

Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului
“Regele Mihai I al României” din Timișoara



FACULTATEA DE MANAGEMENT ȘI TURISM RURAL

Drd. PAȘCALĂU V. RAUL

TEZĂ DE DOCTORAT

**TURISMUL VITI-VINICOL ÎN MICROREGIUNEA
VĂII MUREȘULUI (STUDIU DE CAZ - DRUMUL
VINULUI), JUDEȚUL ARAD**

Conducător Științific :

Prof.Univ.Dr. CSÖSZ IOAN

Timișoara

2019

REZUMAT

ABSTRACT

Turismul reprezintă o componentă importantă a vieții economice și sociale, fiind un fenomen cu multiple implicații și conexiuni economice, sociale, culturale și politice care argumentează preocupările actuale pentru cunoașterea conținutului turismului, a incidențelor sale și pentru descifrarea mecanismelor de funcționare. În actuala situație din țara noastră, agroturismul se regăsește în patru zone de vacanță: litoral, munte, mediu rural, mediu urban. Prin acest cadru se poate amplifica bogatul patrimoniu turistic al României, pentru care turismul rural/agroturismul va trebui să capete valențe și vocații adecvate actualei etape de restructurare a României.

România beneficiază de multiple și variate frumuseți naturale și valori culturale istorice, care-i permit să ofere produse turistice de calitate și atractivitate deosebită, competitive, în măsură să satisfacă exigențele tuturor categoriilor de vizitatori români și străini. De aceea, se poate spune că România este o țară turistică, o țară care poate oferi în același spațiu, diversitatea montană a Elveției și frumusețea Rivierei franceze. În centrul țării, Podișul Transilvaniei, cu livezi și vii încărcate de rod, este înconjurat de cununa Carpaților. În centrul Subcarpaților, a dealurilor și câmpiilor, numeroase izvoare de ape minerale având calități terapeutice au stat la baza dezvoltării a peste 160 de stațiuni balneare. Din loc în loc, monumente – mărturii ale unor fapte din istoria zbuciumată a poporului român. La atracțiile naturale și istorice se adaugă mulțimea realizărilor social – economice actuale de mare interes pentru orice vizitator, bogăția creațiilor etnografice și folclorice precum și ospitalitatea poporului român.

Păstrarea tuturor funcțiilor turistice ale parcurilor naționale, ale rezervațiilor biosferei trebuie să aibă la bază elaborarea unor planuri de dezvoltare turistică care să nu se limiteze la aceste spații naturale și să se înscrie într-un context regional mai larg.

Acțiunile izolate de amenajări parțiale exclud realizarea unui turism durabil. Toate dotările și echipamentele turistice se vor realiza într-un stil în deplină armonie, cu mediul local, prin utilizarea unor materiale de construcție locale, tradiționale. Vor trebui dezvoltate mijloace de transport cât mai silențioase, non-poluante, prin utilizarea unor surse de energie alternative.

Se impun, pentru viitor, tipuri de vacanțe care cer cheltuieli energetice reduse, care să exploateze la minimum resursele existente și care să contribuie la conservarea și protecția mediului. Educația turiștilor și a populației locale despre dezvoltarea durabilă are un rol foarte important adoptându-se treptat un mod de viață comparabil cu cel occidental în ceea ce privește protecția mediului, lucru deosebit de util pentru cerințele de dezvoltare a generațiilor următoare.

Respectarea acestor minime cerințe cere o angajare politică, economică, a tuturor factorilor interesați de dezvoltarea turismului, realizarea unui sprijin financiar real, deschiderea colaborărilor între organismele internaționale, naționale și locale. Astfel se poate realiza un turism bazat pe dezvoltarea durabilă eficient cu rezultate bune pentru viitor. Dezvoltarea durabilă în turism se poate realiza, în cea mai mare măsură, prin resursele economico-financiare proprii ale agenților economici cu capital de stat, privat și mixt, ca și prin atragerea capitalului străin. Aceste surse vor fi folosite pentru dezvoltarea și modernizarea bazei materiale turistice, ridicarea calității și diversificarea prestațiilor turistice, inclusiv pregătirea personalului din domeniul turismului, precum și pentru acțiuni promoționale ale ofertelor turistice românești.

Dezvoltarea durabilă trebuie să prezinte anumite soluții, modele de dezvoltare alternative, tehnici curate, nepoluante, schimbarea modelelor de producție și de consum actuale care contribuie la distrugerea echilibrelor geochimice ale Terrei.

Pe termen lung, costurile financiare pentru susținerea unui turism durabil pot apărea ca fiind ridicate, iar costurile ulterioare pentru refacerea ecologică sunt mult mai mari, iar de multe ori efectele negative asupra naturii sunt ireversibile.

