scăzută a fondului de timp liber și a puterii de cumpărare a populației, și nu în ultimul rând, pe relativ limitata experiență a prestatorilor.

Până în secolul al XIX-lea România a fost relativ puțin cunoscută ca țară turistică. Călătorii care au vizitat țara noastră faceau parte de obicei, din rândul oamenilor de cultură, a diplomaților, comercianților, care își împărtășeau impresiile favorabile, unui cerc restrâns de auditori. Odată cu Unirea Moldovei cu Muntenia și apoi a formării României Mari, țara noastră pășește alături de țările europene în rândul statelor moderne. Dacă turismul internațional al României a fost puțin dezvoltat multă vreme, în schimb circulația internă de călători a fost considerabilă, raportată la capacitatea economică a țării. Prin temperament și uzanțe, românii sunt un popor mobil, dinamic, motivat spre călătorie. Aceste călătorii au început, chiar, să fie organizate încă de la sfârșitul secolului al XIX-lea. Astfel, au fost înființate o serie de societăți turistice care organizau călătorii pentru cunoașterea frumuseților țării.

Amenajarea teritorială prezintă o importanță deosebită deoarece teritoriul, cu toate componentele sale, privit ca o sursă de turism, trebuie luat în considerare atunci când se proiectează dezvoltarea unei zone geografice. Un plan de amenajare a teritoriului pentru turism, nu poate fi întocmit la întâmplare, el trebuind să se ghideze după anumite principii ce trebuiesc avute în vedere pentru elaborarea și derularea programului de amenajare turistică.

Baza materială a turismului trebuie evaluată pe componentele sale principale.

Tabelul nr. 17 Evoluția structurii de cazare pe tipuri în Nord-Vestul Transilvaniei, județele Cluj și Sălaj

Nr.Crt	Structura de primire	Cluj (locuri)			Sălaj (locuri)		
		1990	2000	2012	1990	2000	2012
1	Hoteluri	2296	2446	5085	568	376	656
2	Hosteluri	0	0	96	0	0	70
3	Hanuri și moteluri	288	89	0	0	75	0
4	Moteluri	0	63	326	0	75	0
5	Vile turistice	528	179	503	319	72	102
6	Cabane turistice	496	852	348	67	0	18
7	Bungalouri	0	0	0	0	0	68
8	Campinguri	624	1610	86	166	0	100
9	Popasuri turistice	0	0	56	0	0	0
10	Căsuțe turistice	0	92	0	0	14	14
11	Tabere de elevi	480	300	0	705	405	50
12	Pensiuni turistice	0	109	42	0	8	394
	<i>Total</i>	<i>4712</i>	<i>5740</i>	<i>6542</i>	<i>1825</i>	<i>1025</i>	<i>1472</i>

Sursă: prelucrare date INS 2013

.Tabelul nr. 19 Evoluția înnoptărilor pe tipuri de turiști cazați (români/străini) și pe principalele structuri de primire din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

Nr.	Tipul de structură	CLUJ			SĂLAJ		
Crt.	turistică de primire	1990	2000	2012	1990	2000	2012
1	Hoteluri-români	521224	179908	307887	102980	39576	43501
	Hoteluri-străini	0	0	107908	0	0	7518
	TOTAL înnoptări	521224	179908	415795	102980	39576	51019
2	Hosteluri-români	0	0	1495	0	0	1818

	Hosteluri-străini	0	0	213	0	0	70
	TOTAL înnoptări	0	0	1708	0	0	1888
3	Moteluri	0	2068	3641	0	3497	0
	TOTAL înnoptări	0	2068	3641	0	3497	0
4	Vile turistice-români	51595	4630	18949	36544	3844	4074
	Vile turistice-străini	0	0	11296	0	0	264
	TOTAL înnoptări	51595	4630	30245	36544	3844	4338
5	Cabane-români	33860	26892	3306	1231	0	399
	Cabane-străini	0	0	4	0	0	0
	TOTAL înnoptări	33860	26892	3310	1231	0	399
6	Pensiuni-români	0	5911	50091	0	215	22734
	Pensiuni-străini	0	0	2966	0	0	1993
	TOTAL înnoptări	0	5911	53057	0	0	24727

Sursă: prelucrare date INS 2013

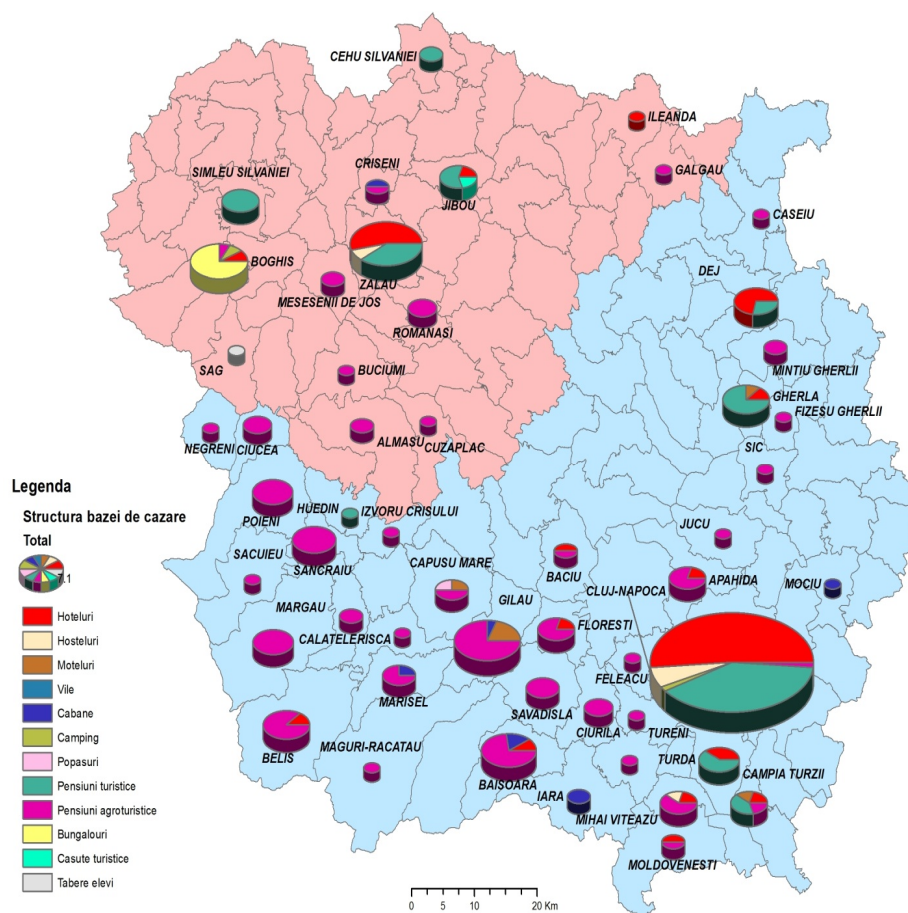


Fig.82 Repartiția teritorială a structurilor de cazare în Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

3.3 Circulația turistică în Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

„Circulația turistică este una dintre cele trei componente esențiale (alături de potențialul turistic și baza materială) ce concură la definirea fenomenului turistic. Este elementul sintetic care reflectă cel mai fidel modul și nivelul de valorificare al potențialului turistic”³³. În același timp, circulația turistică, este și un fenomen geodemografic complex, de mare amploare, constând în deplasări temporare ale populației, și care cantitativ este comparabil cu cel al deplasărilor pentru muncă. Efectul circulației turistice este combinat:

³³Ciangă, N., (2001), *România. Geografia turismului*, ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca; pg. 176.

