

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI, CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE GEOGRAFIE
ȘCOALA DOCTORALĂ DE GEOGRAFIE

TEZĂ DE DOCTORAT
- Rezumat -

TURISMUL ÎN SPAȚIUL RURAL-MONTAN
ȘI DE CONTACT MARGINAL DIN JUDEȚUL CLUJ

**Cuvinte cheie: turism, rural-montan, ofertă turistică, prospectare, valorificare, strategie,
produs turistic**

Coordonator științific,
Prof. univ. dr. CIANGĂ Nicolae

Doctorand,
RĂCĂȘAN Bianca Sorina

Cluj-Napoca, 2017

CUPRINS

Lista figurilor

Lista tabelelor

INTRODUCERE

Motivația alegerii temei și arealului de cercetare

Așezarea geografică, delimitarea teritorială și configurația ariei de studiu

Structura lucrării de cercetare

1. REPERE TEORETICE, CONCEPTUALE ȘI METODOLOGICE

- 1.1. Precizări terminologice și considerații teoretice generale
- 1.2. Contribuții teoretice cu privire la problematică și arie de studiu
 - 1.2.1. Turismul în spațiul rural
 - 1.2.2. Turismul în spațiul montan
 - 1.2.3. Turismul în spațiul clujean
- 1.3. Ipoteze și obiective ale cercetării
- 1.4. Etapele cercetării. Surse de date și informații
- 1.5. Elemente de metodologie a cercetării

2. FONDUL TURISTIC NATURAL (OFERTA TURISTICĂ PRIMARĂ)

- 2.1. Componenta morfoturistică
 - 2.1.1. Zona montană
 - 2.1.2. Zona de contact marginal (dealuri, depresiuni submontane și culoare)
- 2.2. Componenta climatoturistică
 - 2.2.1. Bioclimatul tonic-stimulent de munte al munților mijlocii și mici
 - 2.2.2. Bioclimatul sedativ-indiferent de dealuri și depresiuni submontane
- 2.3. Componenta turistică hidrogeografică
 - 2.3.1. Cursurile de apă permanente
 - 2.3.2. Suprafețele lacustre
- 2.4. Componenta turistică biogeografică
 - 2.4.1. Vegetația
 - 2.4.2. Fauna
- 2.5. Aree naturale protejate
 - 2.5.1. Aree naturale protejate de interes național
 - 2.5.2. Aree naturale protejate de importanță comunitară (siturile Natura 2000)
 - 2.5.3. Aree naturale protejate de interes județean
- 2.6. Estimarea valorii potențialului atractiv al fondului turistic natural
 - 2.6.1. Sistemul de bonitare aferent potențialului turistic natural
 - 2.6.2. Estimarea potențialului turistic natural

3. PATRIMONIUL TURISTIC ANTROPIC (OFERTA TURISTICĂ PRIMARĂ)

- 3.1. Edificiile și obiectivele istorice
 - 3.1.1. Vestigii arheologice
 - 3.1.2. Obiective habitabile cu valoare arhitecturală
- 3.2. Edificiile religioase
- 3.3. Edificiile și obiectivele culturale
- 3.4. Edificiile economice cu funcție turistică
- 3.5. Activitățile umane cu funcție turistică (evenimentele)
- 3.6. Resursele turistice etnografice
 - 3.6.1. Gospodăria tradițională – componentă reprezentativă a satului
 - 3.6.2. Ocupații tradiționale și meșteșuguri

- 3.6.3. Instalații tehnice tradiționale
- 3.6.4. Portul popular aferent zonelor etnografice
- 3.6.5. Sărbători și obiceiuri
- 3.7. Estimarea valorii potențialului atractiv al patrimoniului turistic antropoc
 - 3.7.1. Sistemul de bonitare aferent potențialului turistic antropoc
 - 3.7.2. Estimarea potențialului turistic antropoc

4. BAZA MATERIALĂ TURISTICĂ (OFERTA TURISTICĂ DERIVATĂ)

- 4.1. Infrastructura de cazare
 - 4.1.1. Evoluția numărului unităților și locurilor de cazare în perioada 1990-2015
 - 4.1.2. Dimensiunea și capacitatea infrastructurii de cazare (triplă perspectivă)
 - 4.1.3. Mărimea medie a infrastructurii de cazare (triplă perspectivă)
 - 4.1.4. Funcția turistică prin prisma capacității de cazare
 - 4.1.5. Tipologia și distribuția teritorială a unităților de cazare (triplă perspectivă)
 - 4.1.6. Tripla perspectivă sintetică asupra bazei de cazare
- 4.2. Infrastructura de alimentație publică
 - 4.2.1. Dimensiunea și capacitatea infrastructurii de alimentație publică
 - 4.2.2. Mărimea medie a infrastructurii de alimentație publică
 - 4.2.3. Tipologia și distribuția teritorială a unităților de alimentație publică
 - 4.2.4. Perspectiva sintetică asupra infrastructurii de alimentație publică
- 4.3. Infrastructura de transport
 - 4.3.1. Rețeaua căilor de comunicație și transporturile rutiere
 - 4.3.2. Rețeaua căilor de comunicație și transporturile feroviare
 - 4.3.3. Rețeaua căilor de comunicație și transporturile aeriene
- 4.4. Infrastructura sportivă și de agrement
 - 4.4.1. Stațiuni climaterice montane cu funcție recreativă
 - 4.4.2. Domenii schiabile și pârtii de schi
 - 4.4.3. Alte amenajări turistice și dotări pentru agrement
- 4.5. Elemente de informare și promovare turistică
 - 4.5.1. Indicatoare de semnalizare și panouri informative
 - 4.5.2. Centre de informare turistică
 - 4.5.3. Materiale informative și de promovare
- 4.6. Estimarea valorii potențialului bazei materiale turistice
 - 4.6.1. Sistemul de bonitare aferent bazei materiale turistice
 - 4.6.2. Estimarea potențialului turistic al bazei tehnico-materiale

5. CIRCULAȚIA TURISTICĂ ÎN SPAȚIUL RURAL-MONTAN CLUJEAN

- 5.1. Indicatorii principali ai circulației turistice: sosiri și înnoptări
 - 5.1.1. Sosiri ale turiștilor în structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare
 - 5.1.2. Înnoptări în structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare
- 5.2. Indicatorii secundari ai circulației turistice
 - 5.2.1. Indicele de utilizare netă a capacității de cazare turistică în funcțiune
 - 5.2.2. Intensitatea fluxurilor turistice
 - 5.2.3. Densitatea circulației turistice
- 5.3. Durata medie a sejurului
- 5.4. Sezonalitatea turistică
- 5.5. Turiștii străini în spațiul rural-montan clujean. Studiu de caz: Stațiunea Fântânele
- 5.6. Circulația turistică oficială și estimată. Valențe economice relaționate

6. EVALUAREA ȘI VALORIFICAREA OFERTEI TURISTICE A ARIEI DE STUDIU

6.1. Estimarea valorii potențialului atractiv al ofertei turistice generale

6.2. Tipuri și forme de turism

7. PERCEPȚIA ASUPRA TURISMULUI DIN SPAȚIUL RURAL-MONTAN CLUJEAN

7.1. Percepția autorităților locale asupra ofertei turistice

7.2. Percepția prestatorilor de servicii de cazare asupra ofertei turistice

7.3. Percepția turiștilor asupra ofertei turistice

7.3.1. Profilul socio-demografic al turistului din spațiul rural-montan clujean

8. STRATEGIA DE DEZVOLTARE A SPAȚIULUI RURAL-MONTAN CLUJEAN

8.1. Premise geodemografice ale dezvoltării turistice. Aspecte preliminare

8.1.1. Variabile geodemografice propriu-zise

8.1.2. Variabile geodemografice socio-culturale

8.1.3. Variabile teritoriale aferente mediului de locuire

8.1.4. Indicele de dezvoltare umană locală (IDUL)

8.2. Oportunități de dezvoltare în contextul politico-economic 2014-2020

8.2.1. Abordarea LEADER și grupurile de acțiune locală (GAL)

8.3. Analiza SWOT

8.4. Diagnoza cauzelor și efectelor generate de problema centrală

8.5. Strategia de dezvoltare. Obiective și direcții de acțiune

8.5.1. Activități propuse, resurse necesare, costuri estimate și rezultate prognozate

8.6. Impact și sustenabilitate

9. ASPECTE DE PERSONALIZARE TURISTICĂ

9.1. Imaginea de brand a destinației turistice aferente comunelor din aria de studiu

9.2. Categoriile de produse turistice personalizate

9.2.1. Produsul turistic rural-montan clujean

9.2.2. Produsul agroturistic

9.2.3. Produsul turistic hibernal

9.2.4. Produsul ecoturistic

9.2.5. Produsul turistic lacustru

9.2.6. Produsul turistic piscicol

9.2.7. Produsul turistic de patrimoniu

CONCLUZII

Bibliografie

Webografie

ANEXE

INTRODUCERE

Încă de la apariția sa, turismul, manifestat ca fenomen și desfășurat în mod conștient ca activitate, nu a încetat să își desăvârșească spectrul conținutului și al valențelor sale, afectând într-o măsură sau alta atât persoanele implicate, cât și diferite aspecte ale realității socio-economice circumscrise spațiului geografic aferent derulării actului turistic.

România fiind un stat în care spațiul rural reprezintă aproximativ 90% din suprafața sa, dezvoltarea rurală s-a constituit de timpuriu în obiectiv strategic, însă ceea ce în trecut putea fi obținut doar prin intermediul producției agricole, acum, în mileniul al III-lea se poate realiza și prin turism. Stă mărturie în acest sens inclusiv viziunea promovată de Programul Național de Dezvoltare Rurală pentru perioada 2014-2020 care, printre altele, subscie avantajelor induse de turism. Făcând trimiteri la turiști și la populația rurală îndeosebi, același program recunoaște meritele fenomenului turistic capabil să contribuie, pe de-o parte la creșterea atractivității zonelor rurale, iar pe de altă parte la intensificarea sentimentului de mândrie și de identificare a comunităților locale cu zonele în care trăiesc, diminuând astfel dorința și tendința de părăsire a spațiului rural în favoarea celui urban. De asemenea, prin acțiuni de conservare și protecție a patrimoniului antropoc local (resurse culturale unice, etnofolclorice, tradiții rurale, obiceiuri gastronomice etc.) și a celui natural (caracteristici locale de mediu, particularități ecologice), respectiv prin utilizarea sa în scopul dezvoltării socio-economice, turismul își poate aduce aportul la crearea unor noi locuri de muncă și implicit la generarea de venituri (complementare activităților desfășurate de populația rurală, fie ea agricolă sau nu), impactul său pozitiv fiind resimțit inclusiv la nivelul unei organizări mai bune, prin intermediul strategiilor de dezvoltare locală, de care satele românești, în special cele din zona montană, au atât de multă nevoie în procesul de dezvoltare teritorială.

În condițiile actuale în care demonstrarea pretabilității unei zonei pentru turism înseamnă o șansă la relansare economică, socială și environmentală în perspectiva dezvoltării durabile, niciun alt scop nu putea fi servit mai bine de cercetările – documentări bibliografice, descinderi în teren, prospectări, clasificări și ierarhizări, respectiv analize și anchete, soldate cu proiecte și propuneri subordonate unei strategii unitare de dezvoltare turistică – efectuate în sectorul montan și submontan din spațiul rural înscris în limitele județului Cluj.

Motivația alegerii temei și arealului de cercetare

Raționamentele care au orientat specificul cercetării înspre turismul din spațiul rural-montan clujean au coincis cu mai mulți factori, precum: interesul personal manifestat față de această activitate, studiile superioare în domeniu și experiența acumulată în ultimii ani de studiu, caracterul dinamic, avantajele și implicațiile multilaterale ale turismului – de la satisfacerea nevoilor umane (care de altfel îl și generează) și până la susținerea economiei naționale – interesul sporit față de universul rural și admirația deosebită față de munți, precum și aspectul propriei origini care a favorizat o cunoaștere directă a realităților fizico-geografice, culturale și socio-economice aferente județului Cluj față de care s-a manifestat inclusiv și sentimentul de datorie morală tradus în dorința de contribuție la promovarea ofertei sale turistice, dacă nu și chiar și la dezvoltarea sa în ansamblu.

Așezarea geografică, delimitarea teritorială și configurația ariei de studiu

Situat în extremitatea nord-estică a Munților Apuseni care se desfășoară în sud-vestul județului Cluj pe circa o treime din suprafața sa, aria de studiu constituie rezultatul asocierii criteriilor fizico-geografice cu cele administrativ-teritoriale la nivelul cărora au fost luate în considerare cele 26 de comune ocupate integral sau parțial de sectorul montan (Fig. 1). Împreună cu

fâșia de contact marginal dintre limitele unităților montane și cele administrativ-teritoriale ale comunelor din zona submontană, arealul examinat se întinde pe o suprafață de aproximativ 2.686 km², învecinându-se cu județele Sălaj, Bihor și Alba în nord, vest și sud, respectiv cu Huedin, Izvorul Crișului, Aghireșu, Gârbău, Baci, Florești, Cluj-Napoca, respectiv Apahida, Cojocna, Ploscoș, Turda și Călărași (în interiorul județului Cluj).

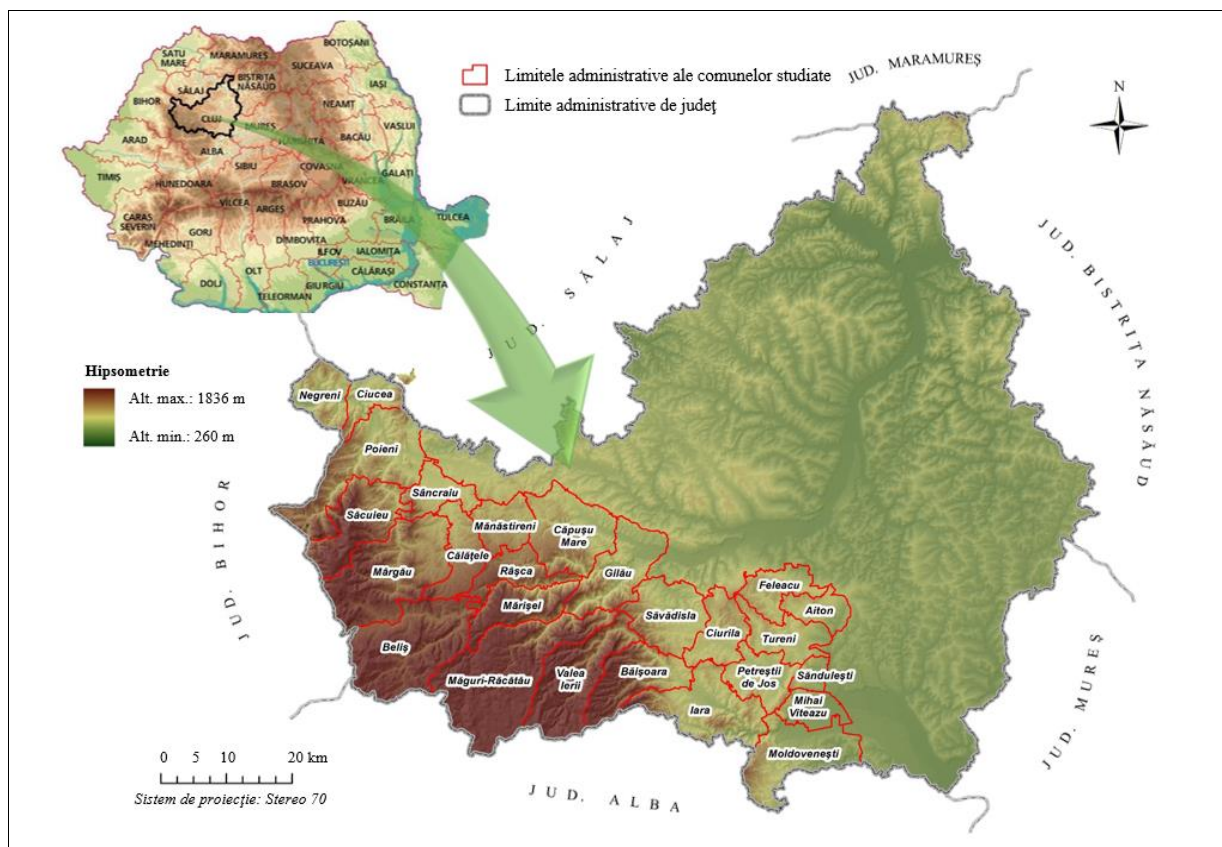


Fig. 1. Aria de studiu la nivel național și județean

Structura lucrării de cercetare

Respectând structura generală pe care lucrările de metodologie a cercetărilor și studiile de turism o recomandă și o practică, această teză de doctorat este rezultatul unei serii complexe de obiective cuprinse în nouă capitole și 43 de subcapitole – precedate de introducere și succedate de concluzii – expuse în conjuncție și în aceeași succesiune logică cu ipotezele subordonate convingerii că teritoriul examinat are toate coordonatele geografico-turistice, culturale și socio-economice pentru a-și asigura dezvoltarea prin turism.

Pentru ilustrarea realității investigate și a propunerilor formulate într-un mod cât mai original și sugestiv, când analitic, când sintetic, fie cu scopul facilitării unor comparații sau al obținerii unei viziuni de ansamblu, au fost: redactate 325 pagini (și alte 39 incluse la Anexe); inserate 233 figuri (dintre care aproximativ 60 de hărți); realizate 47 de reprezentări tabelare; consultate aproximativ 300 referințe bibliografice și 110 website-uri; adăugate 15 anexe (compuse din 27 tabele și 3 chestionare) și 130 de note de subsol.

1. REPERE TEORETICE, CONCEPTUALE ȘI METODOLOGICE

1.1. Precizări terminologice și considerații teoretice generale

Conceput sub forma unui preambul teoretic, acest prim subcapitol a fost alocat definirii noțiunilor și categoriilor turistice cu care s-a operat la nivelul cercetării, incluzând aici conceptele: spațiu, spațiu geografic, spații turistice, elemente de regionare geografică (sit, punct, centru, complex, areal, zonă și regiune turistică), cerere și ofertă turistică (primară și derivată), fond și patrimoniu turistic, atracții și resurse turistice, baza materială turistică, infrastructura turistică (dotările tehnico-edilitare și serviciile aferente), structuri de primire turistică, potențial turistic, prospectare turistică, amenajare turistică, produs turistic, fluxuri turistice, tipuri și forme de turism etc.

1.2. Contribuții teoretice cu privire la problematică și arie de studiu

Dat fiind faptul că tematica generală a lucrării o reprezintă turismul cu toate implicațiile și manifestările sale – condiționate de specificitatea cadrului natural (predominant montan) și administrativ-teritorial (în totalitate rural), influențate de aspectele economice, politice, demografice, sociale și culturale din teritoriu – s-a impus consultarea unui material bibliografic eterogen din domeniul geografiei turismului, economiei turismului, prospectării, valorificării și amenajării turistice precum și a lucrărilor scrise de autori care au abordat ca subiecte relieful, clima, hidrografia, biogeografia, etnografia etc. O secțiune specială a fost consacrată atât *turismului în spațiul rural*, cât și *turismului în spațiul montan*, la nivelul cărora au fost tratate aspecte evolutive, structurale și funcționale, cu accent inclusiv pe specificitatea turismului rural și particularitățile Munților Apuseni (renumiți în egală măsură pentru chei și defilee, creste și abrupturi carstice, cascade, peșteri, diferite forme de relief cristaline și vulcanice, ape subterane individualizate prin izbucuri carstice, ape minerale și termominerale, lacuri de interes hidroenergetic, cât și pentru vastul patrimoniu turistic cultural, religios și etnofolcloric). Indicarea concretă a autorilor citați pe parcursul tezei s-a realizat și în ultima secțiune de considerații teoretice referitoare la *turismul în spațiul clujean* în care au fost punctate contribuțiile specializate fie în prezentarea integrală a județului Cluj fie în cea a unor aspecte ale realității geografico-istorice, socio-culturale, turistico-economice, a ramificațiilor montane desfășurate pe cuprinsul județului Cluj, respectiv a comunelor și satelor analizate (în principal studii monografice sau turistice).