România are mari posibilități de dezvoltare a agroturismului în multe zone, iar practicarea acestuia este necesară în etapa actuală. Veniturile realizate din aceasta activitate - urmare a cointeresării sătenilor pentru practicarea agroturismului prin închirierea de locuințe și comercializarea produselor naturale sau antrenarea turiștilor la activități agricole ori casnice pot contribui substanțial la ridicarea nivelului de trai și civilizație, la fixarea tineretului în localitățile rurale.

Configurația geografică a României, oferă condiții ideale atât pentru agroturismul propriu-zis, în perioada actuală, constituind o reală rezervă ca potențial valorificat încă la scară redusă, cu atât mai importantă cu cât reprezintă o posibilă sursă de venituri suplimentare, care, bine influențată și gospodărită, poate fi pusă în valoare în termen relative scurt și cu investiții minime.

Considerăm deci că agroturismul în general, trebuie să-și evalueze mult mai riguros șansele de relansare și, în același timp, să redevină una din sursele complementare de venituri în special în zonele defavorizate din punct de vedere agricol.

România dispune de un potențial economico-social, geografic și istoric de o deosebită importanță, în special în regiunile montane, ceea ce conferă condiții propice dezvoltării turismului și agroturismului.

În formarea produsului agroturistic, potențialul agroturistic este deosebit de important. Formarea produsului turistic implică atât analiza potențialului turistic (natural și cultural-istoric, poziție geografică, forța de muncă, trăsăturile psihosociale ale populației etc.), material uman și financiar (surse și mijloace de finanțare), cât și a posibilităților de valorificare și constituire într-o ofertă turistică competitivă. Prin studii de conjunctură se aleg piețele cele mai favorabile, căile și mijloacele de promovare și publicitate. În realizarea acestui demers, trebuie să se țină seama și de: valoarea și varietatea resurselor turistice, ocupațiile agropastorale și tradițiile etnofolclorice din zonă, poziția favorabilă pe o arteră turistică importantă sau în apropierea unor centre turistice și stațiuni renumite, apropierea de masive montane de mare atractivitate și circulație turistică, dezvoltarea socio-economică ridicată a satelor care conduce la un nivel de trai confortabil al gospodarilor, cu efecte benefice pentru primirea și găzduirea turiștilor, inclusiv din străinătate, trăsăturile psihostructurale ale populației, care îi conferă un grad mare de ospitalitate, cinste și moralitate, gradul mai înalt de emancipare a locuitorilor din sate (cunoscători și de limbi străine).

Este necesară, de asemenea, inventarierea resurselor turistice naturale și socio-economice, care trebuie continuată cu analiza detaliată a posibilităților de valorificare și de construire a produsului turistic. Este vorba, în principal, de: amenajări pentru dezvoltarea infrastructurii generale (alimentare cu apă, încălzire, epurarea apelor uzate, repararea și modernizarea drumurilor de acces la obiective sau de legătură cu magistralele rutiere), ridicarea gradului de confort al gospodăriilor primitoare de turiști, dotări tehnico-edilitare și comerciale, dotări pentru agrement sportiv (pârții de schi, transport cu cablu, terenuri de sport, poteci turistice, echitație) etc.

Urmează analiza tehnico-economică a fiecărui program în parte și soluționarea financiară a propunerilor, urmărindu-se realizarea în etape și în funcție de eficiența economică a fiecărei investiții. Realizarea investițiilor, pe programe, se poate face cu forțe proprii, prin credite de la bancă, prin asocieri cu societăți comerciale românești și străine, fie prin sprijin financiar de la anumite fundații din țară sau din străinătate, sau de către anumiți agenți economici (este vorba mai ales despre dotările de agrement).

Un teritoriu interesează sub aspectul potențialului turistic, în măsura în care acesta oferă resurse turistice naturale sau antropice, a căror valorificare, pe fondul unor amenajări complexe poate determina o activitate de turism și includerea aceluși teritoriu în circuitul intern și internațional.

Potențialul turistic reprezintă oferta turistică potențială a unui teritoriu, iar împreună cu echipamentul de producție a serviciilor turistice respectiv baza tehnico-materială specifică, masa de bunuri alimentare și industriale destinate consumului turistic, infrastructura generală și turistică, forța de muncă și condițiile de comercializare formează oferta turistică reală sau patrimoniul turistic.

Păstrarea unei lumi rurale, cu tot ceea ce are semnificativ sub aspect economic, social, cultural, presupune inițierea și dezvoltarea acestei forme de turism. De asemenea, turismul poate participa la păstrarea viabilității și stabilității localităților rurale, în condițiile în care fenomenul depopulării se manifestă în mod evident prin plecarea tinerilor spre zonele urbane și prin abandonarea vechilor gospodării și terenuri. Întâlnirea dintre mediul rural, un mediu deosebit de fragil și dinamismul impus de fenomenul turistic pune problema apariției riscuri generate de restructurare. Totuși, putem afirma că agroturismul trebuie să devină o alternativă la problemele agriculturii și ale zonei rurale.