- a) Efectul social, contribuind la posibilitățile de organizare a timpului liber, la profilaxia unor afecțiuni, refacerea potențialului biologic sau ameliorarea stării de sănătate,
- b) Efectul de acumulare economică, pentru regiunile receptoare de fluxuri turistice.

Circulația turistică are și un caracter aleator, acesta decurgând din substratul subiectiv al opțiunii, volumul acesteia nu este întotdeauna direct proporțional cu al valorii patrimoniului turistic și al amenajărilor bazei tehnico-materiale. Prin includerea și diversificarea paletelor serviciilor, creșterea calității acestora, stimularea de noi forme de turism, se poate obține stimularea circulației turistice până la limita menținerii echilibrului ecologic

Tabelul nr. 32. Sosiri de turiști pe tipuri de structuri de cazare din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj) în anul 2012

Nr.	Jud. Cluj	Categorii de cazare (nr. de locuri)												Total
Crt.	oras/comuna	Hoteluri		Vile		Pensiuni		Camping		Cabane		Altele		
		1857770	%	155867	%	794924	%	31476	%	151612	%	181260	%	3172809
1	Cluj/Napoca	1460641	78.6	142477	91.4	209525	26.35	31476	100	0		29264	16.14	1873383
2	Campia Turzii	19764	1,06	0,00		10980	1,38	0		0		10980,00	6,05	41724
3	Dej	93330	5,02	0,00		5735	0.72	0		0		0,00		99065
4	Gherla	17202	0.92	0,00		44918	5,65	0		0		23424,00	12,92	85544
5	Turda	68596	3,69	13390	8,59	21220	2,66	0		0		0,00		103206
6	Huedin	0	0,00	0,00		9516	1,19	0		0		0,00		9516
7	Aghiresu	0	0,00	0,00		0	0,00	0		0		0,00		0
8	Apahida	8939	0.48	0,00		23941	3,01	0		0		0,00		32880
9	Baciu	22692	1,22	0,00		5124	0.64	0		0		0,00		27816
10	Baisoara	39528	2,12	0,00		46542	5,85	0		44652	29.45	0,00		130722
11	Belis	21960	1,18	0,00		27077	3,40	0		0		0,00		49037
12	Calatele	0	0,00	0,00		7312	0.91	0		0		0,00		7312
13	Capusu Mare	1824	0.09	0,00		10614	1,38	0		0		23064,00	12,72	35502
14	Caseiu	0	0,00	0,00		7840	0.98	0		0		0,00		7840
15	Ciucea	0	0,00	0,00		23424	2,94	0		0		0,00		23424
16	Ciurila	0	0,00	0,00		23200	2,91	0		0		0,00		23200
17	Cojocna	0	0,00	0,00		0	0,00	0		0		0,00		0

18	Feleacu	0	0,00	0,00		3430	0.43	0		0		0,00		3430
19	Fizesu Gherlii	0	0,00	0,00		6588	0.82	0		0		0,00		6588
20	Floresti	68442	3,68	0,00		27472	3,45	0				0,00		95914
21	Gilau	0	0,00	0,00		70529	8,87	0		13176	8,69	94428,00	52.09	178133
22	Iara	0	0,00	0,00		0	0,00	0		24178	15.94	100,00	0.08	24278
23	Izvoru Crisului	0	0,00	0,00		4410	0.55	0		0		0,00		4410
24	Jucu	0	0,00	0,00		10980	1,38	0		0		0,00		10980
25	Maguri-Rac	0	0,00	0,00		6954	0.87	0		0		0,00		6954
26	Margau	0	0,00	0,00		31110	3,91	0		0		0,00		31110
27	Marisel	0	0,00	0,00		10728	1,34	0		4368	2,90	0,00		15096
28	Mihai Viteazu	11712	0.63	0,00		23253	2,92	0		62088	40.95	0,00		97053
29	Mintiu Gherlii	0		0,00		13542	1,70	0		0		0,00		13542
30	Mociu	0		0,00		0	0,00	0		3050	2,07	0,00		3050
31	Moldovenesti	18300	0.98	0,00		5978	0.75	0		0		0,00		24278
32	Negreni	0	0,00	0,00		4410	0.55	0		0		0,00		4410
33	Petrestii de jos	0	0,00	0,00		5856	0.73	0		0		0,00		5856
34	Poieni	0	0.33	0,00		26120	3,28	0		0		0,00		26120
35	Risca	0	0,00	0,00		3660	0.63	0		0		0,00		3660
36	Sacuieu	0	0,00	0,00		11712	1,47	0		0		0,00		11712
37	Sancraiu	0	0,00	0,00		17188	2,16	0		0		0,00		17188
38	Savadisla	0	0,00	0,00		18658	2,34	0		0		0,00		18658
39	Sic	0	0,00	0,00		9156	1,15	0		0		0,00		9156
40	Tureni	4840	0,00	0,00		6222	0.78	0		0		0,00		11062
	Total	1857770	100	155867	100	794924	100	31476		151512	100	181260	100	3172809
Nr.	Jud.Salaj	Categorii de cazare (nr. de locuri)												Total
Crt.	oras/comuna	Hoteluri		Vile		Pensiuni		Camping		Cabane		Altele		
		211809	%	23238	%	208570,00	%	15300	%	5094	%	60062,00	%	524073
1	Zalau	171601	81.02	23238	100	74912	35.91	0		0		25620	42.65	295371
2	Cehu Silv	0		0		14268	6,84	0		0		0		14268

3	Jibou	17564	8,29	0		8466	4,05	0		0		1708	2,86	27738
4	Simleul Silv	0		0		39892	19,12	0		0		0		39892
5	Almasu	0		0		11874	5,69	0		0		0		11874
6	Boghis	0		0		9938	4,76	15300	100	0		14784	24.61	40022
7	Buciumi	0		0		2880	1,48	0		0		0		2880
8	Criseni	0		0		5206	2,49	0		5094	100	0		10300
9	Cuzaplac	0		0		8418	4,03	0		0		0		8418
10	Fildu de Jos	0		0		0		0		0		0		0
11	Galgau	0				0		0		0		0		0
12	Ileanda	22644	11	0		0		0		0		0		22644
13	Mesesanii	0		0		14640	7,01	0		0		0		14640
14	Nusfalau	0		0		0		0		0		0		0
15	Romanasi	0		0		18076	8,67	0		0		0		18076
16	Sag	0		0		0		0		0		17950	29.88	17950
17	Zimbor	0		0		0		0		0		0		0
	<i>Total</i>	<i>211809</i>	<i>100</i>	<i>23238</i>		<i>208570</i>	<i>100</i>	<i>15300</i>		<i>5094</i>	<i>100</i>	<i>60062</i>	<i>100</i>	<i>524073</i>