1.3. Ipoteze și obiective ale cercetării

Obiectivului general al cercetării a fost acela de a demonstra faptul că teritoriul examinat dispune de o ofertă complexă și diversificată, care poate transforma turismul într-o alternativă economică viabilă atât timp cât există posibilitatea exploatării resursei turistice (de regulă, prin intermediul practicării formelor de turism, susținute de amenajări turistice de profil, integrate în produse turistice coerente), pe fondul unei valorificări corespunzătoare, active și durabile, dublate de o promovare eficientă, aptă să canalizeze diverse segmente ale cererii, acțiuni soldate cu intensificarea fluxurilor turistice și maximizarea veniturilor obținute din turism care ar reuși astfel să acționeze ca un catalizator economic în dezvoltarea spațiului rural-montan și de contact marginal clujean și implicit a județului. În acest sens au fost formulate patru ipoteze supuse validării, astfel:

- ✓ **Ipoteza 1:** Oferta turistică primară aferentă spațiului rural-montan și de contact marginal din județul Cluj este suficient de diversificată, dezvoltată și atractivă pentru a stimula motivația turistică în rândul unor segmente diferite ale cererii.

- ✓ **Ipoteza 2:** Baza tehnico-materială a spațiului rural-montan și de contact marginal din județul Cluj susține valorificarea turistică dinamică și activă a potențialului atractiv, iar prin dimensiune și tipologie, facilitează desfășurarea unor forme de turism diversificate.
- ✓ **Ipoteza 3:** Turismul poate asigura dezvoltarea economică a spațiului rural-montan și de contact marginal din județul Cluj în condițiile de piață turistică, activitate politică, sistem de administrare, stare geodemografică și tendințe existente.
- ✓ **Ipoteza 4:** Existența unei rețele de turism ar contribui în mod semnificativ la promovarea eficientă a produsului turistic aferent spațiului rural-montan și de contact marginal din județul Cluj, cu atât mai mult cu cât și în prezent adresabilitatea acestuia vizează segmente eterogene ale cererii turistice.

1.4. Etapele cercetării. Surse de date și informații

Elaborarea demersului de cercetare a avut la baza parcurgerea anumitor etape desfășurate într-o succesiune logică și coerentă ce a debutat cu etapa de documentare căreia i s-au subordonat o serie analize ale materialului bibliografic și bazelor de date, ale materialului statistic și ale materialului cartografic. Acestea i s-a succedat etapa de colectare a datelor din teren prin observații directe asupra orizontului local (elemente de potențial turistic și de infrastructură de profil) și prin colaborări cu reprezentanții autorităților locale, cu prestatorii de servicii turistice din comunele studiate și cu turiștii acestora. În final, s-a detașat etapa de prelucrare a informațiilor și interpretare a datelor obținute în etapele anterioare, constând în inserarea rezultatelor propriei investigații și compararea cu cele provenite din sursele oficiale (INS și ANT), efectuarea ultimelor analize în materie de cazare, promovare și circulație turistică, introducerea fotografiilor realizate la fața locului, elaborarea strategiei de dezvoltare turistică a spațiului rural-montan clujean și conceperea produselor turistice tematice din sfera turismului personalizat.

1.5. Elemente de metodologie a cercetării

Reiterând ideea potrivit căreia metodologia este tributară ipotezelor, făcând parte din categoria factorilor fundamentali cu rol decisiv în succesul și eficacitatea unei investigații științifice, s-a impus prezentarea componentelor indispensabile demersului de cercetare. În ordinea descrescătoare a gradului de generalitate, s-au remarcat: *principiile* teoretice (principiul repartiției spațiale, cel al cauzalității, principiul integrării geografice, cel al istorismului, principiul regionalismului, cel ecologic, principiul sociologic și cel antropocentric); *metodele* și tehnicile de colectare a datelor (observația, analiza, analiza clusterială ierarhică, ancheta, interviul structurat de tip cantitativ); *tehnicile* și procedeele de prelucrare a datelor (tehnicile statistico-matematice, de reprezentare tabelară, grafică și cartografică); *procedeele* logice de analiză, organizare a datelor și prezentare a rezultatelor (descrierea, explicația, clasificarea, ierarhizarea, comparația și sinteza).

2. FONDUL TURISTIC NATURAL (OFERTA TURISTICĂ PRIMARĂ)

2.1. Componenta morfoturistică

La nivelul acestei componente s-au remarcat unitățile de relief (Fig. 2) din *sectorul montan* (Masivul Vlădeasa, Munții Gilăului, Masivul Muntele Mare, Munții Trascăului, Munții Plopișului (Muntele Șes), Munții Meseșului) și cel *submontan sau de contact marginal, alcătuit din dealuri, depresiuni submontane și culoare* (Masivul Feleacului, Depresiunea Huedin, Culoarul Căpușului,

Depresiunea Vlahă-Săvădisla, Depresiunea Iara-Hășdate, Culoarul Arieșului Inferior, Dealurile Aiton-Viișoara), în alternanță cu cu bazinetele depresionare secundare (Ciucea, Negreni, Petrești, Săndulești, Tureni), cu altitudini medii de circa 1.050 m și maxime care nu depășesc 1.836 m. Individualizat prin forme de relief de tipul abrupturilor, suprafețelor de nivelare, cheilor și defileelor, peșterilor etc., cadrul natural s-a dovedit a fi în primul rând pitoresc, funcția de fundal adăugând un plus de valoare și atractivitate celei de suport pentru activitățile practicabile în zonă.

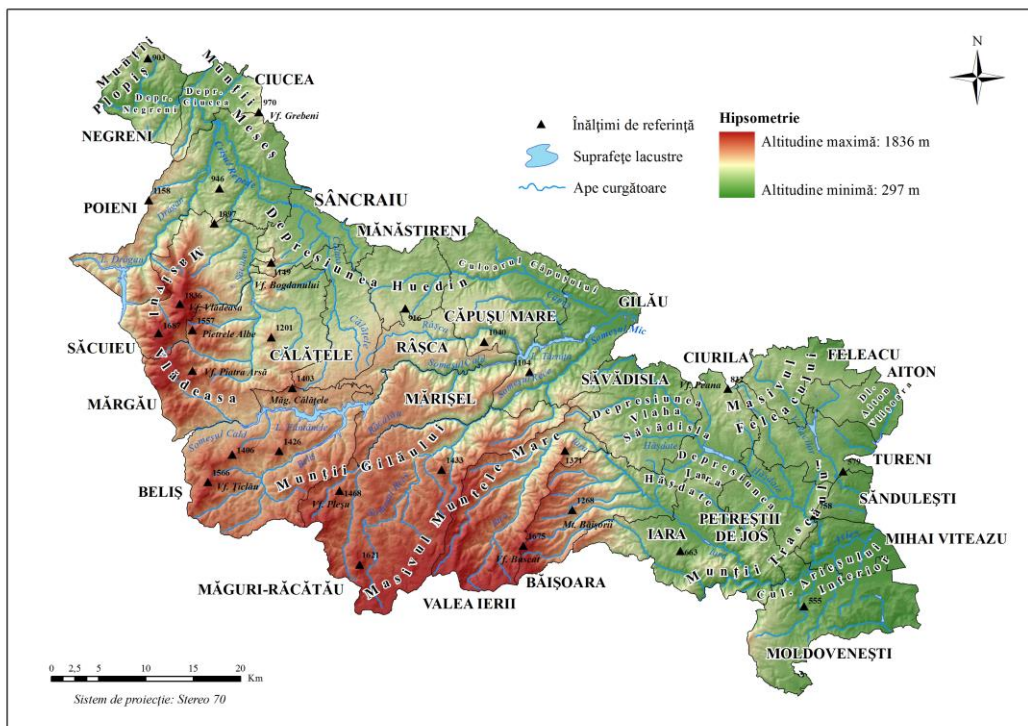


Fig. 2. Unitățile de relief înscrise în aria de studiu

2.2. Componenta climatoturistică

În completarea valențelor peisagistice vin cele terapeutice, induse de acei parametri meteorologici care fac diferența între *bioclimatul tonic-stimulent de munte* (al munților mijlocii și mici), cu beneficiile adiacente manifestate la altitudini superioare valorii de 700 m și *bioclimatul sedativ-indiferent de dealuri și depresiuni submontane* (sub 700 m), lipsit de contraindicații, ceea ce îi imprimă un caracter accesibil tuturor categoriilor de turiști, pretabil atât turismului climateric, cât și celui de odihnă.

2.3. Componenta turistică hidrogeografică

Specificitatea fizico-geografică a spațiului rural-montan și de contact marginal clujean s-a dovedit a fi favorabilă existenței unui potențial turistic hidrogeografic destul de bogat, asigurat în primul rând de râurile care traversează teritoriul județului și al ariei de studiu. Înscrise în sistemul hidrografic vestic, aceste râuri aparțin în totalitate bazinelor Someșul Mic (împreună cu cei 19 afluenți, mai importanți fiind Someșul Cald, Someșul Rece și Căpușul), căruia îi corespunde un bazin mai dezvoltat în cursul superior, Arieșului (cu cei opt afluenți ai săi, mai importanți fiind Valea Ierii, Valea Hășdatelor și Valea Racilor) și Crișului Repede (împreună cu cei nouă afluenți, mai importanți fiind Călata, Săcuieu și Drăganul), acestea din urmă având bazinul hidrografic dezvoltat relativ uniform pe toată lungimea lor. În al doilea rând se remarcă lacurile de acumulare

edificate în mod artificial în vederea producerii energiei electrice, alimentării cu apă și atenuării undelor de viitură, scopuri în completarea cărora vine intermedierea pisciculturii, agrementului și irigațiilor (Drăgan, Fântânele, Tarnița, Someșul Cald și Gilău) și cele 20 de lacuri de interes piscicol din fâșia de contact marginal (mai importante fiind lacurile de la Ciurila, lacurile de la Tureni și Mărtinești).

2.4. Componenta turistică biogeografică

Unică prin asocierea etajelor de vegetație cu speciile faunistice tributare acestora în sistem amfiteatru, această componentă se afirmă totodată și prin exemplare diferite relevate la altitudini inferioare și superioare pragului de 500 m, care separă etajul silvostepii de cel forestier (divizat la rândul său în etajul boreal, al pădurilor de conifere; etajul boreonemoral, al pădurilor de amestec; etajul nemoral, al pădurilor de foioase) precum și prin cele de la peste 1.550 m, prag altitudinal care marchează domeniul etajului subalpin.

2.5. Arii naturale protejate

Reconfirmarea importanței și valorii lor geologice, speologice, botanice, cinegetice, peisagistice sau mixte, s-a datorat evidențierii acelor resurse turistice recunoscute ca *arii naturale protejate* (Fig. 3), 57 la număr, dintre care 27 de *interes județean* (acumulările Drăgan, Fântânele, Tarnița, Someșul Cald și Gilău, Cheile Borzești, Cheile Păniceni, Cheile Văii Stanciului și Cascada Răchițele, Defileul Arieșului, Defileul Hășdatelor, Muntele Băișorii, Pietrele Albe, Valea Ierii, Vlădeasa etc.), o treime încadrate în rețeaua europeană Natura 2000 – mai exact 16 *situri de importanță comunitară* (Munții Apuseni, Muntele Mare, Cheile Turzii, Cheile Turenilor, Someșul Rece, Valea Ierii, Muntele Șes etc.) și trei arii de protecție specială avifaunistică (Munții Apuseni, Munții Trascăului, Defileul Crișului Repede) – și alte 11 *arii naturale protejate de interes național* (Parcul Natural Apuseni, Cheile Turzii, Cheile Turenilor etc.), ideale pentru ecoturism.

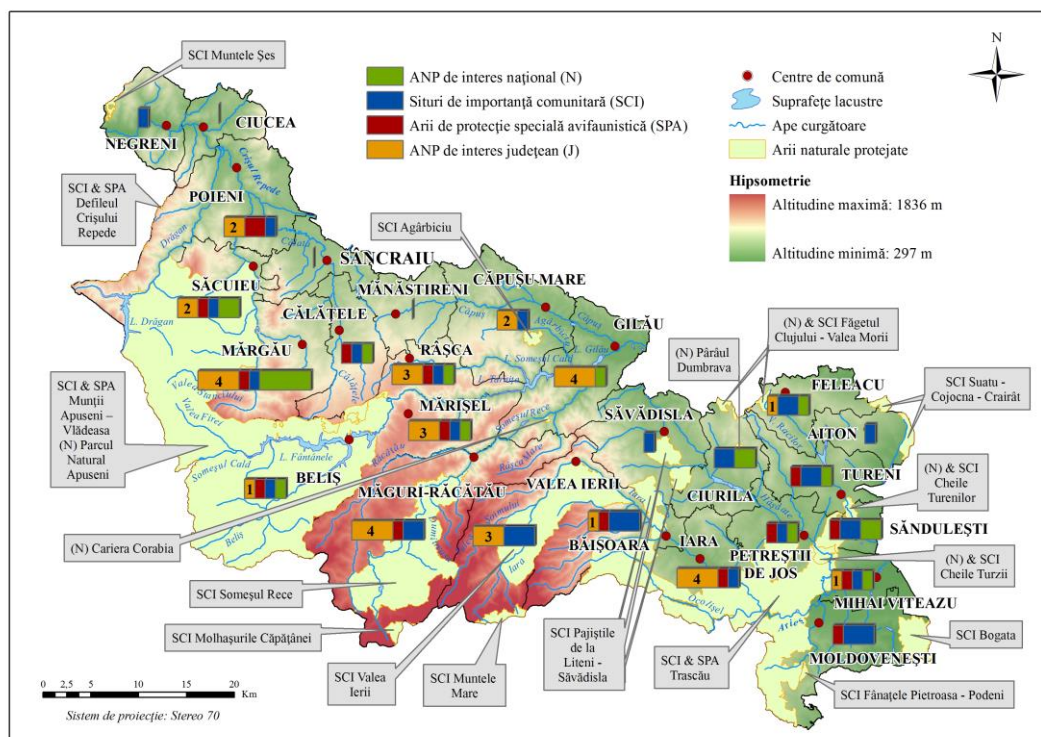


Fig. 3. Distribuția și tipologia ariilor naturale protejate înscrise în aria de studiu

2.6. Estimarea valorii potențialului atractiv al fondului turistic natural

Particularitățile fizico-geografice ale ariei de studiu au impus investirea reliefului cu cel mai mare punctaj (între 2 și 10 puncte), datorită funcției de suport și de fundal, precum și datorită atractivității sale, urmată de componenta biogeografică (între 2 și 6 puncte), datorită asocierii etajelor de vegetație cu fauna specifică fiecăruia, în timp ce elementele celorlalte clase de resurse variind între 1 și 3 puncte (Tabelul 1).

Tabelul 1. Punctajele acordate resurselor fondului turistic naturale

Resurse turistice	Resurse morfoturistice	Resurse climatoturistice	Resurse hidrogeografice	Resurse biogeografice	Arii naturale protejate
Punctaj acordat	<i>unități relief:</i> munți mijlocii (1.000 – 2.000 m): 10p. munți scunzi (sub 1.000 m): 8p. dealuri: 6p. depresiuni: 4p. culoare: 2p.	<i>bioclimat:</i> tonic-stimulent de munte: 3p. intermediar: 2p. sedativ-indiferent de dealuri și depresiuni submontane: 1p.	râuri colectoare și lacuri: 3p. afluenți principali, cascade și captări: 2p. afluenți secundari: 1p.	<i>vegetație + faună în etaj:</i> subalpin: 6p. conifere: 5p. păduri de amestec: 4p. foioase: 3p. silvostepă: 2p.	<i>...de interes:</i> național: 4p. comunitar SCI: 3p. județean: 2p. avifaunistic SPA: 1p.

Sursa: Răcășan *et al.*, 2016 (cu modificări și completări)

Estimarea valorilor aferente potențialului turistic natural al celor 26 de comune din arealul cercetat a servit și organizării acestora în ordinea ierarhică a gradului de atractivitate al ofertei turistice primare (redată în tabelul de mai jos), facilitând totodată și gruparea acestora în cinci categorii de potențial, de la foarte ridicat (Mărgău) la foarte scăzut (Aiton și Mănăstireni). Astfel, grație caracteristicilor calitative și cantitative ale resurselor turistice luate în calcul, s-a stabilit că aproximativ jumătate din numărul unităților administrativ-teritoriale analizate, 11 mai exact, sunt înzestrate cu un potențial natural peste medie (au însumat cel puțin 45 puncte), capabil să susțină forme de turism variate și să stea la baza unor produse turistice autentice și originale care să le valorifice în mod eficient și complex.

Tabelul 2. Evaluarea potențialului turistic natural al ariei de studiu

Potențial turistic natural	Comuna	Resurse morfo-turistice	Resurse climato-turistice	Resurse hidrogeo-grafice	Resurse biogeo-grafice	Arii naturale protejate	TOTAL	
<i>foarte ridicat</i> (55 – 81 p.)	Mărgău	10 p.	3 p.	18 p.	18 p.	32 p.	81 p.	↑
	Valea Ierii	10 p.	3 p.	20 p.	18 p.	15 p.	66 p.	↑
	Măguri-Răcățâu	10 p.	3 p.	19 p.	18 p.	14 p.	64 p.	↑
	Poieni	7 p.	3 p.	19 p.	20 p.	9 p.	58 p.	↑
	Tureni	7 p.	1 p.	31 p.	5 p.	11 p.	55 p.	↑
<i>ridicat</i> (45 – 54 p.)	Gilău	6 p.	2 p.	25 p.	9 p.	12 p.	54 p.	↑
	Mărișel	10 p.	3 p.	14 p.	12 p.	14 p.	53 p.	↑
	Săcuieu	10 p.	3 p.	6 p.	18 p.	16 p.	53 p.	↑
	Beliș	10 p.	3 p.	11 p.	15 p.	10 p.	49 p.	↑
	Băișoara	7 p.	3 p.	6 p.	18 p.	11 p.	45 p.	↑
	Ciurila	5 p.	1 p.	20 p.	5 p.	14 p.	45 p.	↑
<i>mediu</i> (35 – 44 p.)	Râșca	10 p.	3 p.	9 p.	7 p.	14 p.	43 p.	↑
	Iara	7 p.	1 p.	8 p.	9 p.	12 p.	37 p.	↓
	Moldovenești	6 p.	1 p.	15 p.	5 p.	10 p.	37 p.	↓
	Mihai Viteazu	6 p.	1 p.	14 p.	5 p.	10 p.	36 p.	↓
	Călățele	8 p.	3 p.	8 p.	9 p.	8 p.	36 p.	↓
<i>scăzut</i> (25 – 34 p.)	Săndulești	6 p.	1 p.	7 p.	5 p.	15 p.	34 p.	↓
	Căpușu Mare	6 p.	2 p.	9 p.	9 p.	7 p.	33 p.	↓

	Petreștii de Jos	6 p.	1 p.	8 p.	5 p.	8 p.	28 p.	↓
	Sâncraiu	7 p.	1 p.	15 p.	5 p.	-	28 p.	↓
	Feleacu	6 p.	1 p.	3 p.	5 p.	12 p.	27 p.	↓
foarte scăzut (sub 25 p.)	Negreni	7 p.	1 p.	7 p.	5 p.	3 p.	23 p.	↓
	Ciucea	7 p.	1 p.	9 p.	5 p.	-	22 p.	↓
	Săvădisla	7 p.	1 p.	6 p.	5 p.	3 p.	22 p.	↓
	Mănăstireni	7 p.	3 p.	5 p.	7 p.	-	22 p.	↓
	Aiton	6 p.	1 p.	6 p.	5 p.	3 p.	21 p.	↓
Media ariei de studiu		7,5 p.	1,9 p.	12,2 p.	9,5 p.	10,1 p.	41,3 p.	

Evaluarea potențialului atractiv a arătat și că în materie de fond turistic natural, comunele Mărgău, Valea Ierii și Măguri-Răcătau beneficiază de cel mai ridicat potențial din aria de studiu, chiar dacă declanșarea motivației turistice și susținerea activităților de profil poate fi atribuită, în proporții diferite, tuturor comunelor examinate.

3. PATRIMONIUL TURISTIC ANTROPIC (OFERTA TURISTICĂ PRIMARĂ)

3.1. Edificiile și obiectivele istorice

În urma consultării Listei Monumentelor Istorice (LMI 2015), s-a observat că spațiul rural-montan și de contact marginal concentrează un număr impresionant de *vestigii arheologice*, 207 mai exact (Fig. 4), excelând la capitolul așezări arheologice (101) repartizate în perimetrul a 15 comune, precum și la capitolul situri arheologice (34 în 11 comune), urmate de turnuri (19), tumuli (15), așezări fortificate (12) și alte 12 categorii de vestigii arheologice datând din preistorie, din epoca romană sau cea medievală.