Dezvoltarea agroturismului va conduce la o dezvoltare economică durabilă a localităților rurale, datorită efectului multiplicator al acestei activități.

Se vor resimți influențe pozitive asupra mediului ambiant, agriculturii, transporturilor, construcțiilor, industriilor de prelucrare și alimentare, serviciilor din cele mai diverse domenii.

Turismul rural este o sursă directă de venituri pentru agricultori. Aportul de venituri complementare obținute prin diversificarea activităților face ca exploatarea să fie mai rentabilă și să contribuie la realizarea de noi locuri de muncă. Exploatarea agricolă devine rentabilă în momentul în care sunt achitate toate datoriile și împrumuturile.

Valorificarea resurselor locale se face prin vânzarea produselor locale la un preț mai bun, comercializându-se direct produsele agricole obținute la fermă. În ultimii ani s-au dezvoltat noi mijloace de prelucrare a produselor agricole din teritoriu și de valorificare și promovare a acestora asigurând o cât mai bună informare a celor interesați de aceste produse.

Satul înseamnă tradiții, obiceiuri cunoscute de generații, cu sărbători strămoșești, înseamnă atragerea turiștilor potențiali și participarea acestora la un spectacol inedit în care arhaicul și noul stau la aceeași masă. În perspectiva actuală de integrare europeană, rolul satului a crescut mult. Agroturismul a cunoscut o importantă expansiune la sfârșitul secolului XX din dorința oamenilor de a evada din mediul cotidian, de întoarcere la tradiții, obiceiuri și valori. Procesul de tranziție la economia de piață a determinat mutații de natură economică, socială, demografică, politică șamd, cu efecte directe asupra populației. Cel mai important efect negativ și într-o continuă creștere este stresul. Pe măsura creșterii nivelului de dezvoltare, se remarcă o accentuare a stresului din viața cotidiană. Din punct de vedere turistic, acest lucru a condus la o schimbare a destinațiilor principale de călătorie, atenția îndreptându-se către noi zone turistice cu potențial neexploatat.

Resursele locale constituie un principiu important al dezvoltării economiei locale.

Utilizarea integrală a resurselor naturale, economice și umane a unei zone cu un bogat potențial turistic se poate realiza prin implicarea comunităților locale în sectorul turistic, prin sprijinirea grupurilor de inițiativă pentru dezvoltarea și promovarea ofertei turistice locale, pentru protejarea mediului înconjurător și a bunurilor culturale.

De aceea, interesul comunității locale în valorificarea resurselor este să elaboreze o strategie de organizare, dezvoltare și promovare a turismului rural cu concurența tuturor agenților economici implicați în desfășurarea acestei activități. Participarea comunității locale la promovarea acestor activități cu profil turistic în mediul rural se poate realiza pe baza unui parteneriat între autorități și unele forme de asociere a proprietarilor de structuri de primire turistică, agenții economici din turism sau alte domenii conexe, care să ducă la o mai bună organizare, dezvoltare și promovare.

Lucrarea de față reprezintă o încercare de a oferi o imagine cât mai completă asupra problematicei turismului rural și a posibilității de susținere a acesteia prin modernizarea turismului viti-vinicol și de a face o radiografie a situației existente și, pe baza concluziilor desprinse, de a veni cu unele propuneri pentru arealul ales. În această lucrare s-a urmărit: sublinierea importanței dezvoltării turismului viti-vinicol în mediul rural al Văii Mureșului din județul Arad; descrierea gradului de dezvoltare durabilă a microregiunii Văii Mureșului și a impactului acestuia asupra turismului de degustare și a dezvoltării zonei studiate, și stabilirea unor măsuri strategice pe termen scurt, mediu și lung pentru microregiunea Văii Mureșului.

Rațiunea alegerii acestei tematici derivă din particularitățile deosebite ale acestei zone în viața curentă și din faptul că reprezintă o temă de actualitate și de importanță majoră pentru spațiul rural aradean.

Scopul prezentei teze de doctorat derivă din faptul că turismul viti-vinicol reprezintă principalul catalizator pentru realizarea dezideratului de dezvoltare a spațiului rural al văii Muresului, și are ca principal obiectiv identificarea gradului de dezvoltare a arealului ales și a contribuției turismului viti-vinicol la dezvoltarea spațiului rural și la asigurarea gradului de dezvoltare.

Teza de doctorat este structurată pe două părți: o parte teoretică și o parte de cercetări proprii. Abordarea metodologică presupune o combinație a metodelor din gama „cercetării de birou” (colectare de informații din surse secundare, deja existente) cu colectarea de informații primare prin studii desfășurate în cadrul arealului luat în studiu.