Sursă: prelucrare date INS, 2012

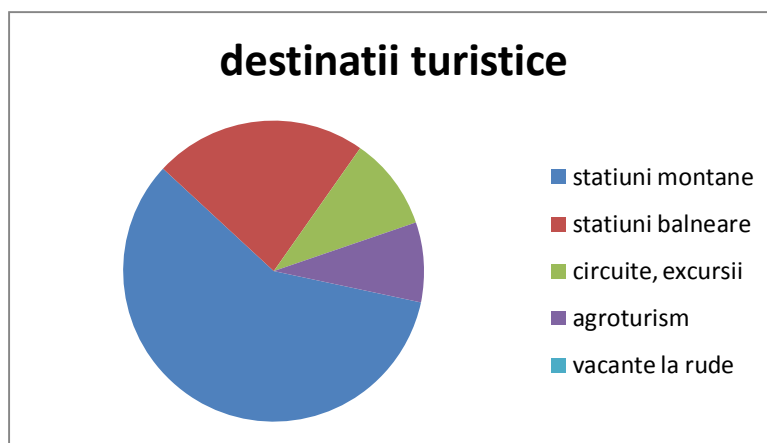
Din chestionarele prin care am cerut răspunsuri de la agenții economici agenții de turism și turiști, putem desprinde următoarele destinații preferate în Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj):

Tabelul nr.33 Preferințe pentru destinațiile din Nord-Vestul Transilvaniei

Tipul de stațiune	Procente (%)
Stațiuni montane	32,8
Stațiuni balneo-climaterice	26,9
Circuite, excursii în circuit	10,3
Agroturism, turism rural	18,1
Vacanțe la rude sau prieteni	11,9

sursă: prelucrare chestionare

Din tabelul 33 și fig. 118, putem vedea preferințele pentru diferite destinații turistice din Nord-Vestul Transilvaniei



*Fig. 118, Preferințe pentru destinațiile din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj),
sursă: prelucrare chestionare*

Tabelul nr.34, Motivația turistică pentru destinații din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

Motivația turistică	Procentul (%)
Odihnă, recreere, destindere	32,7
Distracție, divertisment	18,2
Sporturi de iarnă	7,9
Excursii, drumeții montane	11,1
Îngrijirea și menținerea sănătății	21,2

Sursă: prelucrare chestionare

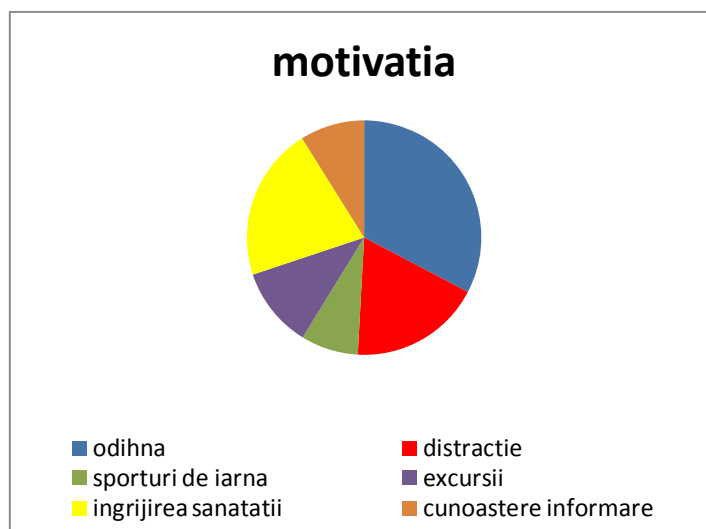


Fig. 119, Motivația turistică pentru destinații din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj),
Sursă: prelucrare chestionare

3.4. Criterii de evaluare ale potențialului de dezvoltare turistică din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj)

În cadrul resurselor turistice durabile se pot separa două grupe majore ce pot fi apreciate relativ diferit³⁴:

1. cea a resurselor turistice durabile multiple (complex balnear, de odihnă, de recreere, de agrement, muzee, baze sportive, parcuri, complexe lacustre, culmi, depresiuni etc).
2. cea a obiectivelor turistice simple, de obicei singulare și izolate.

Pentru prima categorie, numărul de elemente ce se cuantifică este mai mare (Ielenicz³⁵ în 2003 și 2005³⁶).

În continuare, stabilirea criteriilor și calificativelor de evaluare și ierarhizare a unităților administrativ-teritoriale (UAT) a fost realizată de instituțiile implicate în proiect. Pentru evaluarea și ierarhizarea unităților administrativ-teritoriale a fost aleasă, pornindu-se de la elementele componente ale valențelor turistice ale zonei, metoda arborilor de analiză pe criterii

³⁴ Ciangă, N., Deszi, St., Rotar Gabriela, *Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de Nord-Vest a României*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai Geographia, 2002, Cluj-Napoca, pg. 81-90.

³⁵ Ielenicz M., Ene M., Comănescu Laura, Pătru Ileana, Nedelea Al., Mihai B., Oprea R., Săndulache I. (2003), *România. Enciclopedie turistică*, Edit. Corint, București.

³⁶ Ielenicz M., Pătru Ileana (2005) *România - Geografia Fizică*, Editura Universitară, București.

de bază și subcriterii, atribuirea nivelurilor de apreciere făcându-se printr-un procedeu de ponderare a unui total de 100 de puncte. Acordarea punctajelor pe diferite componente a fost realizată în urma consultării cu specialiștii din diferite domenii (economia turismului, amenajarea teritoriului, geografie, sociologie, arhitectură, geologie, medicină etc.), operatori de turism din sectorul public și privat, autorități publice centrale sau locale, asociații de profil din turismul românesc, universități etc. Cumularea punctajelor parțiale pentru fiecare unitate administrativ-teritorială elementară conduce la diferențieri, în cadrul acestora, reușindu-se realizarea unei ierarhii reale bazate pe situația concretă din teren. Pe de altă parte, utilizarea unei metodologii unice pentru toate localitățile din Nord-Vestul Transilvaniei oferă posibilitatea surprinderii unor categorii valorice distincte, pe baza cărora se pot face, în cunoștință de cauză, recomandări pentru prioritizarea dezvoltării turistice și integrarea în circuite funcționale ale diverselor U.A.T.