La acestea se adaugă alte 19 obiective habitabile cu valoare arhitecturală (șapte conace, șapte case, patru castele și un palat) care prin încadrarea lor în clasa edificiilor istorice ajunsă astfel la 226 de reprezentante, susțin la rândul lor turismul cultural-istoric și de patrimoniu.

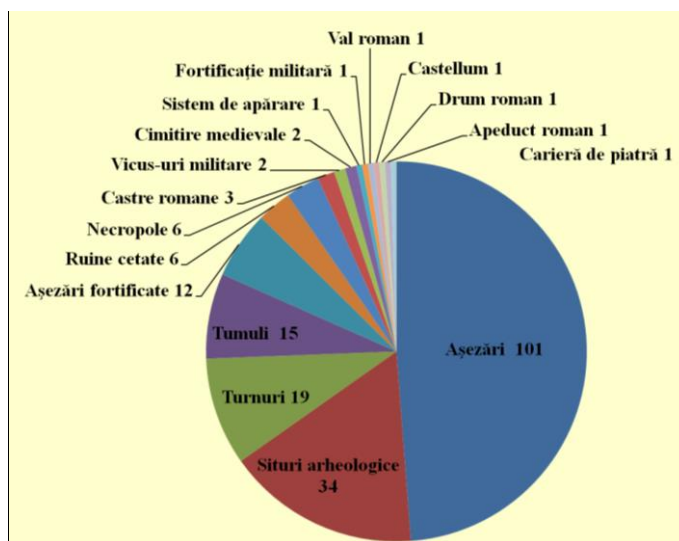


Fig. 4. Numărul și tipologia vestigiilor arheologice în anul 2015 la nivelul ariei de studiu
Sursa datelor: prelucrare după LMI 2015

3.2. Edificiile religioase

În urma cercetărilor desfășurate în aria de studiu, au fost inventariate 250 edificii religioase (Tabelul 3) dintre care 54 beneficiare ale statutului de monument istoric la nivelul cărora s-au remarcat și 24 de biserici de lemn – șapte mănăstiri, 17 biserici de lemn fără statut privilegiat (M.I.) și alte 172 construcții religioase aparținând diferitelor culte, majoritatea de rit ortodox, construite în secolul al XVIII-lea.

Tabelul 3. Edificiile religioase din aria de studiu

Potențial atractiv	Statut	Edificii religioase aflate în custodia:											TOTAL
		Bisericii:							Cultului creștin:		Organizației religioase		
		Ortodoxe			Refor- mate	Uni- triene	Greco- catolice	Romano- catolice	Adven- tiste	Baptist	Penti- costal	„Martorii lui Iehova”	
		Mănăstiri	Biserici de lemn	Biserici									
ridicat	M.I.	-	24	8	11	7	-	4	-	-	-	-	54
mediu	-	7	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24
scăzut	-	-	-	93	14	6	6	2	1	26	22	2	172
TOTAL		7	41	101	25	13	6	6	1	26	22	2	250

3.3. Edificiile și obiectivele culturale

Prospectarea patrimoniului cultural a scos la iveală existența a 66 edificii și obiective culturale propriu-zise, mai importante sub aspectul atractivității turistice fiind cele șase puncte muzeale (în Ciucea, Feleacu, Mărișel, Copăceni din comuna Sândulești și Sâncraiu) și colecția etnografică din cel mai mare muzeu din teritoriu (incluse în ansamblul Octavian Goga de la Ciucea, integral clasat ca monument istoric). Totuși și celelalte 59 de monumente preponderent ridicate în cinstea eroilor s-au impus în decor, dacă nu prin număr și distribuție teritorială (în 24 comune) atunci cel puțin prin statutul de monument istoric al curmătoarelor patru reprezentante: Mausoleul Octavian Goga, Crucea lui Avram Iancu din Mărișel, Mormântul Pelaghiei Roșu din Mărișel, Troița țărănilor martiri împușcați în toamna anului 1918 din Beliș.

3.4. Edificiile economice cu funcție turistică

În privința celor 17 edificii economice cu funcție turistică inventariate, cele care s-au afirmat în mod particular au fost cele șase baraje (Fântânele, Tarnița, Someșul Cald, Gilău I, Drăgan, Săcuieu sau Scind-Frăsinet), aferente lacurilor de acumulare din zona montană și, cu oarecare rezerve, cele cinci centrale hidroelectrice (Mărișelu, Tarnița, Someșul Cald, Gilău I și Gilău II) adiacente amenajărilor hidroenergetice împreună cu două stații de profil, două mori și o vâltoare, instalații tehnice tradiționale încadrate în această categorie din considerentul funcției turistice actuale care a înlocuit-o pe cea inițială, accesibile turiștilor în afara muzeelor etnografice, unde acestea au ajuns să fie vizitate cu frecvență ridicată în prezent.

3.5. Activitățile umane cu funcție turistică (evenimentele)

Cuantificarea elementelor atractive de proveniență antropică a continuat cu activitățile umane cu funcție turistică în rândul cărora au fost însumate 73 evenimente înregistrate la începutul anului 2017, în cuprinsul a 22 de unități administrativ-teritoriale din arealul cercetat (Fig. 5). La nivelul acestora au predominant cele culturale (cu un total de 39 de serbări de tip sărbătoare locală, festivaluri, spectacole folclorice, concerte și târguri), urmate de evenimentele competiționale cu specific sportiv (25 din categoria sporturilor de iarnă, celor de alegare montană, pescuit sportiv, sporturi complexe sau de înot) sau de aventură (9 de tip mountain bike, off road sau alpinism), organizate pe tot parcursul anului, cu predilecție vara (jumătate dintre ele), majoritatea având un impact local și regional. Cercetările amănunțite au relevat preponderența evenimentelor promovate prin afiș, de regulă în presa online sau pe website-uri cu profil sportiv și cultural, încadrate în etapa de creștere din perspectiva numărului de ediții la care au ajuns (între două și zece ediții).

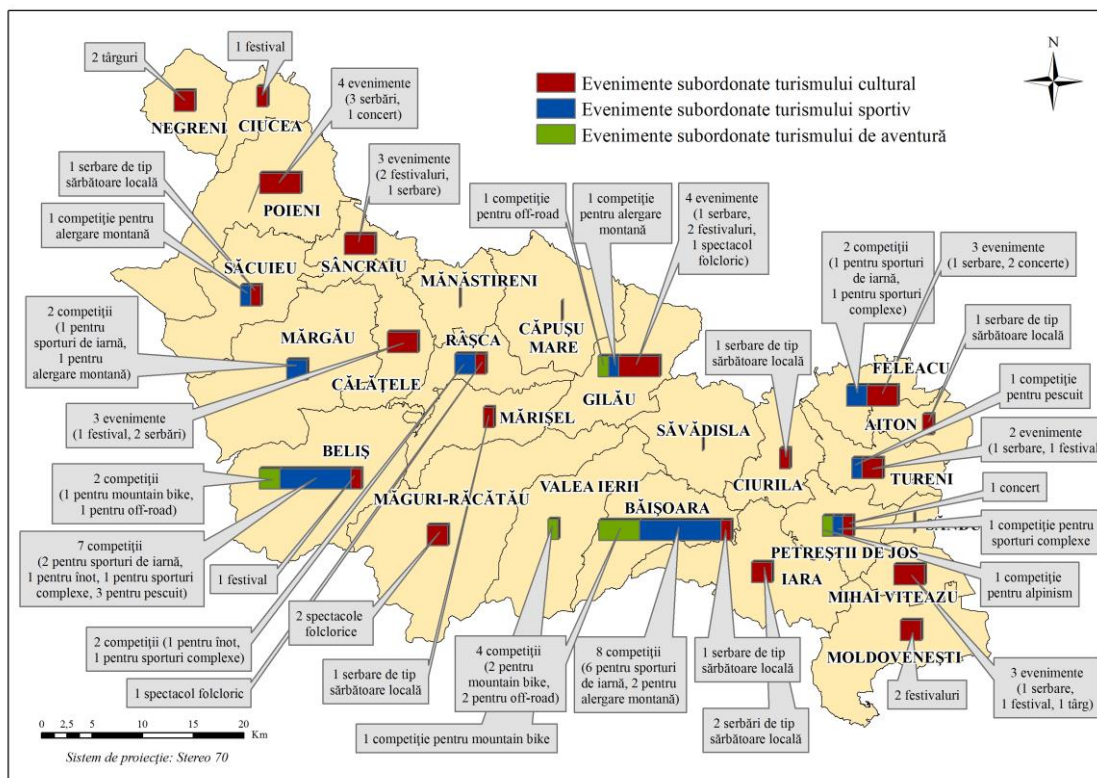


Fig. 5. Distribuția teritorială și tipologia evenimentelor turistice din aria de studiu în funcție de tipul și forma de turism cărora li se subordonează

3.6. Resursele turistice etnografice

În cele din urmă au fost supuse atenției resursele turistice etnografice, tratate în mod diferit comparativ cu celelalte obiective antropice datorită caracterului imaterial, dificil de cuantificat și de estimat chiar și în baza unui sistem de bonitare pertinent. Prin urmare întreaga analiză s-a limitat la trecerea în revistă a unor aspecte care califică spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj pentru desfășurarea turismului rural și agroturismului. Astfel, prin prisma patrimoniului etnografic s-au individualizat în egală măsură zonele etnografice Munții Apuseni (cu subzona Călățele și subzona „Mocănime”), zona Călățele și zona Câmpiei Transilvaniei (cu subzona Dealurilor Clujului), fiecare cu particularitățile sale etnice, modul de viață influențat de civilizația lemnului și societatea pastorală și agro-pastorală specifică zonei, reflectate în stiluri arhitecturale (gospodării și anexe), ocupații tradiționale (cultura plantelor, legumicultura, pomicultura și viticultura, creșterea animalelor, apicultura, culesul din natură, vânătoarea și pescuitul, exploatarea și prelucrarea lemnului) și meșteșuguri (dogăritul, prelucrarea fibrelor textile, țesutul, cojocăria și opincăria, fierăritul, olăritul, vărăritul etc.), instalații tehnice tradiționale (mori, pive, vâltori) port popular, sărbători (din ciclul calendaristic, din ciclul familial), tradiții și obiceiuri, tipare de viață și modele comportamentale care desăvârșesc unicitatea patrimoniului cultural și spiritual al universului rural.

3.7. Estimarea valorii potențialului atractiv al patrimoniului turistic antropic

Toate aceste categorii de resurse constituie potențialul turistic antropic a cărui valoare a fost estimată în baza unui punctaj cuprins între 0,1 și 5 puncte (Tabelul 4), în conformitate cu potențialul atractiv și posibilitatea valorificării sale în cadrul unor forme de turism bine definite.

Tabelul 4. Punctajele acordate resurselor patrimoniului turistic antropice

Resurse turistice	Edificii și obiective istorice	Edificii religioase	Edificii și obiective culturale	Edificii economice cu funcție turistică	Activități umane cu funcție turistică
Punctaj acordat	edificiu (castel, conac) M.I.: 4p. castel, conac, palat: 3p. casă M.I.: 2p. ruine: 1p. vestigii arheologice M.I.: 0,1p.	biserică M.I.: 5p. mănăstire: 4p. biserică de lemn: 3p. alte biserici: 0,1p.	muzeu M.I.: 5p. muzeu: 4p. colecție: 3p. monumente M.I.: 1p. alte monumente: 0,1p.	baraj: 5p. moară M.I.: 3p. alte obiective turistice: 1p. alte edificii tehnice (C.H.E., stație apă): 0,1p.	... de interes: internațional: 4p. național: 3p. regional: 2p. local: 1p.

Sursa: Răcășan *et al.*, 2016 (cu modificări și completări)

Pe baza scorurilor contabilizate pentru fiecare clasă de obiective turistice, a fost întocmit un clasament al unităților administrativ-teritoriale analizate în funcție de valoarea estimată a potențialului atractiv de factură antropică, expus în coloanele tabelului de mai jos. Totodată au fost stabilite și cinci categorii de potențial turistic antropice, de la cel mai ridicat (Iara), la cel mai scăzut (Valea Ierii), care au mediat concluzia potrivit căreia o treime din comunele examinate sunt caracterizate de un potențial antropic peste medie și tot atâtea nu posedă suficiente resurse atractive cât să își conceapă produsul turistic strict în jurul patrimoniului antropice (Tabelul 5).

Tabelul 5. Evaluarea potențialului turistic antropice al ariei de studiu

Potențial turistic antropice	Comuna	Edificii și obiective istorice	Edificii religioase	Edificii și obiective culturale	Edificii economice cu fct. turistică	Activități umane cu fct. turistică	TOTAL	
foarte ridicat (45 – 55,6 p.)	Iara	12,2 p.	41,2 p.	0,2 p.	-	2 p.	55,6 p.	↑
	Căpușu Mare	6,5 p.	45,6 p.	-	3 p.	-	55,1 p.	↑
	Moldovenești	8 p.	39,1 p.	-	-	2 p.	49,1 p.	↑
	Gilău	9,6 p.	6,1 p.	0,2 p.	16,5 p.	13 p.	45,4 p.	↑
ridicat (30 – 44,9 p.)	Beliș	-	6,3 p.	1,1 p.	5 p.	28 p.	40,4 p.	↑
	Mihai Viteazu	4,9 p.	25,7 p.	0,5 p.	-	7 p.	38,1 p.	↑
	Băișoara	1 p.	4,6 p.	0,1 p.	1 p.	31 p.	37,7 p.	↑
	Ciucea	10,7 p.	9,5 p.	9 p.	-	3 p.	32,2 p.	↑
mediu (20 – 29,9 p.)	Feleacu	1,1 p.	14,7 p.	4,3 p.	-	10 p.	30,1 p.	↑
	Săvădisla	5,7 p.	19 p.	4,2 p.	-	-	28,9 p.	↑
	Sâncraiu	0,1 p.	15,6 p.	4,2 p.	-	8 p.	27,9 p.	↑
	Ciurila	4,5 p.	19,5 p.	0,8 p.	-	1 p.	25,8 p.	↓
	Mănăstireni	6,1 p.	15,8 p.	0,2 p.	-	-	22,1 p.	↓
	Mărgău	-	10,7 p.	0,1 p.	5,1 p.	6 p.	21,9 p.	↓
scăzut (15 – 19,9 p.)	Petreștii de Jos	1,7 p.	12,7 p.	0,5 p.	-	7 p.	21,9 p.	↓
	Săndulești	6 p.	10,4 p.	4,2 p.	-	-	20,6 p.	↓
	Râșca	-	7,6 p.	0,2 p.	5 p.	7 p.	19,8 p.	↓
	Călățele	0,1 p.	13,8 p.	0,2 p.	-	4 p.	18,1 p.	↓
	Tureni	2,9 p.	9,2 p.	0,4 p.	-	4 p.	16,5 p.	↓
foarte scăzut (sub 15 p.)	Săcuieu	2 p.	10,3 p.	0,1 p.	-	3 p.	15,4 p.	↓
	Poieni	2,6 p.	1,2 p.	0,2 p.	6 p.	5 p.	15 p.	↓
	Negreni	0,1 p.	9,4 p.	0,2 p.	-	5 p.	14,7 p.	↓
	Mărișel	-	0,3 p.	6,1 p.	5,1 p.	2 p.	13,5 p.	↓
	Aiton	1,3 p.	10,5 p.	0,3 p.	-	1 p.	13,1 p.	↓
Media ariei de studiu	Măguri-Răcătau	-	7,4 p.	0,1 p.	-	2 p.	9,5 p.	↓
	Valea Ierii	-	-	0,1 p.	-	2 p.	2,1 p.	↓
		3,1 p.	14 p.	1,4 p.	1,7 p.	5,8 p.	26,5 p.	

4. BAZA MATERIALĂ TURISTICĂ (OFERTA TURISTICĂ DERIVATĂ)

Dezvoltarea multilaterală a infrastructurii turistice a determinat evaluarea sectorială a ofertei derivate pe subcomponente ale bazei de cazare, alimentație publică, transport și agrement, pentru care au fost identificate, inventariate, clasificate și în final, estimate valorile elementelor de infrastructură în scopul demonstrării existenței unei dimensionări corespunzătoare a acestora în raport cu potențialul atractiv. Pentru colectarea datelor primare și secundare s-au efectuat descinderi în teren, s-a apelat la surse de informații oficiale furnizate de instituții precum Autoritatea Națională pentru Turism (ANT), Institutul Național de Statistică (INS) și alte pagini de internet specializate, au fost consultate și elaborate materiale cartografice reprezentative pentru subiectele dezbătute, iar prin metode statistico-matematice au fost calculați diverși indicatori turistici care ulterior prelucrării, au servit interpretărilor și concluziilor cu privire la baza tehnico-materială.

4.1. Infrastructura de cazare

Analiza acestui sector turistic a debutat cu *evoluția numărului unităților și locurilor de cazare în perioada 1990-2015*, care în urma unor modificări cauzate de câteva momente cheie de natură politică și economică (criza sistemică instaurată după Revoluția din decembrie 1989 și recesiunea financiară mondială din 2008) ce au afectat configurația bazei de cazare a ariei de studiu, a crescut de la 1.332 locuri repartizate în 24 de unități (în 1990) la o valoare maximă de 2.721 locuri în 110 structuri de primire (în 2009) care s-a stabilizat la 1.696 locuri în 59 unități (în 2015).

În continuare au fost investigate *dimensiunea și capacitatea infrastructurii de cazare*, nota de particularitate fiind conferită de tripla perspectivă asupra structurilor de primire turistică, în care numărul, capacitatea de cazare și tipologia acestora au suferit modificări consecutive, semnificative de la o sursă la alta. Astfel, de la cele 59 unități și 1.696 locuri de cazare distribuite în șapte tipuri de structuri de cazare indicate de Institutul Național de Statistică, s-a ajuns la 142 unități clasificate și 2.437 locuri în 13 tipuri de structuri (potrivit Autorității Naționale pentru Turism), iar apoi la un total de 363 unități de cazare cu o capacitate cumulată de 6.140 locuri (conform propriei investigații realizate în mediul online și prin observațiile din cadrul descinderilor în teren) repartizate preponderent în pensiuni turistice. În pofida inadvertențelor cauzate de lipsa comunicării dintre instituții și a nedeclarării activității de turism, aria de studiu ilustrează existența unei baze de cazare consistente în raport cu mediul rural corespunzător celorlalte două treimi din suprafața județului Cluj care abia concentrează o treime din infrastructura de primire.

În urma calculării *mărimii medii a infrastructurii de cazare* în conformitate cu cele trei surse s-a stabilit că valoarea acestui indicator este egală cu *28,7 locuri/unitate* (potrivit INS), *17,1 locuri/unitate* (potrivit ANT), respectiv *16,9 locuri/unitate* (potrivit propriei investigații), cele mai ridicate valori fiind înregistrate în Gilău și Săcuieu. În cazul *funcției turistice prin prisma capacității de cazare*, raportarea numărului total de locuri la cei 68.831 locuitori din spațiul rural-montan indicați de INS, în 2015, a generat obținerea unor valori diferite prin prisma datelor Institutului Național de Statistică (media: 0,02 locuri/locuitor; maximă în Băișoara), Autorității Naționale pentru Turism (media: 0,04 locuri/locuitor; maximă în Sâncraiu) și propriilor cercetări (media: 0,09 locuri/locuitor; maximă în Beliș), reflectând în mod deosebit amploarea fenomenului turistic per ansamblu și la scară comunală (Fig. 6).

O secțiune separată din prospectarea bazei de cazare a fost alocată *tipologiei și distribuției teritoriale a unităților de cazare* în cadrul căreia au fost trecute în revistă toate cele trei perspective aferente surselor care au mediat prelucrarea datelor, dintre care, în cele ce urmează, vom enumera doar numărul oficial raportat de ANT pentru 2015: 5 hoteluri (280 locuri), 3 moteluri (164 locuri), 3 hosteluri (56 locuri), 3 bungalow-uri (18 locuri), 1 popas turistic (56 locuri), 4 vile turistice (112 locuri), 4 cabane turistice (101 locuri), 1 sat de vacanță (12 locuri), 1 camping (131 locuri), 2

structuri de tip căsuțe camping (20 locuri), 57 pensiuni turistice (932 locuri), 47 pensiuni agroturistice (368 locuri), 11 structuri de tip camere de închiriat în regim turistic (187 locuri).

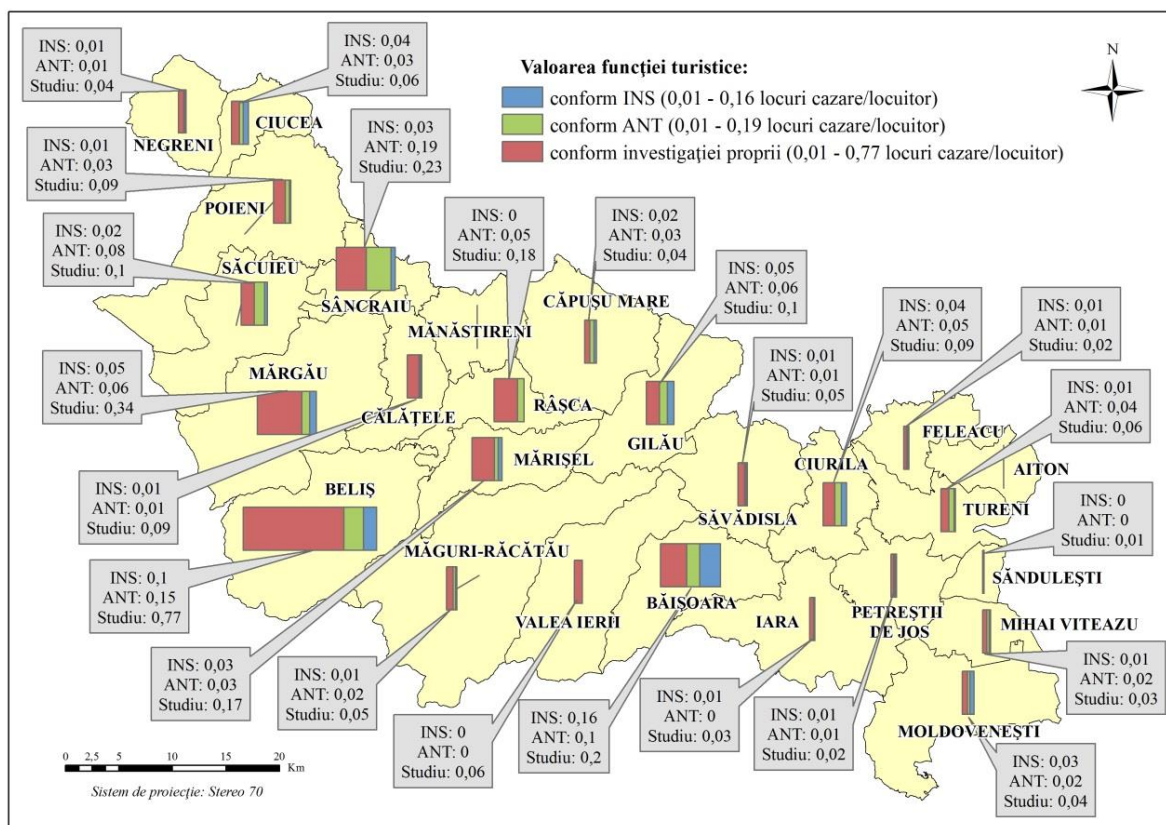
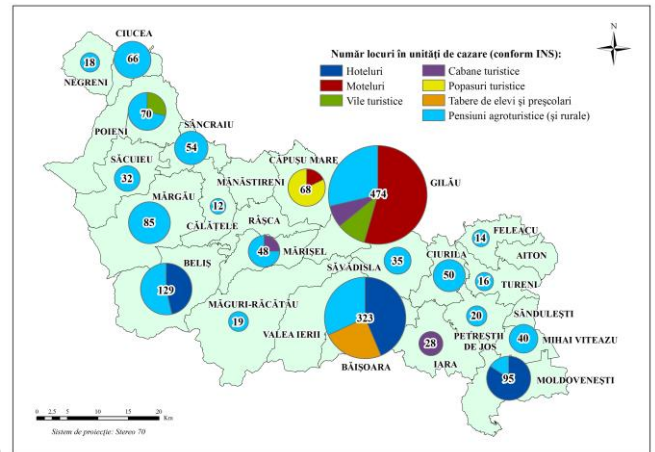
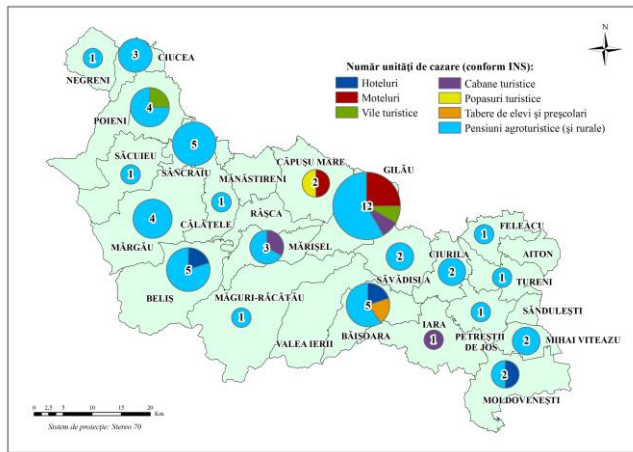


Fig. 6. Valoarea funcției turistice a comunelor din aria de studiu, în 2015 (triplă perspectivă)

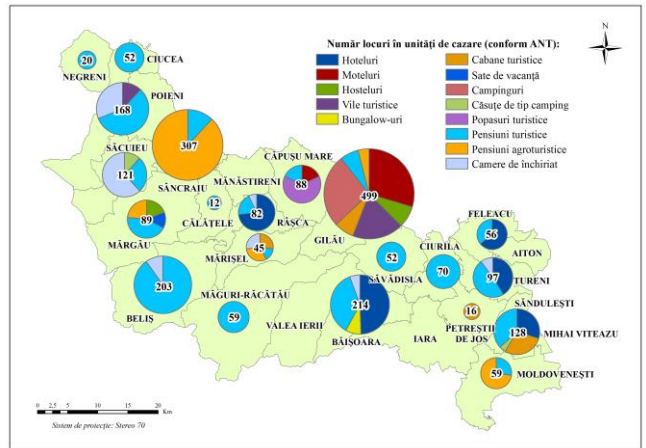
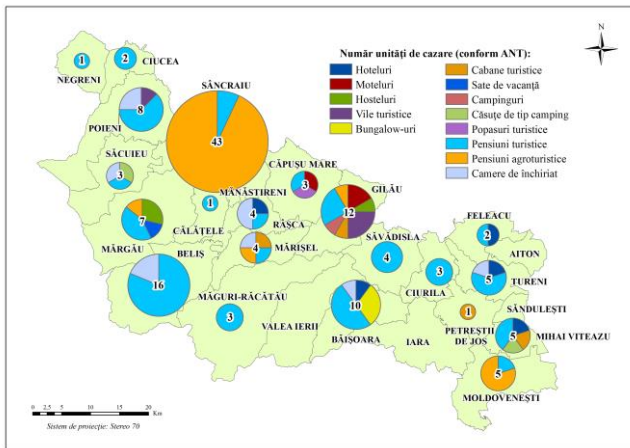
În cele din urmă a fost redată *tripla perspectivă sintetică asupra bazei de cazare*, mai exact asupra dimensiunii și capacității generale a infrastructurii (Fig. 96), respectiv asupra configurației acestora la nivel de comună. Aceasta din urmă a evidențiat faptul că, în 2015, în conformitate cu:

- Institutul Național de Statistică (Fig. 7): Gilău deținea cea mai consistentă (474 locuri; 12 unități) și diversificată infrastructură (4 tipuri);
- Autoritatea Națională pentru Turism (Fig. 8): Gilău s-a afirmat atât prin intermediul celei mai eterogene baze turistice (7 tipuri), cât și prin maximul capacității de primire (499), în timp ce numărul cel mai ridicat de unități de cazare a revenit comunei Sâncraiu (43);
- investigația proprie (Fig. 9): comuna Beliș a fost desemnată lider de clasament în materie de număr de unități (77) și locuri de cazare (1.024), preponderent repartizate în pensiuni (517 locuri) și cabane (435 locuri), a căror capacitate a devenit astfel de neegalat la nivelul ariei de studiu.

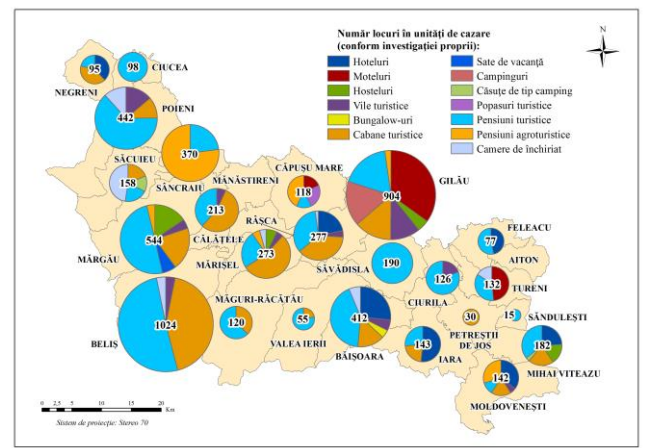
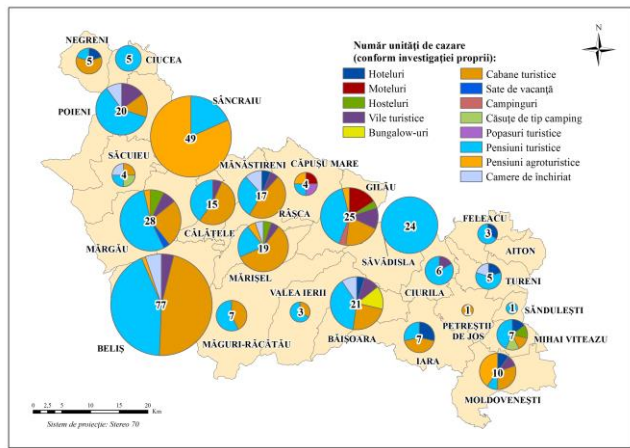
Examinarea bazei de cazare s-a încheiat cu analizarea, în primul rând a *categoriei de confort* prin care s-a observat că din punctul de vedere al capacității, 54,4% din locurile de cazare (1.327) erau clasificate la 3 stele/flori în anul 2015, în timp ce, prin prisma dimensiunii, 53,5% din unitățile de cazare (76) din zona montană și submontană clujeană erau subordonate categoriei de confort de 2 stele/flori; iar în al doilea rând cu determinarea *tipului operatorului economic aferent unităților de cazare* care a revelat preponderența detașată a Societăților cu Răspundere Limitată corespunzătoare regimului de administrare a 65 de structuri de primire (45% din totalul infrastructurii de cazare).



a) b)
Fig. 7. Distribuția teritorială a categoriilor de cazare din aria de studiu în anul 2015, conform INS:
 a) la nivelul numărului de structuri; b) la nivelul capacității de primire
 Sursa datelor: Institutul Național de Statistică (ultima accesare: 4 aprilie 2016)



a) b)
Fig. 8. Distribuția teritorială a categoriilor de cazare din aria de studiu în anul 2015, conform ANT:
 a) la nivelul numărului de structuri; b) la nivelul capacității de primire
 Sursa datelor: Autoritatea Națională pentru Turism (ultima accesare: 11 februarie 2016)



a) b)
Fig. 9. Distribuția teritorială a categoriilor de cazare din aria de studiu în anul 2015, conform investigației proprii:
 a) la nivelul numărului de structuri; b) la nivelul capacității de primire

4.2. Infrastructura de alimentație publică

În privința *infrastructurii de alimentație publică*, analiza s-a limitat doar o singură sursă de informație, respectiv la perspectiva oficială asigurată de Autoritatea Națională pentru Turism, care la finele anului 2015 a raportat prezența a 45 unități de alimentație publică în teritoriul studiat (preponderent restaurante), posesoare ale 4.291 locuri integrate în zece tipuri de structuri de alimentație, cea mai bună repartizare fiind sesizată în Gilău (771 locuri în 7 unități) și Feleacu (887 locuri în 6 unități). În esență însă, nu trebuie omis din vedere faptul că majoritatea structurilor de cazare încorporează spații și/sau oferă servicii de alimentație publică fapt care contribuie la extinderea acestei baze și în afara sferei de omologare. Revenind la datele oficiale, proporția însemnată a restaurantelor și capacitatea lor ridicată de primire s-au tradus într-o *mărimă medie a infrastructurii de alimentație publică* egală cu 95,4 locuri/unitate, confirmată și validată în secțiunea alocată *tipologiei și distribuției teritoriale a unităților de alimentație publică* (Fig. 10). Aceasta din urmă a scos la iveală existența unui număr de 28 restaurante clasice (3.382 locuri), 3 restaurante pensiune (161 locuri), 2 restaurante cu specific național (130 locuri), un bistro (40 locuri), o terasă (80 locuri), 2 cafe-baruri (59 locuri), 5 baruri (77 locuri), un bufet-bar (120 locuri), o unitate tip fast-food (92 locuri) și un snack-bar (50 locuri). Dacă prin prisma *confortului* acestea se încadrează predominant în categoria de două stele prin 43% din numărul total de locuri, respectiv preponderent în cea de trei stele prin 42% din numărul total de structuri de alimentație publică, din perspectiva tipului operatorului economic, Societățile cu Răspundere Limitată au fost cele care au prevalat și în anul 2015, prin 82% de unități gestionate în acest regim.

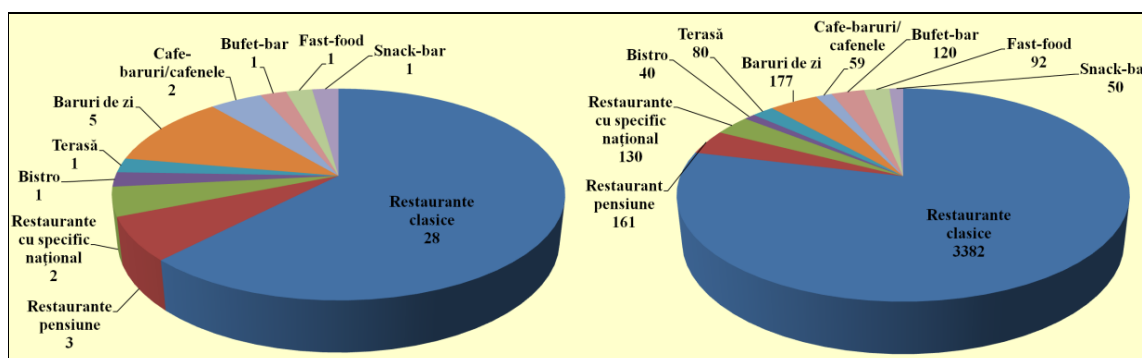


Fig. 10. Dimensiunea și capacitatea bazei de alimentație publică, în 2015
Sursa datelor: Autoritatea Națională pentru Turism (ultima accesare: 17 martie 2016)

4.3. Infrastructura de transport

Urmând principiul densității căilor de comunicație și al frecvenței utilizării mijloacelor de transport, procesul de prospectare a acestei infrastructuri a demarat cu cea *rutieră* și cu trecerea în revistă a celor mai importante tipuri de drumuri care traversează aria de studiu (autostrada A3, drumurile europene E60 și E81, drumurile naționale DN1 și DN75, cele 21 de drumuri județene și cele 23 drumuri comunale), în paralel cu determinarea accesibilității teritoriului investigat. Pentru aceasta au fost calculate distanțele dintre cele 26 centre de comună studiate și municipiul Cluj-Napoca (Fig. 11), respectiv dintre cele 26 și orașele-reședință aferente județelor limitrofe, rezultând că jumătate din suprafața spațiului rural-montan se află la o distanță mai mică de 50 km față de Cluj-Napoca (15 centre de comună) și mai mică de 100 de km față de Zalău (13 centre) și Alba Iulia (12 centre de comună).

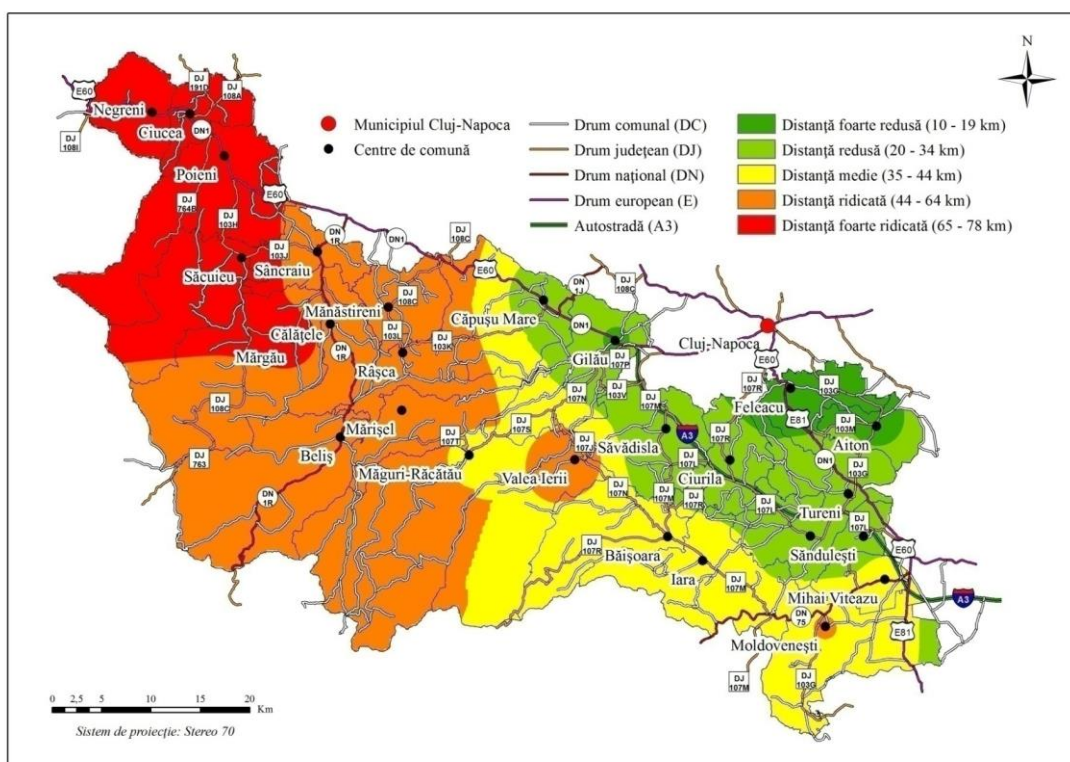


Fig. 11. Accesibilitatea rutieră a centrelor de comună față de municipiul Cluj-Napoca la nivelul ariei de studiu

La capitolul infrastructură *feroviară*, accentul a fost pus deopotrivă pe traseul Magistralei 300, care în limitele ariei de studiu intersectează stațiile și haltele Negreni – Ciucea – Valea Drăganului – Poieni – Bologa și pe rutele care, deși nu se află pe traseul direct al magistralei, favorizează prin stația Ciucea legături cu centre urbane și localități tranzitate de trenurile Regio Cluj-Napoca – Oradea, InterRegio București Nord – Satu Mare, InterRegio Cluj-Napoca – Timișoara Nord, InterRegio Cluj-Napoca – Episcopia Bihor, InterRegio Timișoara Nord – Iași, InterRegio Brașov – Episcopia Bihor.

Pentru transporturile aeriene, prezența Aeroportului Internațional Avram Iancu s-a dovedit a fi indispensabilă legăturilor cu orașele din țară și din străinătate grație celor 3 rute interne (București Otopeni, Timișoara, Iași) completate de 36 rute internaționale stabilite între Cluj-Napoca și destinații externe din 17 țări (Austria, Belgia, Danemarca, Elveția, Emiratele Arabe Unite, Franța, Germania, Irlanda, Israel, Italia, Marea Britanie, Olanda, Polonia, Spania, Suedia, Turcia, Ungaria).