Totodată, punctajele parțiale pot conduce și la surprinderea unor dominante factoriale ale ofertei turistice, în funcție de care va depinde direcția de dezvoltare turistică și formele de practicare ale turismului. Astfel autorii, Ciangă, N., Deszi Șt. și Rotar Gabriela ne propun următorul model de estimare a potențialului turistic:

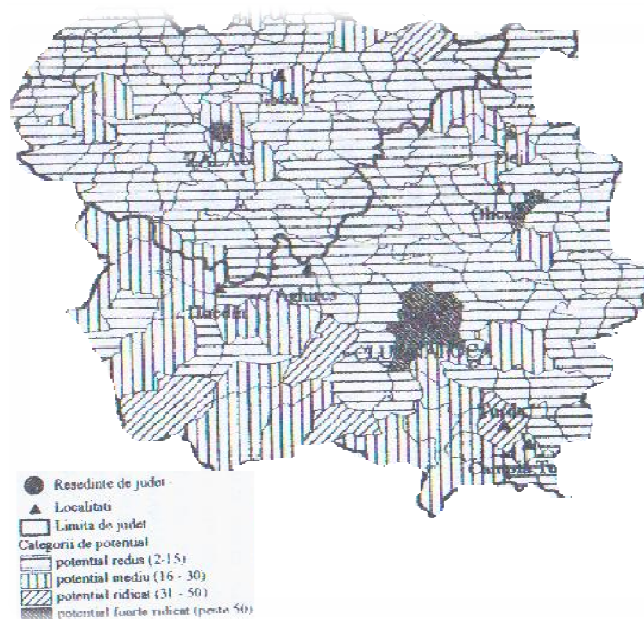


Fig.125 Categoriile de potențial turistic total (oferta primară și secundară) la nivelul UAT-urilor din Nord-Vestul Transilvaniei (județele Cluj și Sălaj), prelucrare după: Ciangă, N., Deszi, Șt., Rotar Gabriela, Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de Nord-Vest a României, Studia Universitatis Babeș-Bolyai Geographia, 2002, Cluj-Napoca, pg. 81-90

4. Valorificarea eficiență a potențialului turistic și a amenajărilor în Nord-Vestul Transilvaniei

Visul oricărui capitalist a fost și este dezvoltarea afacerilor sale, cucerirea unor noi piețe, globalizarea. Odată cu creșterea complexității conexiunilor din economia mondială s-a simțit și nevoia redefinirii de către specialiști a acestui concept.

Paradoxul științei economice este că teoriile sale sunt create după analiza fenomenelor, spre deosebire de alte științe în care teoria precede practica (de exemplu Edison a inventat becul după multe experimente și calcule în laborator, în timp ce piața a fost analizată mult după apariția ei). Așa s-a întâmplat și cu conceptele de eficiență și rentabilitate. După douăzeci de ani de expansiune economică fără precedent, abia în anii '70 apar primele preocupări de redefinire a conceptului de eficiență. Putem defini eficiența astfel:

Eficiența economică constă în determinarea încasărilor obținute pentru sumele investite în vederea intrării în funcțiune a unor instalații și amenajări.

Eficiența social-politică este reprezentată de aportul pe care structurile de primire, baza materială îl oferă antrenării unui cât mai mare număr de persoane în turismul extern și internațional, în vederea asigurării celor mai bune condiții de recuperare a forței de muncă.

Eficiența promoțională constă în imaginea pe care turistul și-o formează asupra ofertei turistice, în urma sejurului..

Eficiența tehnică a soluțiilor de construcții și instalații adoptate reprezintă modalitățile de reflectare a funcționalității propriu-zise a instalațiilor și amenajărilor .

Eficiența presupune că fiecare activitate să corespundă unor nevoi reale, să asigure recuperarea cheltuielilor sociale, să fie rentabilă, să contribuie la realizarea de profit. Din punct de vedere economic, eficiența turismului se concretizează într-o cerere specifică de bunuri și servicii, cerere ce stimulează activitatea dintr-o serie de sectoare productive, care sectoare contribuie prin obiectul lor de activitate la dezvoltarea bazei tehnico-materiale a turismului realizând amenajările de infrastructură generală, precum: rețeaua de drumuri, aeroporturi, lucrări de sistematizare teritorială, lucrări de modernizare a telecomunicațiilor contribuind la extinderea rețelei comerciale. Investițiile pentru realizarea de noi obiective turistice determină la rândul lor creșterea vânzărilor în comerț, sporirea veniturilor persoanelor care lucrează în aceste sectoare, a veniturilor generate de exploatarea obiectivelor respective. Din punct de vedere economic,

turistul este consumator de bunuri și beneficiază de servicii; din mijloacele financiare rezultate din activitatea unităților economice ale industriei turismului (cazare, alimentație, transport, alte servicii), o parte revin direct acestor unități, sub formă de beneficii și de fonduri bănești pentru plata retribuțiilor lucrătorilor ocupați în întreprinderile respective, altă parte intră în bugetul statului sub formă de impozite, taxe, participații, de amortisment, etc., iar a treia parte este transmisă diverselor ramuri ale economiei naționale pentru plata produselor livrate și a serviciilor prestate de aceste sectoare pentru necesitățile industriei turismului.

4.2.1. Rentabilitatea în turism

Rentabilitatea reprezintă criteriul fundamental de apreciere a eficienței activității comerciale, în mărimea ei reflectându-se toate raporturile dintre eforturile depuse și rezultatele obținute de societățile comerciale. Tocmai acest conținut de sinteză motivează abordarea ei în finalul criteriilor de evaluare a eficienței. Există foarte puține metode de măsurare a succesului și a rentabilității investițiilor în turism, din cauza naturii semi-informale a activităților, a promovării și a marketingului, slab organizate mai ales la nivel județean și local, ceea ce face dificil ca întreprinzătorii să ajungă pe piață și să-și dezvolte afacerile corespunzător. Totuși, cu un marketing adecvat și alte tipuri de sprijin coordonat, produsele unice ale turismului românesc au un potențial important, datorită diversității și atractivității lor.

4.2.1.1. Indicatorii de rentabilitate pentru investițiile noi.

Valoarea investiției este formată din totalitatea cheltuielilor necesare pentru pregătirea, execuția și punerea în funcțiune a obiectului de investiții.

Capacitatea nouă de cazare se exprimă în general în numărul locurilor de cazare și de alimentație publică, sau în mp suprafețe destinate altor funcții (magazine, piscine, agenții, birouri, alte destinații).

Investiția specifică arată volumul de investiții necesar pentru realizarea unui loc de cazare sau a unui loc la masă în alimentație.

Durata de realizare a investiției este perioada de timp de la începerea execuției până la punerea în funcțiune, și se exprimă în ani sau luni.

Volumul încasărilor totale reprezintă totalitatea încasărilor, exprimate în lei, ce se vor realiza după punerea în funcțiune a obiectivului din activitatea de prestații hoteliere.

Volumul încasărilor valutare reprezintă totalitatea încasărilor valutare, exprimate în valută, ce se vor realiza după punerea în funcțiune a obiectivului

Volumul beneficiilor, rata profitului. În vederea fundamentării unor proiecte de investiții în turism, propunem folosirea unor indicatori noi, de maximă actualitate și importanță.

Aprecierea oportunității și viabilității unui proiect de investiții se poate realiza pe baza unui sistem de indicatori:

1. Raportul venituri–costuri (Rv/c): Indicatorul exprimă raportul dintre veniturile actualizate și cheltuielile totale actualizate (inclusiv cheltuielile cu investițiile).

$$VCA = \frac{\sum_{h=1}^n \frac{V_h}{(1+a)^h}}{\sum_{h=1}^n \frac{C_h}{(1+a)^h}}$$

în care:

VCA - raportul venituri actualizate-costuri actualizate,

V_h - venituri brute anuale (încasări din vânzarea producției)

Ch- costuri anuale de investiții și de exploatare

a - rata de actualizare

n - numărul de ani reprezentând durata de execuție a obiectivului plus perioada de funcționare a acestuia.

În cazul în care raportul este supraunitar se consideră că varianta respectivă poate fi acceptată, iar când raportul este subunitar, înseamnă că la rata de actualizare folosită cheltuielile nu se pot recupera pe durata de viață a proiectului și deci proiectul nu poate fi considerat oportun și eficient.

Nivelul costurilor se exprimă în:

a) indicatori absoluți - suma totală a cheltuielilor

b) indicatori relativi–cheltuieli la 100 de lei (1000) cifră de afaceri:

$$Cn = (Ch/CA) \times 100$$

Unde: Cn – cheltuieli la 100 de lei cifră de afaceri

Ch – cheltuieli totale realizate

Costul pentru un produs este format din: cheltuieli directe (salarii directe, materii prime etc.) și cheltuieli indirecte (cota parte din cheltuielile comune, cheltuieli generale, amortizarea utilajelor, salariile personal. de conduc. etc.). De regulă, cheltuielile totale indirecte rămân relativ constante față de volumul producției și de mărimea întreprinderii. Dintre acestea, cheltuielile de desfacere, cu reclama sau cu transportul pot totuși să crească și de aceea costurile pe unitatea de produs cresc. Formula de calcul a costului total pe produs este:

$$C_{tp} = C_d + C_c / Q$$

Unde: Ct=costul total pe produs;

Cd=cheltuieli directe;

Cc=cheltuieli constante;

Q=vol.producție

Deci prin sporirea volumului producției, prin creșterea dimensiunii întreprinderii până la limita optimă, costul total pe produs se reduce datorită scăderii cheltuielilor convențional constante³⁷.

Economia de piață se caracterizează prin libera concurență în care volumul desfacerii (D) este influențat de următorii factori: volumul producției fabricate (Q), prețurile de vânzare (pi), volumul desfacerii altor produse (Qi), prețurile de vânzare ale altor produse i, reclamă pentru alte produse(ri).

În maximizarea profitului se iau în calcul toți acești factori, iar pe de altă parte se analizează acțiunea contradictorie a lor pentru fiecare întreprindere, ținându-se cont de dimensiunea ei.

2. Venitul net actualizat (V.N.A.): V.N.A. al unui proiect este dat de suma veniturilor nete actualizate.

³⁷ Altman, I., - *Ecuatiile Tranziției Economice*, 2000, Ed. Eclatant, Cluj-Napoca, pg.65.

Pentru determinarea venitului net actualizat vom porni cu logica demonstrației de la raportul venituri actualizate-costuri actualizate (VCA), care exprimă veniturile brute actualizate ce se obțin pentru un leu de efort total actualizat.

Venitul net actualizat (VNA) - este un indicator care se calculează prin actualizarea fluxului de numerar sau prin diferența între veniturile brute (încasările) actualizate și costurile totale actualizate.

$$VNA = \sum_{h=1}^n \frac{V_h - C_h}{(1+a)^h} \geq 0$$

sau privită descompus (explicit):

$$VNA = \sum_{h=1}^n \frac{V_h}{(1+a)^h} - \sum_{h=1}^n \frac{C_h}{(1+a)^h} \geq 0 :$$

Dacă venitul net actualizat este pozitiv, proiectul este acceptat întrucât veniturile obținute pe toată durata de funcționare a obiectivului depășesc costurile totale ale proiectului (de investiții și de producție). Dacă această valoare este negativă, proiectul va fi respins deoarece nu se recuperează în întregime cheltuielile pe toată durata de funcționare a obiectivului.

3. Rata internă de rentabilitate (R.I.R.): este unul dintre indicatorii cei mai concludenți ai analizei economice și financiare efectuate în studiile de fezabilitate, care exprimă rata de actualizare care anulează fluxul de venituri și cheltuieli. Rata internă de rentabilitate (RIR) este aceea rată pentru care suma veniturilor brute actualizate este egală cu suma costurilor totale actualizate.

$$\sum_{h=1}^n \frac{V_h}{(1+a)^h} = \sum_{h=1}^n \frac{C_h}{(1+a)^h}$$

Așadar, RIR este acea rată de actualizare pentru care indicatorul raportul venituri brute actualizate-costuri actualizate, VCA = 1 și indicatorul venituri nete actualizate, VNA = 0

Pentru determinarea ratei interne de rentabilitate se aplică metoda interpolării, aceasta situându-se între o rată minimă de actualizare pentru care venitul net actualizat este pozitiv și o rată maximă de actualizare pentru care venitul net actualizat este negativ.

$$RIR = a_{\min} + (a_{\max} - a_{\min}) \times \frac{VNA(+)}{VNA(+)-VNA(-)}$$

Eficiența proiectului de investiții la nivel micro este obiectivul analizei financiare, unde aprecierile se fac de pe poziția intereselor investitorului, care urmărește obținerea unui profit maxim la fondurile proprii alocate. În analiza financiară la stabilirea veniturilor și cheltuielilor se iau în calcul impozitele, taxele și eventualele subvenții de la buget, iar prețurile practicate sunt cele de pe piață atât pentru produsele din țară, cât și pentru cele din alte țări. În cadrul analizei financiare se abordează următoarele categorii de probleme: structura optimă a surselor de finanțare, analiza capacității de autofinanțare, rentabilitatea capitalului investit etc

4.2.2. Specificitatea eficienței activităților din turism

Turismul este o ramură de interferență și sinteză prin complexitatea activităților cuprinse în conținutul prestației turistice și prezența unora dintre ele în structura altor ramuri ale economiei. Interdependența dintre dezvoltarea turismului și creșterea economică este firească pentru că antrenează cererea pentru bunuri și servicii care altfel nu ar fi produse sau prestate. Efectele indirecte ale rezultatelor economice ale unor sectoare de activitate economică, derivate din dezvoltarea turismului sunt următoarele: dezvoltarea rețelei comerciale în scopul satisfacerii cererii de mărfuri solicitate de turiști; dezvoltarea industriei alimentare – produse agroalimentare și băuturi; sectorul de prestări servicii de transport, sănătate, poșta, telefonie, frizerii, reparații întreținere, sectorul de infrastructură ce cuprinde: aprovizionare cu apă, canalizare, energie, sectorul cultural–artistic și manifestări sportive.

4.3. Metode de creștere a eficienței în turism

"Maturizarea" științei economice a avut drept drept efect principal includerea spațiului în teoriile sale. Curentul de gândire care a contribuit în mod hotărâtor la recunoașterea științei regionale a fost cel neoclasic, la care s-au adăugat, ulterior, și alte școli economice moderne. Astfel, teoria economică neoclasică a fost obligată să recunoască existența unui spațiu diferențiat, ce deține caracteristici specifice și care poate produce oportunități diferite (specializări, avantaje comparative etc.) pentru grupuri sau domenii diferite. Oportunitățile și distribuția diferențiată a resurselor naturale și umane în spațiu determină sau afectează într-o proporție relativ însemnată opțiunile și alegerile agenților economici și rezidenților în ceea ce privește localizarea activităților lor.

4.3.1. Teoriile „capitalului teritorial”, teorii ale regionalizării

În acest subcapitol ne propunem să analizăm principalele teorii care au stat la baza evoluției economiei regionale, selectând acele curente ale gândirii economice care au avut o influență hotărâtoare și relevând contribuția lor la dezvoltarea științei regionale, considerată a fi una din ramurile importante ale economiei generale.