4.4. Infrastructura sportivă și de agrement

Importanța acestei componente a bazei tehnico-materiale rezidă tocmai în structura sa eterogenă care înglobează o paletă diversificată de mijloace și dotări (Fig. 12) capabile să satisfacă nevoia de recreere a turiștilor. Responsabile pentru aceasta au fost și sunt în principal cele trei stațiuni climaterice și pentru sporturi de iarnă Fântânele (cu posibilități de agrement nautic și piscicol, plimbările pe lac cu diverse ambarcațiuni etc.), Muntele Băișorii și Buscat (în speță schi alpin și snowboarding) la care se adaugă diverse alte forme de turism precum turismul itinerant montan, cicloturismul sau ciclismul montan (mountain biking) pe traseele din împrejurimi, ecoturismul, campingul, turismul ecvestru (plimbările cu trăsura trasă de cai sau călare), turismul

rural, cel de recreere și de odihnă susținut atât de prezența reședințelor secundare, cât și de funcționarea unor structuri de primire turistică omologate.

Parte componentă a celor două stațiuni pentru sporturi de iarnă sau independente de astfel de amenajări, se detașează cele șase *domenii schiabile* (Băișoara, Buscat, Ciucea, Mărișel, Dângău, Feleacu) împreună cu cele 10 *pârții* aferente (Pârția Mare Băișoara, Pârția Specială Băișoara, Pârția Buscat 1, Pârția Buscat 2, Pârția Buscat 3, Pârția, Codrii Vlăsinului, Pârția Mărișel-Leșu (Pârția Veche), Pârția Gemeni, Pârția Neagră, Pârția Schi Arena Feleacu), cu grade de dificultate, lungimi, pante, lățimi și suprafețe variabile, prevăzute cu instalațiile de transport pe cablu (teleschiuri și telescaune) cu capacități diferite, parțial dotate cu tunuri de zăpadă și instalație nocturnă și omologate în proporție de 50%.

În plus, s-au afirmat și cele patru *parcuri de agrement* cu profil diferit (Fun Park în timpul verii și snowpark pe perioada iernii în Feleacu; parcul de ciclism montan în Buscat; zooparcul și parcul de aventură în Sălicea) și centrul de echitație din comuna Ciurila ca amenajări ce induc noi posibilități de agrement și divertisment, la care se adaugă cele furnizate de unitățile de cazare ca servicii suplimentare la cele de bază puse la dispoziția turiștilor prin oferta structurii de primire.

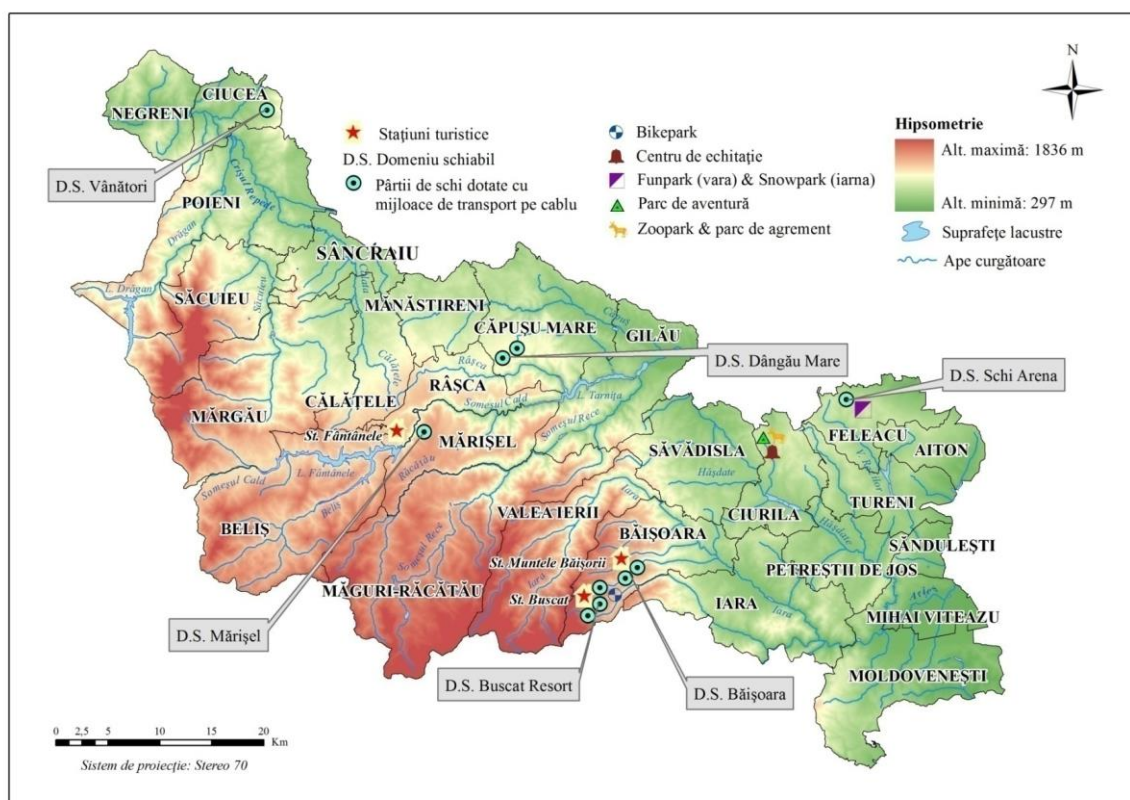


Fig. 12. Distribuția teritorială și tipologia elementelor infrastructurii sportive și de agrement înscrise în aria de studiu

4.5. Elemente de informare și promovare turistică

Complementar serviciilor de cazare, de alimentație, de transport și de agrement, au fost punctate și o serie de aspecte relaționate cu latura de *informare și promovare turistică* în care s-a urmărit, nu atât inventarierea acestor elemente, cât evidențierea existenței lor. S-au individualizat astfel *indicatoarele de semnalizare și panourile informative* (cu mesaje de „bun venit”, aferente ofertei turistice a comunelor, de orientare tip hartă turistică, aferente resurselor înzestrate cu

atractivitate turistică, de semnalizare a structurilor de cazare, de presemnalizare și orientare aferente amenajărilor și dotărilor pentru agrement sau aferente amenajărilor turistice complexe, indicatoare rutiere, indicatoare improvizate etc.), *centrele de informare turistică* (13 în aria de studiu) și *materialele de informare și de promovare* (albume, cataloage, broșuri și ghiduri de promovare, pliante etc.).

4.6. Estimarea valorii potențialului bazei materiale turistice

Sistemul de bonitare al bazei tehnico-materiale propus pentru estimarea valorii potențialului aferent (Tabelul 6) a vizat exclusiv cei patru piloni fundamentali ai ofertei turistice derivate, la nivelul cărora particularitățile funcționale, tipologice și dimensionale, respectiv autenticitatea și complexitatea elementelor de infrastructură au fost cele care intermediat procesul de acordare a punctajelor (între 1 și 10 puncte).

Tabelul 6. Punctajele acordate structurilor bazei materiale turistice

Structuri de primire turistică	Infrastructura de cazare	Infrastructura de alimentație publică	Infrastructura de transport	Infrastructura sportivă și de agrement
Punctaj acordat	pensiune agroturistică: 5p. pensiune, cabană (camere de închiriat): 4p. sat de vacanță, camping, căsuțe tip camping: 3p. vilă, bungalow, popas turistic: 2p. hotel, hostel, motel: 1p.	restaurant cu specific național: 5p. restaurant pensiune, restaurant clasic: 4p. bistro, terasă: 3p. bar de zi, bufet bar, cafe-bar/-cafenea: 2p. fast-food, snack-bar: 1p.	autostradă: 5p. drum european: 4p. drum național: 3p. drum județean: 2p. drum comunal: 1p.	stațiune turistică: 10p. pârtie: 5p. parc tematic (zoo, aventură etc.), centru de echitație: 3p.

Sursa: Răcășan *et al.*, 2016 (cu modificări și completări)

Însumarea scorurile obținute de fiecare unitate administrativ-teritorială în parte, a adus în prim plan comune precum Sâncraiu, Băișoara, Beliș și Gilău, ca posesoare ale celor mai complexe și diversificate baze tehnico-materiale (Tabelul 7). Împreună cu următoarele cinci din ierarhia ilustrată în tabelul anterior, acestea expun valori superioare mediei (cel puțin 40 puncte cumulate), expresie a unei infrastructuri care exploatează corespunzător resursele atractive cu care sunt înzestrate unitățile administrative indicate

Tabelul 7. Evaluarea potențialului bazei materiale turistice al ariei de studiu

Potențial bază materială	Comuna	Infrastructura de cazare	Infrastructura de alimentație publică	Infrastructura de transport	Infrastructura sportivă și de agrement	TOTAL	
foarte ridicat (80 – 221 p.)	Sâncraiu	212 p.	4 p.	5 p.	-	221 p.	↑
	Băișoara	31 p.	6 p.	6 p.	48 p.	91 p.	↑
	Beliș	64 p.	8 p.	8 p.	-	80 p.	↑
	Gilău	34 p.	25 p.	21 p.	-	80 p.	↑
ridicat (40 – 79 p.)	Feleacu	5 p.	19 p.	20 p.	11 p.	55 p.	↑
	Poieni	30 p.	4 p.	11 p.	-	45 p.	↑
	Mihai Viteazu	16 p.	12 p.	16 p.	-	44 p.	↑
	Moldovenești	24 p.	-	18 p.	-	42 p.	↑
	Tureni	17 p.	8 p.	15 p.	-	40 p.	↓
mediu (25 – 39 p.)	Mărgău	22 p.	6 p.	8 p.	-	36 p.	↓
	Căpușu Mare	7 p.	4 p.	15 p.	10 p.	36 p.	↓
	Râșca	13 p.	6 p.	5 p.	10 p.	34 p.	↓
	Ciucea	8 p.	10 p.	11 p.	5 p.	34 p.	↓

	Ciurila	12 p.	10 p.	2 p.	9 p.	33 p.	↓
	Săvădisla	16 p.	8 p.	9 p.	-	33 p.	↓
	Mărișel	17 p.	5 p.	4 p.	5 p.	31 p.	↓
<i>scăzut</i> (15 – 24 p.)	Săcuieu	11 p.	6 p.	6 p.	-	23 p.	↓
	Măguri-Răcățâu	12 p.	4 p.	5 p.	-	21 p.	↓
	Negreni	4 p.	7 p.	10 p.	-	21 p.	↓
	Săndulești	-	-	15 p.	-	15 p.	↓
<i>foarte scăzut</i> (sub 15 p.)	Călățele	4 p.	-	8 p.	-	12 p.	↓
	Iara	-	6 p.	6 p.	-	12 p.	↓
	Petreștii de Jos	4 p.	-	2 p.	-	6 p.	↓
	Mănăstireni	-	-	6 p.	-	6 p.	↓
	Valea Ierii	-	-	4 p.	-	4 p.	↓
	Aiton	-	-	4 p.	-	4 p.	↓
Media ariei de studiu		21,6 p.	6 p.	9,2 p.	3,7 p.	40,7	

5. CIRCULAȚIA TURISTICĂ ÎN SPAȚIUL RURAL-MONTAN CLUJEAN

5.1. Indicatorii principali ai circulației turistice: sosiri și înnoptări

Analiza *circulației turistice* pe baza datelor publicate de Institutul Național de Statistică și prin intermediul metodelor statistico-matematice a permis, în primul rând, calcularea *indicatorilor principali* care au arătat faptul că în anul 2015, la scara teritoriului investigat, au fost înregistrate 41.997 sosiri turistice (după ce în 2001 au fost doar 11.512 sosiri) și 116.731 înnoptări turistice, (după numai 28.531 înnoptări în 2001) majoritatea realizându-se în pensiuni turistice.

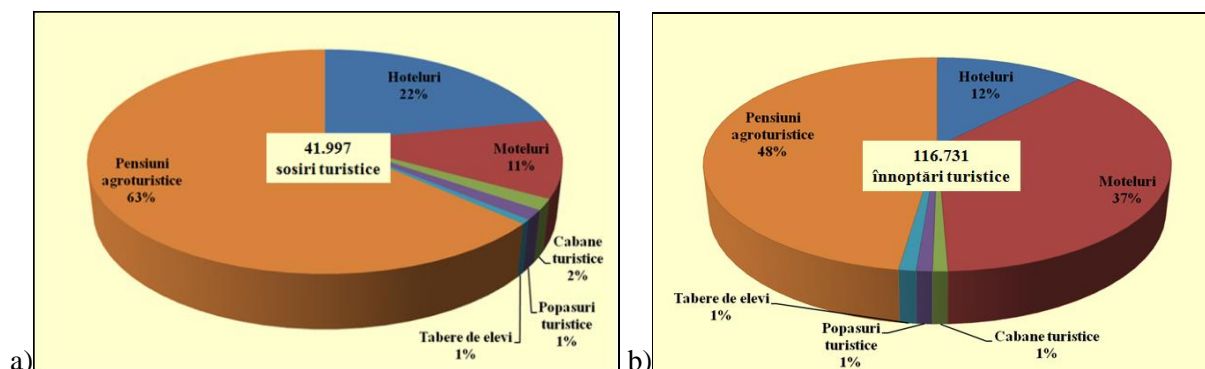


Fig. 13. Ponderea (a) sosirilor turistice și (b) înnoptărilor turistice, la nivelul categoriilor de cazare în aria de studiu, în anul 2015

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică (ultima accesare: 26 iunie 2016)

5.2. Indicatorii secundari ai circulației turistice

Aceleași valori au fost și cele care au mediat calcularea indicatorilor secundari precum: *indicele de utilizare netă a capacității de cazare turistică în funcțiune* (media: 24%; maximul: Gilău cu 45%); *intensitatea fluxurilor turistice* (media: 119 înnoptări la 100 de locuitori; maximul: Sâncraiu cu 899 înnoptări la 100 de locuitori); *densitatea circulației turistice* (media: 61 sosiri la 100 de locuitori; maximul: Sâncraiu cu 515 sosiri la 100 de locuitori).

5.3. Durata medie a sejurului

Prin raportarea numărului de înnoptări turistice la numărul de sosiri a fost determinată și *durata medie a sejurului* care s-a ridicat la 2,8 zile în 2015, durata maximă (7,2 zile) din perspectivă teritorială fiind înregistrată în Gilău, iar prin prisma categoriilor de cazare, în motelurile din zonă.

5.4. Sezonalitatea turistică

Frecvența cu care turiștii au apelat la serviciile de cazare în intervalul 2010-2015, a arătat predilecția pentru luna august; numai în 2015, numărul sosirilor a fost de 4.891, iar cel al înnoptărilor în structuri de primire de 14.135. Acesta a fost, de altfel, și cel mai înalt prag atât pentru luna în discuție, cât și pentru sezonul estival și cel de toamnă (peste 4.000 sosiri lunare în 2015, cu un echivalent de peste 10.000 de înnoptări în intervalul aprilie-noiembrie). Lunile de iarnă au continuat să atragă cele mai reduse fluxuri și în 2015, când, diferența de 2.717 sosiri și 9.957 înnoptări dintre lunile august și februarie – cea mai puțin populară lună în materie de sejururi turistice – a fost una dintre cele mai mari din ultimii ani.

5.5. Turiștii străini în spațiul rural-montan clujean. Studiu de caz: Stațiunea Fântânele

Dat fiind faptul că Institutul Național de Statistică nu oferă date la nivel de comună sau unitate de cazare cu privire la sosirile și înnoptările vizitatorilor străini, a fost întreprins un studiu de caz la nivelul Stațiunii Fântânele, în 2015, în vederea determinării naționalității și ponderii turiștilor în teritoriul analizat. Acesta a ilustrat preponderența vizitatorilor români (aproximativ 90%) atât în situația celor 1.470 de sosiri ale turiștilor, cât și în cazul celor 2.373 înnoptări, urmați de maghiari (circa 50% din numărul străinilor) care au petrecut în medie 2 zile în unitățile de cazare, tot atâtea cât turiștii belgieni, durata sejurului atingând cele mai ridicate valori (4 zile) numai în cazul slovenilor și americanilor.

5.6. Circulația turistică oficială și estimată. Valențe economice relaționate

Invocarea permanentă a alternativei economice pe care turismul o poate reprezenta a condus la tentativa de estimare a veniturilor obținute din turism pornind de la numărul real de înnoptări declarat de INS pentru anul 2015 în structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare și tariful mediu practicat pentru o noapte de cazare (50 lei/persoană). Astfel, conform datelor INS, a rezultat că, în 2015, în spațiul rural-montan clujean, a fost obținută suma de 5.800.000 lei numai din serviciile de cazare. Calculele aprofundate bazate pe multiplicarea numărului de sosiri și înnoptări cu numărul locurilor de cazare raportat de ANT, au arătat că în condițiile în care la 60.193 sosiri le-ar reveni, în medie, 167.666 înnoptări, același tarif/noapte de cazare/persoană, ar fi trebuit să aducă venituri de 8.400.000 lei. Iar situația este cu atât mai încurajatoare cu cât capacitatea de primire este mai extinsă, acesta fiind și cazul celor 6.140 locuri din unitățile de cazare identificate în urma propriilor cercetări, cărora le-ar reveni 151.658 sosiri și 422.432 înnoptări în condiții de circulație turistică identice, ceea ce în termeni financiari ar însemna un venit estimat la 21.100.000 lei. Fără îndoială că încasarea anuală a unei astfel de sume din serviciile de cazare, la care s-ar adăuga și celelate servicii (alimentație publică, transport, agrement și divertisment, intrări la obiective turistice etc.) ar putea transforma turismul într-un susținător al dezvoltării economice în orice zonă.

6. EVALUAREA ȘI VALORIFICAREA OFERTEI TURISTICE A ARIEI DE STUDIU

6.1. Estimarea valorii potențialului atractiv al ofertei turistice generale

Specificitatea acestui capitol constă în concluziile mediane pe care le enunță prin reluarea punctajelor obținute de cele 26 de comune în materie de potențial turistic natural, antropic și bază materială și stabilirea valorii potențialului ofertei turistice generale aferente unităților administrativ-teritoriale analizate pe categorii de potențial și în ansamblu (Fig. 14). În pofida unei medii totale de 108,6 puncte care încadrează teritoriul în categoria potențialului turistic general ridicat din care o ponderea însemnată corespunde valorii fondului natural, s-a observat existența unei bazei materiale turistice subdimensionate în raport cu potențialul atractiv. Astfel, raportând valoarea numerică a ofertei primare la cea derivată, a rezultat existența unui potențial subvalorificat în 22 dintre comune, cele mai mari diferențe (până la 80 puncte) fiind înregistrate în Iara, Mărgău și Valea Ierii.