În timp, abordarea problematicii din perspectivă regională s-a confruntat cu dificultăți rezultate, în special, din modalitatea în care principalele curente ale științei economice considerau spațiul sau teritoriul (omogen, fără influențe prea mari asupra economicului etc.). Mai mult, teoriile regionale au fost considerate anexe ale principalelor curente economice sau, în unele cazuri, reflecții ale acestora.

Având în vedere că activitățile economice sunt derulate nu doar în timp, ci și în spațiu, modelele regionale introduc acest ultim concept. Noțiunea de regiune definește astfel un subsistem spațial al unei economii.

Evoluția sistemului urban românesc, în ultimii 50 de ani a determinat mutații ample la nivelul relațiilor dintre așezări, prin orientarea preferențială spre anumite centre urbane (după 1968, spre reședințele de județ) La nivel macroteritorial, pentru simplificarea implementării politicilor de dezvoltare regională, s-a impus necesitatea identificării unităților administrative limitrofe cu profiluri economico-sociale asemănătoare, și gruparea acestora în provincii istorice clar delimitate. Funcționalitatea acestora este proiectată și în psihologia locuitorilor pe baza tradițiilor, complementarităților economice și sociale și a patrimoniului cultural și spiritual comun. Astfel, regiunea devine un spațiu mental, un spațiu de raportare a identității locuitorilor, elementul fundamental în durabilitatea oricărei structuri spațiale.

În teoria economică contemporană s-a manifestat în mod frecvent tendința studierii economiei la nivel micro și macroeconomic. Într-o asemenea viziune problemele comportamentului consumatorilor individuali sau al firmelor și interacțiunea lor pe piață au fost deseori tratate izolat de comportamentul agregatelor macroeconomice și de funcționarea economiei ca întreg. Totuși, în realitate există o gamă importantă de probleme situată între aceste două niveluri, care a solicitat o *viziune integrată* a celor două abordări: *problemele regiunilor*, inclusiv ale localităților, cu alte cuvinte abordarea la *scara spațială a economiei*.

4.3.2. Rolul marketingului în creșterea eficienței turismului

O sarcină dificilă pe care trebuie să o îndeplinească marketingul, este aceea de a furniza informațiile, sfaturile și în general, toate relațiile legate de produsele turistice. Acțiunea promoțională din turism vizează, la fel ca în celelalte sectoare, atât atragerea de noi clienți, cât și păstrarea celor vechi.

Fiind orientată în primul rând spre turiștii potențiali, promovarea nu va neglija comercianții sau alte tipuri de intermediari.

Datorită legăturii foarte strânse dintre promovare și vânzări, putem sublinia două stiluri de promovare:

1. *Promovarea imaginii*, având în vedere mai ales destinațiile turistice;
2. *Promovarea vânzărilor*, care implică comercializarea produselor turistice.

În timp ce promovarea este o acțiune care preocupă pe toată lumea implicată în turism, dar comercializarea este o problemă a profesioniștilor.

Putem identifica mai multe forme de promovare: publicitatea; promovarea vânzărilor; relațiile publice; marketingul direct; promovarea prin marcă; sponsorizarea; show-room sau expoziții profesionale; participare la târguri.

4.3.3. Fiscalitatea și creșterea eficienței în turism

Evoluția fiscalității este strâns legată de evoluția statului și a funcțiilor sale, întrucât pe măsura amplificării rolului statului, nevoia de resurse financiare la dispoziția sa, a crescut continuu, pentru acoperirea tuturor cheltuielilor legate de îndeplinirea atribuțiilor și funcțiilor sale în vederea satisfacerii intereselor generale ale membrilor societății.

Acțiunile globale asupra mediului economic-social, prin intermediul fiscalității, pentru a fi eficiente trebuie să aibă un caracter excepțional, să fie limitate în timp și să urmărească stoparea sau eliminarea unor dezechilibre generate de existența unei puteri de cumpărare excedentare și dezvoltarea fenomenului inflaționist.

Pentru limitarea puterii de cumpărare excedentare a populației, puterea publică poate decide inițial creșterea progresivității impozitului pe venitul persoanelor fizice, iar ulterior la

sfârșitul perioadei inflaționiste restituirea parțială sau integrală a prelevării suplimentare rezultate comparativ cu nivelul prelevării anterior aplicării deciziei³⁸.

4.3.4. Planificarea și prognoza în turism. Condiții de eficientizare.

Previziunea, ca activitate organizată, devine utilă în condiții de incertitudine. Prin urmare, previziunea are în vedere, în general, mediului extern al unei entități, care nu se află sub controlul acesteia. În schimb, planificarea se orientează asupra descrierii acțiunilor viitoare proprii entității în cauză, și care sunt controlate direct de aceasta. Prin urmare, este corect să spunem că o firmă previzionează cererea (mediul extern) pentru un anumit bun pe piață și planifică producția (mediul intern) pe care urmează să o realizeze în contextul cererii respective. Nu este corect însă, să spunem că o firmă planifică evoluția cursului valutar (mediul extern) pentru o anumită monedă sau că o firmă previzionează prețul (mediul intern) pe care ea însăși îl va aplica unui anumit produs.

Experiența practică a dezvoltării turismului acumulată în decursul ultimelor decenii demonstrează rolul fundamental al planificării turismului în susținerea unei dezvoltări echilibrate, cu beneficii economico - sociale, dar și ecologice; aceasta se realizează în trei direcții: economică, geografică și politică.

Planificarea economică a turismului utilizează trei concepte:

- 1) planificarea ca previziune sau anticipare;
- 2) planificarea ca un consens asupra a ceea ce va urma (toți agenții economici vor urmări obiectivele propuse);
- 3) planificarea ca identificare și definire a programelor și proiectelor prioritare.

Aceste concepte reflectă necesitatea coordonării eforturilor de planificare a activității turistice a agenților economici, în primul rând, și a corelării deciziilor de marketing la nivelul întreprinderii cu cele adoptate la nivelul zonei turistice sau țării, în al doilea rând.

Planificarea geografică a turismului este strâns legată de dezvoltarea în profil teritorial a turismului, incluzând studii geografice, hidrografice, ecologice, morfologice și de mediu. Se poate vorbi însă și despre o planificare politică a turismului, în sensul corelării acestui sector cu politica agricolă, industrială, urbană și socială a țării sau a regiunii.

³⁸ Altman. I, colab., *Consumul și fiscalizarea lui*, Ed.Eurodidact, 2002, Cluj-Napoca, pg 87.

4.4. Concluzie. Efectul de multiplicator economic al turismului

Legătura dintre turism și dezvoltarea economică a fost studiată de un număr mare de economiști care au încercat să evidențieze: dacă turismul poate să contribuie la dezvoltarea economică a unei țări, în ce condiții, cum și cu cât. Răspunsul la aceste întrebări poate fi găsit prin studierea „regulilor jocului” pe piața mondială, unde se confruntă tot mai acerb adversari înarmați cu cele mai moderne tehnici de producție, care dispun de rețele de distribuție ample, dar și de experiență în formularea strategiilor de dezvoltare a diferitelor activități materiale și nemateriale. Marii „jucători” de pe piața turistică mondială sunt țări dezvoltate, care ocupă primele 15 poziții în grupul marilor exportatori, ele beneficiind de statutul de destinații turistice tradiționale, cu imagine recunoscută și cu notorietate pe piață.

Turismul este considerat o ramură de consecință, situată în aval de toate celelalte ramuri din economie, iar calitatea output-urilor din celelalte activități economice se va regăsi în rezultatele activității turistice. Devine, astfel, o afirmație cu valoare de adevăr faptul că „turismul nu se poate dezvolta decât în acele regiuni sau țări care au atins deja un anumit nivel al dezvoltării, nivel care să poată susține o industrie ce depinde exclusiv de ceea ce îi oferă mediul economic”. La rândul său turismul oferă economiei surplusul de valoare, adăugat resurselor pe care le primește de la alte sectoare economice. Contribuția turismului la dezvoltarea unei țări depinde de starea economiei, dar și de strategia adoptată pentru maximizarea aportului specific al industriei turistice.

Dezvoltarea turismului nu poate fi realizată în afara procesului de amenajare turistică a teritoriului; aceasta este singura cale de integrare a unor noi zone în circuitul turistic, deci de extindere a fenomenului turistic. Amenajarea turistică apare, astfel, ca o concretizare a planificării teritoriale a turismului, ca o componentă a dezvoltării strategice a acestui sector. Adoptarea unei politici de dezvoltare turistică, la nivel național, presupune formularea unor obiective și utilizarea eficientă a pârghiilor macroeconomice, adaptate acestui domeniu. Multe țări - printre care și România - nu și-au formulat o politică turistică propriu-zisă, ci aceasta este mai degrabă fragmentată și integrată în mod fracționat în diferite politici sectoriale: politica balanței de plăți, politica industrială, politica monetară, politica de amenajare teritorială. Spre exemplu, în recenta strategie de dezvoltare economică, adoptată de țara noastră, politica turistică poate fi "dedusă" doar din studierea politicilor financiare, monetare și a cursului de schimb,

comerciale, de consolidare și dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, sociale, de protecție a mediului, ceea ce reprezintă, după părerea noastră, o subestimare a rolului economic al turismului în România și a posibilităților de valorificare a patrimoniului turistic național.

Bibliografie selectivă:

1. Altman I., (2000), *Ecuațiile tranziției economice*, Ed.Eclatant, Cluj-Napoca.
2. Altman I. (2004), coautor, *Consumul și fiscalizarea lui-* Ed. Eurodidact, Cluj-Napoca.
3. Altman I., (2004), *Management și marketing în unitățile de turism*. Ed. Mega, Cluj-Napoca
4. Altman I. (2005), *Comerț și management comercial*, Ed. Eclatant, Cluj-Napoca
5. Altman I, (2007), *Negocierea*, Ed. Eclatant, Cluj-Napoca
6. Altman I, (2012), *Agonia capitalismului neoclasic*, vol. I, Ed. Grinta, Cluj-Napoca
7. Altman I.,(2012), *Echilibre și dezechilibre economice. Modele clasice și modele string*, vol II, Ed. Grinta, Cluj-Napoca
8. Altman, I., *North-West region-investment efficiency in tourism* (Regiunea de Nord-Vest, eficiența investițiilor în turism), articol publicat în Revista Centrului Regional de Geografie, 2010
9. Altman, I., 14 aprilie 2011, *Eficiența investițiilor în Nord-Vestul Transilvaniei*, articol publicat în Revista Patria, (ISSN 2246-9354, ISSN-L 2246-9354), Cluj-Napoca
10. Altman ,I., *Effetiveness of a quality tourism*, (Eficacitatea unui turism de calitate), articol (punctat ISI Thompson), Revista Danube Alliance, (ISSN 1831-9947, handle: 43-235-19), nr.4 mai 2011
11. Altman , I., *Transylvania. Economic growth and enviromental sustainability*, (Transilvania. Creșterea economică și sustenabilitatea mediului înconjurător), articol publicat în Revista Enviromental Forum, (ISSN 3421-493x), nr. 12, 2011, Roma, Italia.
12. Altman, I, *Economic equilibrium and its applications in tourism and trade (Echilibrul economic și aplicațiile sale în turism și comerț), și Efficient investment in tourism pleasure*,

- (Eficiența investițiilor în agrementul turistic). 2 articole publicate în Revista Universității din Cracovia, (ISSN: 1898-4762, FI, 0,673, x2; 3 Year), Nr. 6-7, 2012
13. Ciangă, N., Altman I., *Higher education and research tendencies in Tourism geography. A case analysis: Romania*, articol în Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, **ISSN: 1473-8376**, **handle** manuscript number JOHLSTE-D-13-00081 FI 1,63, ISI Thompson: data de publicare în numărul 18 din dec. 2013, California, USA.
 14. Abrudan, I., (2003), *Dealurile Sălajului: studiu de geografie integrată*, Cluj-Napoca.
 15. Alexe, M., (2010), *Studiul lacurilor sărate din Depresiunea Transilvaniei*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca,
 16. Ananie, St., Pricăjan, A., (1975) *Apele minerale de consum alimentar din România*, Ed. științifică și enciclopedică, București.
 17. Babih T. , Bârlea P., Bârjoc D., (1980), *Seria: Județele patriei, Sălaj: monografie*, Editura Sport-Turism, București
 18. Balme, Richard, (1996), *Les Politiques du Néo-Régionalisme*, Economica, Paris.
 19. Baron P., Neacsu N., Snak O., (2003), *Economia turismului*, Editura Expert, Bucuresti,
 20. Bartha, Al., Nyarady, E.I., (1937), *Cheia Turzii. Descrierea câtorva părți pitorești*, Tipografia ``Studio``, Cluj-Napoca.
 21. Bausch, Thomas, (1995), *"Le Tourisme et l'Environnement en Europe"*, publicat de "Office des Publications Officielles des Communautés Europeennes", Luxemburg.
 22. Berkowitz, N.E., (1995), *Marketing*, Toronto,
 23. Becker S. Gary, (1997), *Capitalul uman*, Ed. All, București
 24. Benedek, J., (1995)- *Teorii de localizare și dinamizarea lor*. Studia Univ. "Babeș-Bolyai" Cluj-Napoca.
 25. Bourrinet, Jacques, (1996), *Le Comité des Régions de l'Union Européenne*, CERIC, Marseille
 26. Bouquerel, F., (1963), *Estudes de marches au services des entreprises*, Ed. All, Paris,
 27. Brezeanu, Petre (2004), *Fiscalitate: concepte, modele, teorii, mecanisme, politici și practici fiscale*, Ed. Economică, București,
 28. Brockwell, Peter J. and Davis, Richard A. (1991). *Time Series: Theory and Methods*. Ed. Springer-Verlag,
 29. Buell, P.V., (1984), *Management: A Strategic Planning Approach*, N.Y.