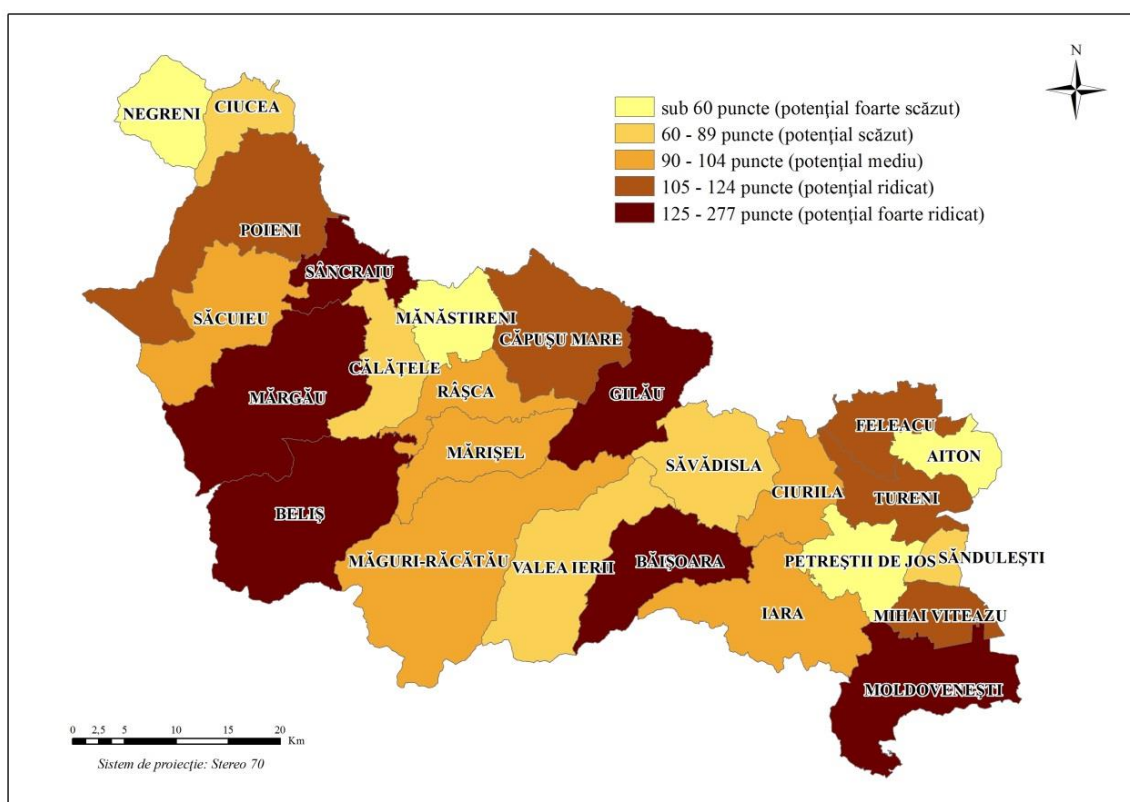


Fig. 14. Estimarea valorilor potențialului turistic al comunelor administrate în viziunea autorităților locale înscrise în aria de studiu

6.2. Tipuri și forme de turism

Complexitatea fenomenului turistic surprinsă în capitolele anterioare prin diferite încercări de identificare, inventariere, ierarhizare și evaluare ale resurselor atractive și elementelor bazei tehnico-materiale, a continuat să se extindă și la nivelul formelor de manifestare ale turismului în rândul cărora au fost identificate 20 de moduri în care se poate practica turismul în interiorul ariei de studiu. Concret, acestea au vizat turismul de drumeție, cicloturismul, turismul de camping, turismul pentru sporturi de iarnă, turismul de aventură și sporturi extreme, alpinismul/escalada, speoturismul, turismul pentru odihnă, turismul climateric montan, turismul pentru sporturi nautice,

turismul piscicol, turismul cinegetic, ecoturismul, turismul rural, turismul cultural-istoric, turismul cultural-religios, turismul de patrimoniu (M.I.), turismul de evenimente, turismul gastronomic, turismul de conferințe și afaceri. Din perspectiva unităților administrativ-teritoriale ale căror oferte turistice ar putea susține desfășurarea formelor de turism sus-menționate, a reieșit că Mărgău, Beliș, Mărișel, Poieni, Râșca, Săcuieu și Tureni (cu peste 15 forme fiecare) sunt cele mai privilegiate comune, deși tuturor celor 26 studiate, le-au fost atribuite câte o formă de turism principală și una secundară, în baza criteriului reprezentativității pentru oferta turistică generală și al unicității combinației propuse.

7. PERCEPȚIA ASUPRA TURISMULUI DIN SPAȚIUL RURAL-MONTAN CLUJEAN

7.1. Percepția autorităților locale asupra ofertei turistice

Prima parte a anchetei de evaluare a percepției asupra turismului, derulată pe trei paliere, a vizat perspectiva autorităților locale care au reconfirmat importanța de necontestat a activităților de turism, resimțind-o nu atât la nivelul dezvoltării comunei administrate până în prezent, cât la nivelul încrederii sporite în contribuția sa în perspectivă (în 90% dintre cazuri). În acest sens, cei mai mulți reprezentanți ai autorităților locale (65%) au declarat că au accesat fonduri europene pentru proiecte și investiții în turism, indicând totodată și existența unei strategii de dezvoltare la nivelul comunei (16 din 26) sau cel puțin a unei viziuni mai largi în care prioritară este dezvoltarea infrastructurii turistice (21 din 26). Întrebați fiind despre utilitatea înființării unei rețele de turism, aceștia au reacționat pozitiv în proporție de 100%, manifestând un grad ridicat de receptivitate (85,3%) inclusiv față de ideea conceperii unor produse turistice de tip circuit care ar reuni elemente din oferta turistică proprie și cea aparținând și altor comune. Nu în ultimul rând, s-a constatat o cunoaștere relativ bună a formelor de turism cu șanse de afirmare (turismul rural și cel itinerant fiind cele mai frecvente răspunsuri), a celor mai importante elemente implicate în constituirea și/sau diversificarea ofertei turistice (în rândul cărora au primat componenta morfo-peisagistică succedată de infrastructura și serviciile de transport și cazare – peste 70% fiecare) și a potențialelor elemente utilizabile în crearea unui brand al comunei (pentru care 36% dintre respondenți au indicat obiectivele antropice, iar 20% pe cele naturale).

7.2. Percepția prestatorilor de servicii de cazare asupra ofertei turistice

În cea de-a doua anchetă, ceea ce referitoare la perspectiva prestatorilor de servicii de cazare, s-au remarcat zone de compatibilitate de opinie atât cu autoritățile locale (prima anchetă), cât și cu turiștii (a treia anchetă), în primul rând la capitolul potențial turistic, responsabil în proporție de 78,5% pentru atragerea turiștilor în zonă (componenta morfo-peisagistică fiind cel mai bine cotate: 88%), iar apoi în privința ofertei de cazare, ale cărei caracteristici intens apreciate de turiști (circa 90%) au coincis cu accesibilitatea, tarifele practicate și amabilitatea personalului. Similarități între răspunsurile prestatorilor și cele ale turiștilor, care au dovedit o bună cunoaștere a comportamentului și preferințelor celor din urmă, s-au observat și în cazul: duratei medii a sejururilor (94%: 2-3 zile) – efectuate în special vara (85%), când capacitatea de cazare este ocupată în proporție de peste 50% – ariei extinse de proveniență a turiștilor, predilecției pentru mijloacele de promovare virtuale (76% apelând la website-uri specializate în promovarea serviciilor de cazare și 67% la site-urile proprii), aspectelor care definesc imaginea generală a unității de cazare (dintre care se detașează importanța unui raport echitabil calitate-preț) și în cazul categoriilor de turism

practicabile în zonă (turismul de recreere și cel de sfârșit de săptămână). De asemenea, au mai reieșit o serie de particularități și avantaje pe care proprietarii și administratorii de structuri de primire mizează în tentativele lor de stimulare a activităților turistice, incluzând tarifele practicate pentru serviciile de cazare în camera dublă/noapte (în medie, 98 lei fără mic dejun sau 126 lei cu mic dejun inclus) la care circa 90% au afirmat că aplică reduceri pentru copiii sub o anumită limită de vârstă, pentru un număr minim de nopți, pentru grupuri sau clienții fideli, preponderent orientți înspre practicarea turismului de recreere și a celui de sfârșit de săptămână (91%).

7.3. Percepția turiștilor asupra ofertei turistice

Investigarea percepției turiștilor a scos la iveală, în plus față de primele două etape ale anchetei, importanța deosebită pe care aceștia o acordă practicării activităților de turism (87,8%), astfel că peste o treime dintre cei intervievați nu erau nici la prima vizită în zonă și nici la prima ședere în unitatea de cazare la momentul anchetei. Pe de-o parte, acest fapt s-a datorat componentei morfoturistice și serviciilor de cazare (64,3%), iar pe de altă parte, tarifelor practicate și amabilității personalului (circa 60%). Proporția foarte ridicată a celor care s-au declarat mulțumiți atât de oferta turistică a zonei cât și de serviciile prestate în cadrul structurii de primire turistice, s-a reflectat inclusiv în rata răspunsurilor afirmative la întrebările care au vizat reîntoarcerea în zonă în scop turistic (100%) și cazarea în aceeași unitate (95%); după ce în prealabil s-au stabilit similaritățile cu răspunsurile prestatorilor de servicii în privința duratei medii a sejurului turiștilor și a surselor de informație utilizate (aceleași preferate și de manageri ca mijloace de promovare). În cele din urmă s-a conturat *profilul socio-demografic al turistului* din teritoriul cercetat care a evidențiat prevalența celor cu vârsta cuprinsă între 25 și 44 ani, cu reședința în mediul urban, al căror nivel de educație indică absolvenți de studii superioare, în principal persoane necăsătorite sau cupluri căsătorite fără copii, cu venituri medii.

8. STRATEGIA DE DEZVOLTARE A SPAȚIULUI RURAL-MONTAN CLUJEAN

8.1. Premise geodemografice ale dezvoltării turistice. Aspecte preliminare

În preambulul strategiei de dezvoltare a ariei de studiu am considerat oportună abordarea câtorva aspecte geodemografice din considerentul raportării la populație ca rezervor de forță de muncă și factor de atracție prin elementele culturale și spirituale transpuse în activitatea turistică. Astfel, în vederea determinării *variabilelor geodemografice propriu-zise*, au fost consemnate rezultatele celui mai recent Recensământ al Populației și al Locuințelor, care în 2011, a înregistrat 67.038 locuitori la nivelul teritoriului examinat, rezultând o densitate generală de 24,9 loc./ km².

Analiza *variabilelor geodemografice socio-culturale* a relevat că, din punct de vedere etnic, în același an, un procent de 77% din populație a fost reprezentat de români, urmați de maghiari (16%) și romi (4%), în timp ce prin prisma structurii confesionale același număr de locuitori a fost divizat în ortodocși (73%), reformați (11%), unitarieni (4%) și penticostali (3%). Sub aspectul nivelului de educație, s-a observat o prevalență a absolvenților de gimnaziu (34%), succedați de cei de liceu (18%), învățământ primar (16%), școală profesională și de ucenici (12%), iar într-o proporție mai mică, persoanele cu studii superioare (6%). Ulterior, abordarea *variabilelor teritoriale aferente mediului de locuire* a scos la iveală un număr total de 36.045 clădiri, dintre care 35.991 clădiri cu locuințe, 24.957 de gospodării, 37.679 locuințe convenționale în spațiul rural-montan, care în 2011, dispuneau de instalații electrice în proporție de 95%, erau racordate la rețeaua de apă

și canalizare (circa 50%) și beneficiau de încălzire centrală numai în proporție de 15%, în timp ce, din perspectiva dotării cu dependențe 73,3% erau prevăzute cu bucătărie și 47,4% cu baie.

Transpunerea în capital uman a stocului educațional, coroborat cu capitalul de sănătate, capitalul vital și cel material au constituit *indicele de dezvoltare umană locală* a cărui valoare medie la nivel de areal (53,9) l-a apropiat de cea a județului Cluj (56,4) în anul 2016, remarcându-se totodată și valorile sale extreme, 78,1 în Gilău și 33 în Aiton (Fig. 15), mai mult decât reprezentative pentru stadiul actual al dezvoltării generale.

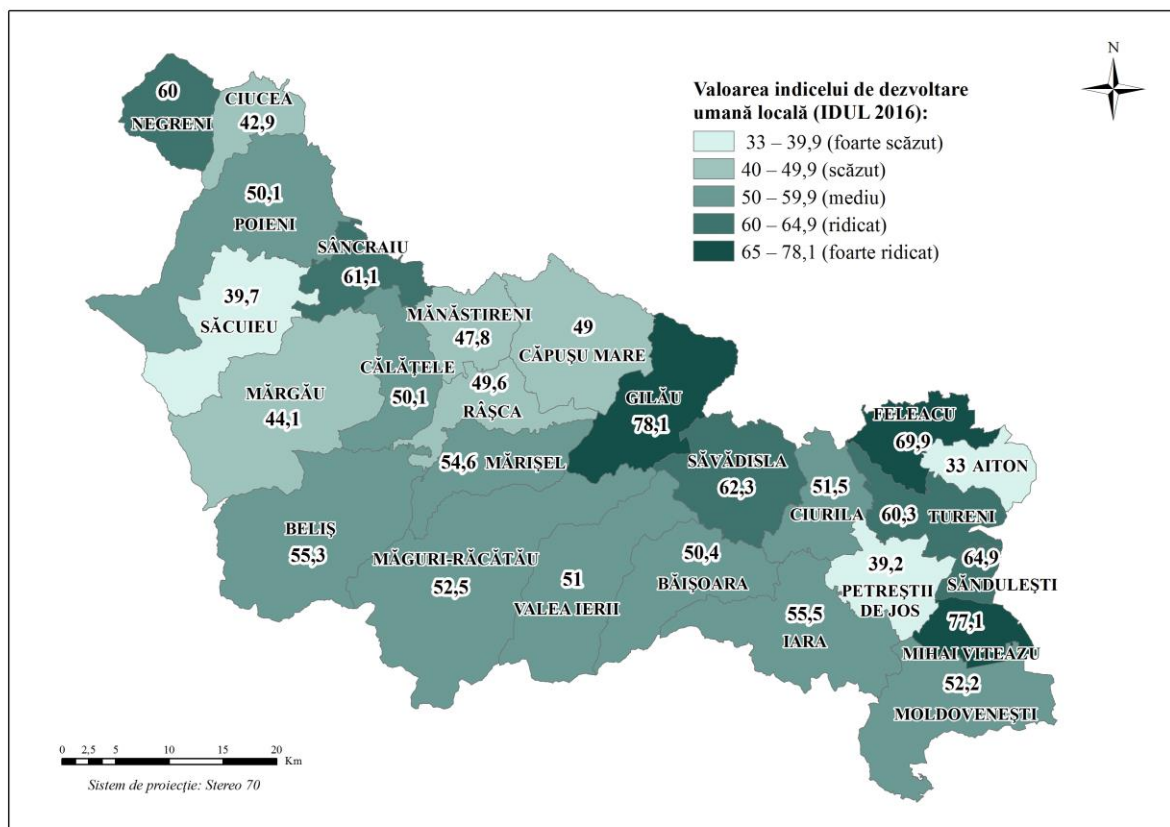


Fig. 15. Valoarea indicelui de dezvoltare umană locală (IDUL) la nivelul comunelor din aria de studiu
Sursa datelor: www.madr.ro (ultima accesare: 29 iulie 2016)

8.2. Oportunități de dezvoltare în contextul politico-economic 2014-2020

Cercetarea contextului și a oportunităților politico-economice din intervalul 2014-2020 a indicat *abordarea LEADER* (Liaison Entre Actions de Développement Rural) ca soluție pertinentă pentru dezvoltarea economică și socială a zonei rurale grație posibilităților de accesare a unor finanțări din fonduri europene nerambursabile de până la 200.000 euro pe un proiect în condițiile existenței unei Strategii de Dezvoltare Locală și a unui grup de acțiune locală (GAL), teritoriul investigat beneficiind de o acoperire integrală în acest sens prin cele cinci GAL-uri care funcționează în prezent pe raza sa (GAL Someș-Nadăș, GAL Lider Cluj, GAL Napoca Porolissum, GAL Poarta Transilvaniei și GAL Poarta Apusenilor).

8.3. Analiza SWOT

După cum se obișnuiește în cadrul analizelor globale și regionale, orice inițiativă de succes trebuie să aibă la bază o analiză diagnostic care să surprindă în mod obiectiv factorii favorizanți și restrictivi, iar apoi să indice măsurile necesare pentru un optim în dezvoltare. În consecință, în baza prospectării ofertei turistice primare și derivate, analizării circulației turistice și interpretării chestionarelor aplicate în etapa de teren, a fost conturat ansamblul punctelor tari și slabe, a oportunităților și amenințărilor teritoriului cercetat care au stat la baza următoarelor diagnoze și propuneri.

8.4. Diagnoza cauzelor și efectelor generate de problema centrală

Identificarea punctuală a problemelor majore sub forma reprezentării relațiilor cauză-efect prin intermediul Arborelui problemelor, a evidențiat principala problemă cu care se confruntă aria de studiu, și anume valorificarea deficitară a potențialului turistic provocată de diferite cauze și subcauze, cu consecințe negative certe asupra dezvoltării turismului, surprinse în tabelul de mai jos.

Tabelul 8. Arborele problemelor pentru aria de studiu

<i>Efectul 3. Venituri scăzute obținute din turismu</i>							
<i>Efectul 2.1. Cheltuieli reduse ale turiștilor</i>				<i>Efectul 2.2. Număr redus de înnoptări turistice</i>			
<i>Efectul 1. Număr redus de turiști (sosiri turistice)</i>							
PROBLEMA CENTRALĂ: VALORIFICARE DEFICITARĂ A POTENȚIALULUI TURISTIC ÎN SPAȚIUL RURAL-MONTAN ȘI DE CONTACT MARGINAL DIN JUDEȚUL CLUJ							
<i>Cauza 1. Grad redus de implicare, subestimare și interes scăzut cu privire la rolul turismului în dezvoltarea economică a comunităților locale</i>			<i>Cauza 2. Infrastructură turistică subdezvoltată în spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj</i>			<i>Cauza 3. Dezorganizare la nivelul condițiilor de desfășurare a activităților de turism în spațiul rural-montan și de contact marginal clujean</i>	
Cauza 1.1. Raportare diferită a comunităților locale din spațiul rural-montan clujean la activitatea de turism	Cauza 1.2. Dezinformare și necunoaștere din partea comunităților locale cu privire la implicațiile turismului în dezvoltarea socio-economică	Cauza 1.3. Grad redus de instruire al beneficiarilor direcți ai activității de turism din spațiul rural-montan clujean	Cauza 2.1. Calitate scăzută în cazul anumitor elemente de infrastructură turistică existente în spațiul rural-montan clujean	Cauza 2.2. Spații, structuri și elemente de infrastructură insuficiente cu atât mai mult în contextul constituirii unei rețele de turism în spațiul rural-montan clujean	Cauza 3.1. Inexistența unui sistem organizat de coordonare și monitorizare a desfășurării activității de turism (ex: rețea de turism)	Cauza 3.2. Produs turistic nepersonalizat, comercializat în condiții mai puțin organizate	Cauza 3.3. Promovare inefficientă a ofertei turistice aferente spațiului rural-montan clujean la nivel regional și național

8.5. Strategia de dezvoltare. Obiective și direcții de acțiune

Convertirea problemei centrale și a cauzelor determinante din Arborele problemelor în cel al obiectivelor a permis formularea corectă a obiectivului general (valorificarea eficientă a potențialului turistic), a direcțiilor de acțiune și a obiectivelor specifice susținute de activități concrete. Cu alte cuvinte, strategia concepută a implicat realizarea a trei proiecte care au avut ca scop: creșterea gradului de interes și informare a comunităților locale privind rolul turismului în dezvoltarea socio-economică, prin campanii de conștientizare și implicare nemijlocită (Direcția 1), dezvoltarea infrastructurii turistice specifice, prin îmbunătățirea celei existente și amenajarea unor noi structuri indispensabile desfășurării actului turistic (Direcția 2) și îmbunătățirea condițiilor de desfășurare a activităților de turism prin dezvoltarea unei rețele de turism pentru spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj (Direcția 3). Estimările referitoare la resursele

temporale, umane și financiare (care au inclus și cheltuieli salariale, achiziții de materiale și echipamente, plus alte costuri) au arătat că realizarea acestor deziderate ar putea fi posibilă într-un interval de doi ani dacă o echipă de proiect alcătuită din 50 de membri și-ar împărți echitabil sarcinile (unele dintre ele desfășurabile chiar și în paralel) și ar avea la dispoziție un buget total de 260.000 euro pentru toate cele 25 de activități (Tabelul 9) cuprinse în strategie (de la elaborarea instrumentului de evaluare a percepțiilor și atitudinilor, editarea chestionarelor și a materialelor informative, desfășurarea sesiunilor de informare, consiliere și formare de competențe la constituirea unei asociații de tip ONG, amenajarea sediului rețelei de turism, a unor noi puncte de informare turistică, gospodării și centre meșteșugărești pentru introducerea lor în circuitul turistic, conceperea unui sistem corespunzător de orientare și semnalizare turistică, înființarea unei agenții de turism sub egida rețelei și realizarea unor pachete turistice și materiale promoționale expuse pe o platformă specializată și la târgurile de profil).