30. Buz V, Ciangă, N., Diaconeasa, B., Gârbacea, V., Idu, P.D., (1986), *Alunecările de teren de la Pădureni, Câmpia Transilvaniei*, Universitatea din Cluj-Napoca.
31. Câmpean, I., Câmpean, D., Maria Câmpean, Meșter, M., Bunea, V., Maria Moldovan, Flavia Zegrean, Georgeta Drăgan Giurgean (2004). *Gherla, pe treptele istoriei. Locuri, oameni, fapte*. Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință
32. Ciangă, N., (1979)- *Rolul stațiunilor balneoclimaterice din Carpați în dezvoltarea turismului*, Studia Universitaris, „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca.
33. Ciangă, N., (1984), *Economia turismului în Depresiunea Transilvaniei*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai, seria Geol-Geogr., Cluj-Napoca
34. Ciangă, N., (1985), *Turismul în Munții Apuseni*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai, seria Geol-Geogr., Cluj-Napoca
35. Ciangă, N., Deszi, St., Rotar Gabriela, (2001)., *Tipuri de amenajare turistică cu impact regional și interjudețean în partea de nord-vest a României*, în rev. „Geographz within the Context of Contemporarz Development”, Edit. Napoca Star, Cluj-Napoca.
36. Cianga, N., (1997), *Turismul din Carpații Orientali: studiu de geografie umană*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
37. Ciangă, N., Deszi, St., Rotar Gabriela, (2002) *Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de Nord-Vest a României*, Studia Universitatis Babeș-Bolyai Geographia, Cluj-Napoca,
38. Ciangă, N., (2006), *România. Geografia turismului*, ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca;
39. Căndea, Melinda Erdeli G., Șimon Tamara (2000), *ROMÂNIA. Potențial turistic și turism*, Editura Universității, București,
40. Cocean, P.(1980), *Carstul Munților Apuseni: studiu de geografie aplicata*, Teza de doctorat, Cluj-Napoca.
41. Cocean, P., (1988), *Chei și defilee în Munții Apuseni*, Ed. Academiei Române, București
42. Cocean, P.,(1995), *Pesterile Romaniei: potential turistic*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
43. Cocean, P., (1998), *Geografia turismului românesc*, Universitatea Ecologică Deva
44. Cocean, P., (1999), *Geografia turismului*, ed. Focul Viu, Cluj Napoca;
45. Cocean,P.,Dezsi, Șt, (2001) *Prospectare și geoinformare turistică*, ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca;

46. Cocean, P., (2002), *Geografia generală a turismului*, Editura Meteora Press, București
47. Cormoș, V., Borda, V., (1980), *Județul Sălaj, Monografie* Editura Sport Turism, București.
48. Clarke, D., (1993), *Decision Making*, San Francisco.
49. Czamanski, S., (1973), *A model of urban growth*, Papers, #15-2-2293. Division of Rare and Manuscript Collections, Cornell University Library.
50. Davis, L.D., (1987), *Simulated Annealing*, London,
51. Dauzat, A., Dubois, J., Mitterand, H., (1977), *Nouveau Dictionnaire Étymologique et Historique* par..., quatrième édition revue et corrigée, Librairie Larousse, Paris
52. Deac Dana, (2008), *Inscripții în sare: Turda*, , Edit. EuroGraph, Cluj-Napoca,
53. Dilworth, J.B., (2002), *Operations Management*, Management series, London.
54. Douglas, P., Cobb, R.,: „*A Theory of Production*“ in *American Review*, Vol. 18 (1928), Papers and Proceedings.
55. Druker, F.P., (1975), *La nouvelle pratique de la direction des entreprises*, Edition d'Organisation, Paris.
56. Eskin, Gerald J. (1973), “*Dynamic Forecasts of New Product Demand Using a Depth of Repeat Model*,” *Journal of Marketing Research*, 10(May),
57. Eskin, Alex, McMullen, C., (1993), *Mixing, counting and equidistribution in Lie groups*, *Duke Math. J. Nr. 71*,
58. Fărcaș I., (1983), *Probleme speciale de climatologie a României*, Curs litografiat, Facultatea de Biologie, Geografie, Geologie, Cluj-Napoca
59. Filip, Gheorghe, (2006), *Politici financiar-monetare și implicațiile lor asupra dezvoltării societății* – Ed. Performantica, Iași.
60. Fodorean, I. (2010), *Lacurile dulci din Podișul Transilvaniei. Studiu limnologic*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
61. Friedmann, J. (1987) *Planning in the public domain : from knowledge to action*, Princeton, N.J. : Princeton University Press, capitolul: „Turism”.
62. Fourt L.A., Woodlock J.W., (1960). „Early prediction of market success for new grocery products.” *Journal of Marketing* Nr.25:
63. Galton, Francis (1883). *Inquiries into Human Faculty and Its Development*. London: J.M. Dent & Co.,

64. Gergely, E.(2002), *Tureni. Studiu monografic*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
65. Gherasim, T., (1999), *Marketing turistic*, Ed. Economică.
66. Gherasim Virginia (2006), *Potențialul turistic al depresiunilor Sibiului și Făgărașului*, Teză de doctorat, București,
67. Ghinea, D., (2002), *Enciclopedia Geografica a Romaniei*, Editura Enciclopedică, București.
68. Ghergariu, L (1971) – *Ocupații anexe ale populației din Sălaj în trecut*. Anuarul Muzeului Etnografic al Transilvaniei pe anii 1968-1970. Cluj-Napoca.
69. Greene, Jerome D. (1974), “*Projecting Test Market ‘Trial-Repeat’ of a New Brand in Time*,” Combined Proceedings, Series No. 36, Chicago, IL: American Marketing Association,
70. Gupta, Sunil and Donald G. Morrison (1991), “*Estimating Heterogeneity in Consumers’ Purchase Rates*”, Marketing Science, 10 (Summer),
71. Hardie, Bruce G.S., Fader, Peter S., și Wisniewski, M., (1998), “*An Empirical Comparison of New Product Trial Forecasting Models*,” Journal of Forecasting, 17(June–July), 209–29.
72. Howard, Ronald A. (1965), “*Dynamic Inference*,” Operations Research, 13 (September–October), 712–33.
73. Hunziker, Walter; Krapf, Kurt (1942). *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre [Outline of the general theory of tourism]*. Seminars für Fremdenverkehr und Verkehrspolitik an der Handels-Hochschule St. Gallen, Zurich: Polygraphischer Verlag AG
74. Ianivici, V., Borcos, M., Bleahu, M., (1967), *Geologia Munților Apuseni*, Editura Academiei R.S.Romania, Bucuresti.
75. Ielenicz M., Comănescu Laura (2006), *România. Potențial turistic* , Edit. Universitară, București
76. Irimuş , I.A, (2003), *Geografia fizica a Romaniei*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca.
77. Irimuş, I.,A.,coord., Vescan, I., Fodorean, I., Moldovan. C., (2009), *Geografia în contextul dezvoltării contemporane. Strategii de dezvoltare teritorială*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
78. Irimuş, I.A. (2010), *Relieful. Potențial și valorificare turistică*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca.
79. Ivănescu, I., (2005), *Jiboul la 800 de ani*, Editura Silvania, Zalău

80. Kalecki, M., (1978), *Keynes and Monetarists*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press,
81. Kotler, Ph., și colectiv (1998): *Principiile marketingului*, Ed. Teora, București .
82. Kotler, Ph., (2001), *Management*, Ed. All, Paris
83. Krugman, P. (1991) *Increasing Returns and Economic Geography*. Journal of Political Economy, 99:483: issn xxx-499