Tabelul 9. Diagrama Gantt – WBS

	Activități. Rezultate. Costuri.	Resurse umane	2018												2019												2020		
			APR	MAI	JUN	IUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DEC	IAN	FEB	MAR	APR	MAI	IUN	IUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DEC	IAN	FEB	MAR			
			L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	L13	L14	L15	L16	L17	L18	L19	L20	L21	L22	L23	L24			
Direcția (scopul) 1 Buget:69.700 EURO	<i>O.S.1.1. Buget estimat: 21.700 euro</i>																												
	A.1.1.1. elaborare model chestionar	12 persoane																											
	A.1.1.2. aplicare 7.500 chestionare	12 persoane																											
	A.1.1.3. concepere 4 modele materiale info.	12 persoane																											
	<i>O.S.1.2. Buget estimat: 22.850 euro</i>																												
	A.1.2.1. editare 8.500 materiale info.	9 persoane																											
	A.1.2.2. susținere 26 sesiuni informare	9 persoane																											
	A.1.2.3. desfășurare 26 sesiuni consiliere	9 persoane																											
	<i>O.S.1.3. Buget estimat: 25.150 euro</i>																												
	A.1.3.1. constituire O.N.G. TuRSeM Cluj	6 persoane																											
A.1.3.2. organizare curs de formare și dezvoltare	9 persoane																												
A.1.3.3. acordare 200 diplome/certIFICATE	6 persoane																												
Direcția (scopul) 2 Buget:148.000 EURO	<i>O.S.2.1. Buget estimat: 33.450 euro</i>																												
	A.2.1.1. realizare portofoliu elemente bază materială	6 persoane																											
	A.2.1.2. instituire standard calitate și propuneri	9 persoane																											
	A.2.1.3. verificare și acordare 150 plăcuțe-marcă	29 persoane																											
	<i>O.S.2.2. Buget estimat: 114.550 euro</i>																												
	A.2.2.1. amenajare sediu rețea turism ReTuRuM	6 persoane																											
	A.2.2.2. amenajare 14 puncte de informare turistică	31 persoane																											
	A.2.2.3. introducere 25 gospodării-pensiumi	31 persoane																											
	A.2.2.4. amenajare 10 ateliere meșteșugărești	31 persoane																											
	A.2.2.5. implementare sistem de orientare și semnalizare	33 persoane																											
Direcția (scopul) 3 Buget:40.900 EURO	<i>O.S.3.1. Buget estimat: 4.750 euro</i>																												
	A.3.1.1. realizare evidență actori și roluri în cadrul rețelei	6 persoane																											
	A.3.1.2. creare bază de date cu oferta turistică actualizată	6 persoane																											
	A.3.1.3. proiectare platformă web interactivă	5 persoane																											
	<i>O.S.3.2. Buget estimat: 25.600 euro</i>																												
	A.3.2.1. înființare agenție de turism S.R.M. Tour	10 persoane																											
	A.3.2.2. concepere 4 tipologii de produse turistice	8 persoane																											
	<i>O.S.3.3. Buget estimat: 10.550 euro</i>																												
	A.3.3.1. elaborare 8.500 materiale promoționale	10 persoane																											
	A.3.3.2. activare set aplicații platformă web	8 persoane																											
A.3.3.3. pregătire echipament de participare la târguri	8 persoane																												

9. ASPECTE DE PERSONALIZARE TURISTICĂ

9.1. Imaginea de brand a destinației turistice aferente comunelor din aria de studiu

În continuarea și în completarea propunerilor din strategia de dezvoltare, în partea finală a lucrării accentul s-a pus pe aspectele de personalizare turistică, mai exact pe imaginea de brand aferentă comunelor investigate pentru care s-au conceput 26 de modele de imagine turistică, ilustrate și argumentate, concepute în sprijinul promovării lor ca destinații turistice independente.

9.2. Categoriile de produse turistice personalizate

În cazul acestora au fost exemplificate șapte tipuri de pachete turistice, de tip circuit sau minisejur, axate pe practicarea unor forme de turism specifice și vizitarea celor mai importante resurse atractive din zonă, individualizate prin maniera de prezentare a produsului care, pe lângă caracteristicile generale (denumire, slogan, tip produs, propunător, număr de zile, perioada, segmente țintă, mijloc de promovare), a redat în detaliu pentru fiecare pachet, itinerariul, desfășurătorul pe zile și calculația de preț pe categorii de servicii, atașând totodată un model de afiș de promovare reprezentativ. Practic, au fost următoarele tipuri de pachete: produsul turistic rural-montan clujean (circuit turistic general de 6 zile la prețul de 1.269 lei/pers.), produsul agroturistic (circuit turistic tematic de 3 zile la prețul de 499 lei/pers), produsul turistic hivernal (minisejur de 3 zile la prețul de 769 lei/pers), produsul ecoturistic (circuit turistic tematic de 3 zile la prețul de 479 lei/pers), produsul turistic lacustru (minisejur de 3 zile la prețul de 489 lei/pers), produsul turistic piscicol (minisejur de 3 zile la prețul de 789 lei/pers), produsul turistic de patrimoniu (circuit turistic tematic de 2 zile la prețul de 439 lei/pers).

CONCLUZII

Scopul acestui demers de cercetare, prospectare, radiografiere și proiectare a turismului în spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj, expus în cele nouă capitole, a fost acela de a demonstra că aria de studiu întrunește toate condițiile pentru dezvoltarea dinamică, durabilă a turismului și pentru transformarea acestuia într-o alternativă economică viabilă, în vederea îmbunătățirii condițiilor de viață ale comunităților locale, în contextul unei valorificări eficiente a potențialului atractiv și a unei promovări adecvate a ofertei turistice.

Grație argumentelor invocate, metodologiei utilizate, analizelor întreprinse la nivelul aspectelor nu doar turistice, ci și fizico-geografice, culturale, economice, politico-administrative, geodemografice etc., decelându-se astfel factorii fundamentali (oferta turistică primară), decisivi (oferta turistică derivată), permisivi (elemente de circulație turistică), strategici și de proiecție (rezultat al observațiilor, prospectărilor, analizelor și anchetelor efectuate), obiectivele propuse au fost realizate, ipotezele au fost validate, iar scopul general a fost și el, la rândul său atins.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Anton, A., Cosma, I., Popa, V., Voișanu, Gh. (1973), *Cluj. Ghid turistic al județului*, Editura pentru Turism, București.
2. Badea, L., coord. (2006), *Unități de relief ale României. Vol. 2: Munții Apuseni și Podișul Transilvaniei*, Edit. Ars Docendi, București.
3. Băloiu, V. (1980), *Amenajarea bazinelor hidrografice și a cursurilor de apă*, Edit. Ceres, București.
4. Bătinaș, R.H., Sorocovschi, V. (2011), *Resurse de apă: potențial și valorificare*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
5. Bendea, Consuela (2009), *Repertor – Biserici de lemn din județul Cluj: starea de conservare și patrimoniul*, Vol. III, Editat de Consiliul Județean Cluj, Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Cluj, Cluj-Napoca.
6. Benedek, J., Dezs, Șt. (2006), *Analiza socio-teritorială a turismului rural din România din perspectiva dezvoltării regionale și locale*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.

7. Berbecaru, I., Botez, M. (1977), *Teoria și practica amenajării turistice*, Edit. Sport-Turism, București.
8. Bleahu, M., Bordea, S. (1981), *Munții Bihor Vlădeasa*, Editura Sport-Turism, București.
9. Bocșe, Maria (2006), *Obiceiuri tradiționale românești din Transilvania: sărbători, credințe, rituri, mituri*, Vol. I-II, Edit. Hiperborea, Turda.
10. Bodiu, A., Munteanu, Simona (2002), *Portul tradițional românesc din județul Cluj*, Edit. Mediamira, Cluj-Napoca.
11. Bold, I., Buciuman, E., Drăghici, M. (2003), *Spațiul rural: definiție, organizare, dezvoltare*, Edit. Mirton, Timișoara.
12. Boniface, B., Cooper, C. (2009), *Worldwide destinations: The geography of travel and tourism*, Ed. a V-a, Edit. Butterworth-Heinemann, Elsevier, Oxford.
13. Braica, Gh.D. (2010), *Mărgău: pagini de istorie*, Ed. a II-a revăzută și adăugită, Edit. Eikon, Cluj-Napoca.
14. Bran, Florina, Marin, D., Simon, Tamara (1997), *Turism rural: modelul european*, Edit. Economică, București.
15. Buciuman, E. (1999), *Economia turismului rural și a agroturismului*, Edit. Pro Transilvania, Alba-Iulia.
16. Burns, P. (1999), *Tourism and Anthropology*, Edit. Routledge, London.
17. Buta, I., Idu, P.D., Edroiu, N. (1980), *Cluj. Ghid turistic al județului*, Edit. Sport-Turism, București.
18. Butler, R. W. (2001), *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*, în volumul *Seasonality in Tourism*, editat de Tom Baum și Svend Lundtorp, Edit. Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York.
19. Butură, V. (1978), *Etnografia poporului român: cultura materială*, Edit. Dacia, Cluj-Napoca.
20. Cai, Liping A. (2002), *Cooperative branding for rural destination*, în *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nr. 3, pp. 720-742.
21. Călinescu, R. (1969), *Biogeografia României*, Editura Științifică, București.
22. Căndea, Melinda, Bran, Florina (2001), *Spațiul geografic românesc: organizare, amenajare și dezvoltare durabilă*, Editura Economică, București.
23. Căndea, Melinda, Simon, Tamara (2006), *Potențialul turistic al României*, Editura Universitară, București.
24. Ciangă, N. (1985), *Turismul în Munții Apuseni*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geologia-Geographia*, Vol. XXX, pp. 67-73.
25. Ciangă, N. (1991), *Un model de cuantificare a potențialului și bazei materiale turistice din regiunea montană*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia*, Vol. XXXVI, pp. 105-108.
26. Ciangă, N. (1997), *Turismul în Carpații Orientali: Studiu de geografie umană*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
27. Ciangă, N. (1998), *Turismul rural, factor de conservare, valorificare și dezvoltare a habitatului montan*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia*, Vol. XLIII, Nr. 2, pp. 131-136.
28. Ciangă, N., Dezsi, Șt., Rotar, Gabriela (2002), *Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de nord-vest a României*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia*, Vol. XLVI, Nr. 2, pp. 81-90.
29. Ciangă, N. (2003), *Geografie turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
30. Ciangă, N., Dezsi, Șt. (2005), *Turismul rural – aspecte teoretice și conceptuale*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia*, Vol. L, Nr. 2, pp. 139-144.
31. Ciangă, N. (2007), *România. Geografia turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
32. Ciangă, N., Dezsi, Șt. (2007), *Amenajare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
33. Ciangă, N., Răcășan, Bianca-Sorina (2015), *Ski areas and slopes in Romania. Reviewing current state of winter sports tourism unfolding possibilities within Carpathian Mountains*, în *Studia UBB, Seria Geographia*, Vol. LX, Nr. 1, pp. 157-173.
34. Cinezan, V. (2011), *Ciurila - microunivers transilvan*, Edit. Eikon, Cluj-Napoca.
35. Cinezan, V. (2013), *Săcuieu: casa de sub muntele Vlădeasa*, Edit. Ecou, Cluj-Napoca.
36. Clarke, J. (2000), *Tourism brands: An exploratory study of the brands box model*, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 6, Nr. 4, pp. 329-345.
37. Cocean, P. (1988), *Chei și defilee în Munții Apuseni*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București.
38. Cocean, P. (1992), *Masivul Gilău - Muntele Mare: hartă turistică*, Edit. Focul Viu, Cluj-Napoca.

39. Cocean, P. (1996), *Geografia turismului*, Edit. Caroo, București.
40. Cocean, P. (2000), *Munții Apuseni: procese și forme carstice*, Editura Academiei Române, București.
41. Cocean, P. (2002), *Geografie regională: evoluție, concepte, metodologie*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
42. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2005), *Prospectare și geoinformare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Ed. a II-a, revizuită, Cluj-Napoca.
43. Cocean, P. (2007), *Geografia turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Ed. a II-a, Cluj-Napoca.
44. Cocean, P., Filip, S. (2008), *Geografia regională a României*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
45. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2009), *Geografia turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
46. Cocean, P. (2010), *Patrimoniul turistic al României*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
47. Cocean, P. (2014), *Strategia de dezvoltare a comunei Aiton: 2014-2050*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
48. Cocean, R., Moiescu, O. I., Toader, V. (2014), *Economie și planificare strategică în turism*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
49. Copilu Cheatra, V. (1989), *Iara*, Edit. Dacia, Cluj-Napoca.
50. Corbetta, P. (2003), *Social Research. Theory, Methods and Techniques*, translated from Italian by Bernard Patrick, Sage Publications, London.
51. Coteș, P. V., Nedelcu, E. (1976), *Principii, metode și tehnici moderne de lucru în geografie*, Editura Didactică și Pedagogică, București.
52. Csósz, I. (1996), *Agroturism montan*, Edit. Mirton, Timișoara.
53. Cristureanu, Cristiana (1992), *Economia și politica turismului internațional*, Casa editorială Abeona, București.
54. Cucu, V. (2000), *Geografia așezărilor rurale*, Edit. Domino, Târgoviște.
55. Dejeu, Z. (2010a) *Monografia etnologică a județului Cluj. Vol. 1 Zona Dealurile Gilăului, Clujului și Dejului (Someșul Mic)*, Edit. Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca.
56. Dejeu, Z. (2010b) *Monografia etnologică a județului Cluj. Vol. 2 Zona Huedin*, Edit. Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca.
57. Dejeu, Z. (2011) *Monografia etnologică a județului Cluj. Vol. 3 Zona Câmpiei Transilvaniei*, Edit. Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca.
58. Dezsi, Șt. (2006), *Patrimoniul și valorificarea turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
59. Diaconescu, Al., Sălăgean T. (2009), *Comuna Beliș: județul Cluj: scurt ghid de prezentare*, Seria Transilvania all inclusive: revistă de călătorii și afaceri, Cluj-Napoca.
60. Diaconescu, Al. (2010), *Comuna Moldovenești: ghid de prezentare*, Seria Transilvania all inclusive: revistă de călătorii și afaceri, Cluj-Napoca.
61. Donisă, I. (1977), *Bazele teoretice și metodologice ale geografiei*, Edit. Didactică și Pedagogică, București.
62. Erdeli, G., Gheorghilaș, A. (2006), *Amenajări turistice*, Edit. Universitară, București.
63. Filip, C. C., Nistor, V. D. (2010), *Negreni: istorie, tradiții și legende: studiu monografic*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
64. Filip, C. C. (2013), *Beliș, frumusețea Apusenilor: istorie și tradiție*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
65. Fort, V. D. (2010), *Săcuieu: scurtă monografie*, Edit. Astra-Dej, Dej.
66. Frisvoll, S. (2013), *Conceptualising Authentication of Ruralness*, în *Annals of Tourism Research*, Vol. 43, pp. 272-296.
67. Gaman, G., Răcășan, Bianca Sorina, Potra Alexandra Camelia (2015), *Tourism and Polycentric Development in Urban and Rural Areas. Case Study: Triple-Pole Proposals in Bacău and Cluj Counties (Romania)* în volumul Conferinței Internaționale de Turism din Londra: ICOT 2015 - From Tourism Policy into Practice: Issues and Challenges in Engaging Policy Makers and End Users, pp. 139-153.
68. Gaman, G., Răcășan Bianca Sorina (2016), *Transport Accessibility as a Factor for Tourism Flow Augmentation. Case Study: The Romanian Health Resorts*, în *Journal of Settlements and Spatial Planning*, Vol. 7, No. 1, pp. 65-77.
69. George, Wanda, Mair, Heather, Reid, D. (2009), *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*, Edit. Channel View Publications, Bristol.
70. Gergely, E. (2002), *Tureni: studiu monografic*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.

71. Gergely, E., Luca E. (2004), *Iara: studiu monografic*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
72. Gergely, E. (2007), *Comuna Mihai Viteazu: istorie și civilizație*, Ed. a II-a revizuită și mult îmbunătățită, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
73. Getz, D. (2008), *Event tourism: Definition, evolution, and research*, în *Tourism Management*, Nr. 29, pp. 403-428.
74. Gheorghilaș, A. (2014), *Geografia turismului*, Ed. a III-a, revizuită și adăugită, Editura Universitară, București.
75. Ghereș, Marinela (2006), *Agroturism*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
76. Ghinea, D. (2002), *Enciclopedia geografică a României*, Edit. Enciclopedică, Ed. a III-a, rev. și adăug., București.
77. Ghinoiu, I. (2003a), *Atlasul etnografic român, Volumul I: Habitatul*, Institutul de Etnografie și Folclor „Constantin Brăiloiu”, Editura Academiei Române, București.
78. Ghinoiu, I. (2003b), *Sărbători și obiceiuri. Vol. III: Transilvania*, Editura Enciclopedică, București.
79. Ghinoiu, I. (2005a), *Atlasul etnografic român, Volumul II: Ocupațiile*, Institutul de Etnografie și Folclor „Constantin Brăiloiu”, Editura Academiei Române, București.
80. Ghinoiu, I. (2005b), *Comoara satelor: calendar popular*, Editura Academiei Române, București.
81. Ghinoiu, I. (2011), *Atlasul etnografic român, Volumul IV: Portul și arta populară*, Institutul de Etnografie și Folclor „Constantin Brăiloiu”, Editura Academiei Române, București.
82. Glăvan, V. (1978), *Studii de turism. Vol. 2: Turism montan*, Edit. IPREC, București.
83. Glăvan, V. (2000), *Turismul în România*, Edit. Economică, București.
84. Hall, D. (2004), *Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search for Sustainability*, în *International Journal of Tourism Research*, Vol. 6, pp. 165-176.
85. Hannam, K., Knox, D. (2010), *Understanding tourism: A Critical Introduction*, Edit. Sage, London.
86. Hudson, S. (2008), *Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective*, Edit. Sage, London.
87. Ianoș, I. (1987), *Orașele și organizarea spațiului geografic: studiu de geografie economică asupra teritoriului României*, Editura Academiei Republicii Socialiste Române, București.
88. Ielenicz, M. (2007), *România: geografie fizică*, Vol. 2, Editura Universitară, București.
89. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2009), *România, potențial turistic*, Ed. a III-a revăzută, Editura Universitară, București.
90. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2013), *Turism, teorie și metodologie*, Editura Universitară, București.
91. Ilie, M. (1957), *Munții Apuseni*, Edit. Științifică, București.
92. Ilieș, M. (2007), *Amenajare turistică*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
93. Iluș, P. (1997), *Abordarea calitativă a socioumanului: concepte și metode*, Edit. Polirom, Iași.
94. Iorio, Monica, Corsale, A. (2010), *Rural tourism and livelihood strategies in Romania*, în *Journal of Rural Studies*, Vol. 26, pp. 152-162.
95. Irimuș, I. A. (2010), *Relieful: potențial și valorificare turistică*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
96. Jones, P., Lockwood, A. (2002), *The Management of Hotel Operations*, Edit. Cengage Learning EMEA, London.
97. Kolb, Bonita (2006), *Tourism Marketing for Cities and Towns: Using Branding and Events to Attract Tourists*, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
98. Lane, B. (1994), *What is rural tourism?*, în *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, Nr. 1-2, pp. 7-21.
99. Lazăr, V. (2007), *Aiton – Cluj: istorie și tradiție*, Ed. a II-a revăzută și adăugită, Cluj-Napoca.
100. Lechințan, V. (2006), *Călățele: studiu monografic*, Ed. a II-a revăzută și adăugită, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
101. Luca, Minodora Susana (2007), *Băișoara – locul sufletului nostru*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
102. Lupu, N. (2010), *Hotelul: economie și management*, Ed. a VI-a, Edit. C. H. Beck, București.
103. Mac, I. (1992), *Geografie turistică generală*, Universitatea Independentă Dimitrie Cantemir, Sibiu.
104. Mac, I. (2008), *Geografie normativă*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
105. Maftei, I. (2003), *ABC turistic montan*, Edit. Polirom, Iași.
106. Marțian, Florica (2007), *Monografia folclorică a comunei Mănăstireni*, Edit. Hiperborea, Turda.
107. Matei, Daniela (2005), *Turismul rural: teorie și realitate*, Edit. Terra Nostra, Iași.
108. Mathieson, A., Wall, G. (1982), *Tourism: economic, physical and social impacts*, Edit. Longman, Harlow.

109. Mazilu, Mirela (2010), *The Rural Tourism and the Rural Development*, în *Journal of Settlements and Spatial Planning*, Vol. 1, Nr. 1, pp. 77-82.
110. Măhăra, Gh., Popescu-Argeșel, I. (1993), *Munții Trascău: ghid turistic*, Editura Imprimeriei de Vest, Oradea.
111. Middleton, V. (1994), *Marketing in travel and tourism*, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
112. Miftode, V. (1995), *Metodologia sociologică. Metode și tehnici de cercetare sociologică*, Edit. Porto-Franco, Galați.
113. Minciu, Rodica (2004), *Economia turismului*, Ed. a III-a revăzută și adăugită, Edit. Uranus, București.
114. Mititean, R., Kadar, A. (1996), *Zona turistică Băișoara și masivul Muntele Mare: ghid turistic*, Edit. Fundația Soros pentru o Societate Deschisă, București.
115. Miu, Florentina (2008), *Ecoturism și turism rural*, Edit. Universitatea din Pitești, Pitești.
116. Moldovan, F. (2012), *Elemente de climatologie și hidrologie. Partea I: Meteorologie – Climatologie*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
117. Morariu, T., Savu, Al. (1970), *Județul Cluj*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București.
118. Morgan, N., Prichard, A., Pride, R. (2004), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Ed. a II-a, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
119. Muntele, I., Iașu, C. (2003), *Geografia turismului: concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Edit. Sedcom Libris, Iași.
120. Mureșan, Cornelia (2005), *Introducere în demografie*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
121. Neagu, V., Stanciu, G. (1996), *România: charta europeană a spațiului rural*, Edit. Ceres, București.
122. Negucioiu, A., Teodor, P., Edroiu, N. (1980), *Cluj. Județele Patriei. Monografie*, Edit. Sport-Turism, București.
123. Neagu, S. (2003), *Geografia turismului*, Edit. Meteor Press, București.
124. Nicoară, L., Pușcaș, Angelica (2007), *Regionare turistică mondială*, Edit. Silvania, Ed. a II-a, rev. și adăug., Zalău.
125. Nistoreanu, P. (2005), *Economia turismului: teorie și practică*, Editura ASE, București.
126. Nistoreanu, P., Ghereș, Marinela, coord. (2010), *Turism rural: tratat*, Edit. C. H. Beck, București.
127. Olteanu, Antoaneta (2009), *Calendarele poporului roman*, Ed. a II-a, revăzută și adăugită, Edit. Paideia, București.
128. Page, S. J. (1999), *Transport and tourism: Global perspectives*, Ed. a III-a, Edit. Pearson, England.
129. Page, S. J., Getz, D. (1997), *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*, Edit. International Thomson Business Press, London.
130. Pastor, I. (2006), *Managementul turismului rural, agroturismului și ecoturismului*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
131. Păcurar, Al. (2009), *Turism internațional*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
132. Pearce, P. L. (1991), *Analyzing tourist attractions*, în *Journal of Tourism Studies*, Vol. 2, Nr. 1, pp. 46-55.
133. Perța, V. F. (2011), *Comuna Căpușu Mare la ceas aniversar: 1391-2011*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
134. Petrea, Rodica, Petrea, D. (2001), *Turism rural*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Ed. a II-a, revizuită, Cluj-Napoca.
135. Pop, Gr. P. (1996), *România - Geografie hidroenergetică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
136. Pop, Gr. P. (2005), *Mănăstireni și Mănăsturu Românesc: satul sufletului meu*, Edit. Studia, Cluj-Napoca.
137. Pop, Gr. P. (2007), *Județul Cluj - Județele României*, Editura Academiei Române, București.
138. Pop, Gr. P., Zotic, V., Alexandru, Diana-Elena (2015), *Ethnicity from Spatial Centrality to Periphery: The Case of Cluj County, Romania*, în *Journal of Settlements and Spatial Planning*, Special Issue, No. 4/2015, pp. 219-229.
139. Pop, I. A., Danciu, M. I., Cocean, P., Luțaș, Mihaela (2008), *Județul Cluj*, Consiliul Județean Cluj, Edit. Tribuna, Cluj-Napoca.

140. Pop, M., Bartha, Al. (1973), *Cheile Turzii*, Editura pentru Turism, București.
141. Popa, V. (2009), *Turismul în Munții Apuseni - componentă a produsului turistic românesc*, Edit. A.S.E., București.
142. Posea, Gr., Popescu, N., Ielenicz, M. (1974), *Relieful României*, Editura Științifică, București.
143. Pușcariu, V. (1937), *Munții Apuseni*, Tipografia „Universală”, Cluj.
144. Pușcaș, Angelica (2009), *Ascultări din lumea satului. Introducere în etnografie*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
145. Răcășan, Bianca Sorina (2014a), *Tourism Infrastructure in the Rural Mountain Area of Cluj County (Romania)*, în volumul Conferinței Internaționale de Turism din Belgrad BITCO 2014 – Thematic Tourism in a Global Environment: Advantages, Challenges and Future Developments, Edit. College of Tourism, Belgrade, pp. 755-771.
146. Răcășan, Bianca Sorina (2014b), *Types and forms of tourism based on natural and anthropic tourist resources in Apuseni Mountains. Case study: Rural Mountain Area of Cluj County*, în *Geographica Timisiensis*, Vol. XXIII, Nr. 2, pp. 5-26.
147. Răcășan, Bianca Sorina (2015), *Prospecting Event Tourism within the Rural-Mountain Area of Cluj County by means of Online Promotion*, în *Journal of Settlements and Spatial Planning*, Special Issue, No. 4, pp. 199-209.
148. Răcășan, Bianca Sorina, Potra, Alexandra Camelia, Gaman, G. (2016), *Tourism Potential Value Assessment Model for Rural-Mountain and Boundary Contact Areas. Case Study: Cluj County, The District of Ciceu and the Balneary Area of Bacău County (Romania)*, în *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, Vol. 4, Nr. 1, pp. 74-96.
149. Richards, G. (2001), *Cultural Attractions and European Tourism*, Edit. CABI, Wallingford.
150. Rey, R. (1985), *Civilizație montană*, Editura Științifică și Enciclopedică, București.
151. Rotar, Gabriela, Câmpeanu-Sonea, Eugenia, Ilieș, M., Ilieș, Gabriela (2006), *Comunicare în turism*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
152. Rotariu, T., Iluț, P. (1997), *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică*, Edit. Polirom, Iași.
153. Rusu, T., Moraru, Paula, Cacovean, H. (2011), *Dezvoltare rurală*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
154. Sandu, I., coord. (2008), *Clima României*, Editura Academiei Române, București.
155. Sălăgean, T., Simon, Al. (2011), *Gilău: județul Cluj-România*, Seria Transilvania all inclusive: revistă de călătorii și afaceri, Edit. Nereamia Napocae, Cluj-Napoca.
156. Sharpley, R. (2006), *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?*, Edit. Earthscan, London.
157. Sharpley, R., Jepson, Deborah (2011), *Rural tourism: A spiritual experience?*, în *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, Nr. 1, pp. 52-71.
158. Shaw, G., Williams, A. (1994), *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Edit. Blackwell, Oxford.
159. Short, J. (1991), *Imagined country: Society, culture and environment*, Edit. Routledge, London.
160. Simionescu, I. (1983), *Fauna României*, Ed. a III-a, îngrijită de Călin Dimitriu, Edit. Albatros, București.
161. Smith, S. (1995), *Tourism Analysis: A Handbook*, Ed. a II-a, Edit. Longman, Essex.
162. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N. (2001), *Economia turismului*, Edit. Expert, București.
163. Sofronie, C. (2000), *Amenajări hidrotehnice în bazinul hidrografic Someș-Tisa*, Casa de Editură Gloria, Cluj-Napoca.
164. Sorocovschi, V. (2008), *Climatologie și aplicații bioclimatice în turism*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
165. Sorocovschi, V., Șerban, Gh. (2012), *Elemente de climatologie și hidrologie. Partea II: Hidrologie*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
166. Statie, Gh. (2009), *Turismul rural și managementul pensiunilor turistice*, Edit. Independența Economică, Pitești.
167. Stănciulescu, Gabriela, Jugănar, I. D. (2006), *Animația și animatorul în turism*, Edit. Uranus, București.
168. Stănciulescu, Gabriela (2010), *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Editura A.S.E., București.

169. Stoica, L. (2008), *Castele și cetăți din Transilvania: județul Cluj*, Cluj-Napoca.
170. Surd, V. (2001), *Geodemografie*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
171. Surd, V. (2003), *Geografia așezărilor*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
172. Surd, V. (2013), *Micești (Micuș) un sat transilvănean*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
173. Susan, Aurelia (1980), *Geografia turismului*, Univ. Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.
174. Swarbrooke, J. (2002), *The development and management of visitor attractions*, Ed. a II-a, Edit. Butterworth-Heinemann, Oxford.
175. Swizewski, C., Oancea, D. (1976), *Geografia turismului*, Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași.
176. Șerban, Gh. (2007), *Lacurile de acumulare din bazinul superior al Someșului Mic. Studiu hidrogeografic*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
177. Șteiu, N., Mariș, I. (2000) *Marișel: file de geografie, istorie și folclor*, Edit. Etape, Sibiu.
178. Șteiu, N. (2002), *Beliș - vatră străbună: studiu monografic*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
179. Șteiu, N., Negru, Gh. (2003), *Poieni: spațiu, istorie și spiritualitate*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
180. Șteiu, N. (2007), *Bedeciu: satul nostru de suflet*, Edit. Dokia, Cluj-Napoca.
181. Toșa, I., Bucur, C., Roșca, Simona Teodora (2012), *Meșteri și meșteșuguri clujene azi*, Edit. Tradiții Clujene, Cluj-Napoca.
182. Tripon, Monica (2003), *Belișul de sub ape: credințele legate de viața omului în satul Beliș: schița monografică a vieții spirituale*, Edit. MO, Cluj-Napoca.
183. Tritean, Ileana Maria (2012), *Feleacu și împrejurimile lui: potențial turistic și valorificarea lui*, Ed. revizuită și completată, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
184. Trufaș, Constanța, Bran, Florina, Martinescu, Dana Maria (2009), *Ecoturism și turism rural*, Edit. Alpha MDN, Buzău.
185. Ursuț, D. (2008), *Drumurile romane din județul Cluj*, Edit. Napoca Star, Cluj-Napoca.
186. Vac, M. (2009), *Săcuieu: dăinuire și trăinicie peste veacuri*, Edit. Sceda, Oradea.
187. Vasile, M., Barbelian, M. (1986), *Turism și alpinism în Cheile Turzii*, Editura Sport-Turism, București.
188. Vâțca, I. (2010), *Comuna Râșca: studiu monografic*, Edit. Accent, Cluj-Napoca.
189. Vișinescu, V., Lechințan, V. (2002), *Petreștii de Jos: studiu monografic*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
190. Vișinescu, V. (2003), *Săndulești: studiu monografic*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
191. Vișinescu, V., Bujor, Mariana (2013), *Petreștii de Jos: un colț de țară românească: vatra folclorică și spațiul păstrării ființei naționale*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
192. Vlăduțiu, I. (1973), *Etnografia romanească: istoric, cultura materială, obiceiuri*, Editura Științifică, București.
193. Vlăsceanu, L. (1982), *Metodologia cercetării sociologice. Orientări și probleme*, Editura Științifică și Enciclopedică, București.
194. Vodă, M. (2008), *Ecoturism*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
195. Williams, S. (1998), *Tourism Geography*, Edit. Routledge, London.
196. Zotic, V. (2005), *Componente operaționale ale organizării spațiului geografic*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
197. * * * (1998), *Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România*.
198. * * * (2003), *Ciucea lui Octavian Goga*, Edit. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca.
199. * * * (2004), *Planul de amenajare a teritoriului Regiunii de Nord-Vest (PATR): coordonate majore*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
200. * * * (2011), *O.M.D.R.T. nr. 899/2011 privind clasificarea structurilor de primire turistice*.

WEBOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Aeroportul Internațional Avram Iancu, <http://airportcluj.ro/>, ultima accesare: 2 iulie, 2016.
2. Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale, *Rapoarte de selecție*, disponibile la https://portal.afir.info/informatii_generale_rapoarte_si_liste_rapoarte_de_selectie, ultima accesare: 21 iulie, 2016.
3. Arhiva Monumente Uitate, disponibilă la <http://monumenteuitate.org/ro/>, ultima accesare: 16 ianuarie, 2017.
4. Asociația Comunelor din România, Filiala Județeană Cluj, *Arii naturale de interes județean în Cluj*, disponibile la <http://acorcluj.ro/>, ultima accesare: 21 noiembrie, 2016.
5. Asociația de Ecoturism din România, <http://www.asociatiaaer.ro/>, ultima accesare: 12 aprilie, 2017.
6. Asociația Generală a Vânătorilor și Pescarilor Sportivi din România, *Programul Campionatului de Pescuit al AGVPS din România*, disponibil la <http://agvps.ro/>, ultima accesare: 5 decembrie, 2016.
7. Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural, <http://www.antrec.ro/>, ultima accesare: 29 august, 2014.
8. Asociația pentru Dezvoltarea Mountain biking-ului din România, *Calendar competițional*, disponibil la <http://mtbcup.ro/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
9. Autoritatea Națională pentru Turism, *Lista structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate*, disponibilă la <http://turism.gov.ro/informatii-publice/>, ultima accesare: 11 februarie, 2016.
10. Autoritatea Națională pentru Turism, *Lista structurilor de primire turistice cu funcțiuni de alimentație publică clasificate*, disponibilă la <http://turism.gov.ro/informatii-publice/>, ultima accesare: 17 martie, 2016.
11. Buscat Ski & Summer Resort, <http://www.buscat.ro/>, ultima accesare: 5 iulie, 2016.
12. Calculator distanțe rutiere, <http://distanta.ro/>, ultima accesare: 11 aprilie, 2017.
13. Catalogul Bisericilor din România, disponibil la <https://www.biserici.org/index.php?menu=BI>, ultima accesare: 19 ianuarie, 2017.
14. Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Cluj, *Manifestări culturale*, disponibil la <http://www.traditiiclujene.ro/>, ultima accesare: 5 decembrie, 2016.
15. Centrul Național de Informare și Promovare Turistică Cluj, disponibil la <http://www.cniptcluj.ro/obiectiv/view/id/2955>, ultima accesare: 21 iulie, 2016.
16. Cheile Turzii Race, <http://ctrace.ro/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
17. Cluj.com – Ghid local, *Evenimente*, <https://cluj.com/>, ultima accesare: 7 decembrie, 2016.
18. ClujLife, *Evenimente*, disponibil la <http://www.clujlife.com/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
19. Compania Națională de Căi Ferate CFR – SA, <http://www.cfr.ro/>, ultima accesare: 30 iunie, 2016.
20. Consiliul Județean Cluj, *Județul Cluj*, disponibil la <http://www.cjcluj.ro/judet/>, ultima accesare: 30 iunie, 2016.
21. Cupa Răchițele, *Festivalul Pereților de Gheață*, <http://www.cuparachitele.ro/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
22. Cupa Transilvania Post, <http://cupatransilvaniapost.ro/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
23. Cupa Vlădeasa, <https://descoperavaleaierii.wordpress.com/cupavladeasamtb/>, ultima accesare: 8 decembrie, 2016.
24. Distanțe rutiere, <http://distanta.net/>, ultima accesare: 29 iunie, 2016.
25. Enciclopedia României, *Portul popular din Transilvania*, disponibil la: http://enciclopediaromaniei.ro/wiki/Portul_popular_din_Transilvania, ultima accesare: 13 septembrie, 2016.
26. Federația Națională a Grupurilor de Acțiune Locală, *Programul LEADER*, disponibil la <http://fngal.ro/index.php/sample-sites-2>, ultima accesare: 31 iulie, 2016.
27. Federația Română pentru Dezvoltare Montană și Rurală, <http://www.frdmr.ro/>, ultima accesare: 29 august, 2014.
28. Feleacu Ski & Snowboard Resort, <http://www.partiafeleacu.ro/>, ultima accesare: 7 iulie, 2016.
29. Fun Park Feleacu, <http://www.funparkcluj.ro/>, ultima accesare: 10 iulie, 2016.
30. Ghidul Primăriilor, *Prezentarea comunelor clujene*, disponibil la <http://www.ghidulprimariilor.ro/>, ultima accesare: 2 decembrie 2016.

31. Institutul de Memorie Culturală, *Lăcașuri de cult din România - Baza de date online*, disponibilă http://www.cimec.ro/Monumente/LacaseCult/default_ro.htm, ultima accesare: 19 ianuarie, 2017.
32. Institutul Național al Patrimoniului, *Lista Monumentelor Istorice 2015. Județul Cluj*, Anexă la Ordinul ministrului culturii nr. 2.828/2015, pentru modificarea anexei nr. 1 la Ordinul ministrului culturii și cultelor nr. 2.314/2004 privind aprobarea Listei monumentelor istorice, actualizată, și a Listei monumentelor istorice dispărute, cu modificările ulterioare din 24.12.2015, Ordin publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, Nr. 113 bis, 15.02.2016, disponibilă la <http://patrimoniu.gov.ro/ro/>, ultima accesare: 14 ianuarie, 2017.
33. Institutul Național de Statistică, Baza de date TEMPO – serii de timp: domeniul Statistică economică. Turism, Matricele aferente bazei de cazare, disponibile la <http://statistici.insse.ro/shop/>, ultima accesare: 4 aprilie, 2016.
34. Institutul Național de Statistică, Baza de date TEMPO – serii de timp: domeniul Statistică economică. Turism, Matricele aferente circulației turistice disponibile la <http://statistici.insse.ro/shop/>, ultima accesare: 24 iunie, 2016.
35. Maraton Apuseni, <http://www.maratonapuseni.ro/>, ultima accesare: 6 decembrie, 2016.
36. Mecanismul de Schimb de Informații pentru Biodiversitate, *Biodiversitatea în România*, disponibilă la <http://biodiversitate.mmediu.ro/>, ultima accesare: 25 noiembrie, 2016.
37. Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, *Lista UAT-urilor cu valorile IDUL corespunzătoare*, disponibilă la <http://www.madr.ro/informari-dezvoltare-rurala/informari/actualitate-pndr-2014-2020/2891-anunt-deschidere-sesiune-de-depunere-a-strategiilor-de-dezvoltare-locala-sdl-aferente-masurii-19-dezvoltarea-locala-leader.html>, ultima accesare: 29 iulie, 2016.
38. Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, *Turism. Studii. Strategii*, disponibile la <http://www.mdrap.ro/turism/studii---strategii>, ultima accesare: 29 iulie 2016.
39. Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, *Lista consolidată a ariilor naturale protejate din România, Anexa nr. 1 din Ordonanța de urgență nr. 49/2016 pentru modificarea Legii nr. 5/2000 privind aprobarea Planului de amenajare a teritoriului național - Secțiunea a III-a - zone protejate*, Act emis de Guvernul României, publicat în Monitorul Oficial nr. 689 din 6 septembrie 2016, disponibilă la <http://www.mmediu.ro/>, ultima accesare: 21 noiembrie, 2016.
40. Parcul Natural Apuseni, <http://www.parcapuseni.ro/>, ultima accesare: 25 noiembrie, 2016.
41. Programul Național de Dezvoltare Rurală, <http://www.pndr.ro/>, ultima accesare: 31 iulie, 2016.
42. Programul Operațional Regional, *Documente de programare*, <http://www.inforegio.ro/ro/por-2014-2020/documente-de-programare.html>, ultima accesare: 30 iulie, 2016.
43. Recensământul Populației și al Locuitorilor (2011), disponibil la <http://www.recensamantromania.ro/>, ultima accesare: 25 iulie, 2016.
44. Repertoriul Arheologic Național, disponibil la: <http://ran.cimec.ro/>, ultima accesare: 15 ianuarie, 2017.
45. Rețeaua Ecologică Natura 2000, *Harta interactivă a siturilor Natura 2000*, disponibilă la <http://natura2000.eea.europa.eu/#>, ultima accesare: 14 decembrie, 2016.
46. România turistică, *Info Schi România*, <http://www.romaniaturistica.ro/info-schi>, ultima accesare: 5 iulie, 2016.
47. Stațiunea Băișoara, <http://www.baisoara.ro/>, ultima accesare: 5 iulie, 2016.
48. Sucursala Hidrocentrale Cluj, <http://www.hidroelectrica.ro/>, ultima accesare: 26 ianuarie, 2017.
49. Trenuri CFR, <http://www.infofer.net/>, ultima accesare: 30 iunie, 2016.
50. Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii, *Arii protejate*, disponibil la <https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about>, ultima accesare: 25 noiembrie, 2016.