Pentru atingerea obiectivelor urmărite în această lucrare, principalele activități specifice cercetării desfășurate în cadrul acestui studiu sunt: cercetarea teoretică (identificarea și evaluarea surselor de informații, culegerea și analiza de informații secundare, pregătirea cadrului teoretic; evidențierea gradului de dezvoltare a domeniului studiat într-un areal specific cât și propuneri concrete rezultate pe baza informațiilor obținute.

Pe parcursul tezei s-au folosit ca referințe bibliografice studii și cărți pe domeniul studiat, dar și unele domenii conexe, reviste și surse legate de internet. Au fost utilizate în teză un număr de peste 120 referințe bibliografice.

Metoda cea mai frecvent folosită a fost observația geografică directă. Observarea fenomenului turistic s-a realizat după modelul descriptiv, utilizat pe scară largă în acțiunile de popularizare a obiectivelor turistice și prin documentare și investigație statistică. Pregătirea pentru etapa de teren a presupus realizarea, în prealabil, a unei observări indirecte, bazate pe deducția logică, prin întocmirea unor schițe de hărți și profiluri pentru traseele de parcurs.

În etapa analizei s-a procedat la sistematizarea și prelucrarea informațiilor acumulate, completarea bazei de date din surse statistice (obținute de la diverse instituții specializate, primării, unități și obiective turistice sau din rapoarte, anuare și fișe de observații). S-au folosit și metodele comune altor științe (metoda inductivă, deductivă, istorică, comparativă, matematică și a modelării (folosite, mai ales, pentru redarea în timp a evoluției unor indicatori turistici). Pentru prelucrarea și interpretarea datelor s-au utilizat metodele cartografice specifice cercetării în geografia turismului, aplicate prin diverse tehnici: fond calitativ, hașuri, puncte, linii, areale, semne convenționale.

Pe baza analizei potențialului turistic al componentelor cadrului fizico-geografic și a celui socio-geografic, a distribuției teritoriale a obiectivelor turistice naturale și antropice și a principalelor structuri de cazare a turiștilor, s-a putut realiza o evaluare a gradului de valorificare turistică a potențialului de care dispun localitățile din județul Arad.

Exceptând localitățile din componența zonelor/arealelor turistice s-au mai identificat și alte localități (majoritatea covârșitoare sunt rurale) care dețin un potențial turistic natural și/sau antropic atractiv, pe care, însă, nu au avut capacitatea/posibilitatea de a-l valorifica sau pe care îl valorifică insuficient. Cauza principală a acestei situații o reprezintă lipsa resurselor financiare și, într-o anumită măsură, și dezinteresul sau necunoașterea de către autoritățile locale a programelor cu finanțare europeană și a altor căi/modalități de identificare a resurselor necesare pentru punerea în valoare a potențialului local de dezvoltare a activităților turistice.

Zona turistică Valea Mureșului se individualizează prin peisajul de tranziție între cel montan (Munții Zărandului), cel deluros (Dealurile Lipovei) și cel de culoar larg de vale (Valea Mureșului). Această trecere de la caracteristicile fizico- și socio-geografice ale munților, către cele ale dealurilor și ale culoarului de vale se transpune și în planul activităților economice, inclusiv al celor turistice.

Obiectivele principale ale dezvoltării agroturismului din microregiunea Văii Mureșului, propuse, sunt structurate pe patru linii directoare: dezvoltarea infrastructurii rurale, organizarea structurilor de primire turistică, crearea unui produs agroturistic valoros (degustarea vinului), cât și promovarea produsului agroturistic.

Pentru a promova practicarea agroturismului este necesar ca să se afirme ca principal motor inițiativa privată susținută însă de autoritățile publice. În acest sens va trebui ca abordarea promovării agroturismului să se facă etapizat. Considerăm esențială organizarea unor acțiuni și mijloace de popularizare și reclama gospodăriilor agroturistice atât prin mass-media (presa scrisă și audiovizuală), elaborarea de pliante, de ghiduri agroturistice și film video publicitar, cataloage de prezentare a ofertei agroturistice.

Implementarea unui sistem de dezvoltare și promovare agroturistică pentru zona Văii Mureșului a județului Arad ar trebui să cuprindă o serie de măsuri: încurajarea creării de rețele și structuri locale, dezvoltării și promovării agroturismului de degustare din zona; elaborarea de strategii zonale de dezvoltare agroturistică și punerea în practică a acestora; sprijinirea instrumentelor și acțiunilor promoționale: broșuri, site-uri de internet, hărți agroturistice, ghiduri agroturistice; participarea la târguri de turism de degustare și organizarea la nivel județean a unui salon anual pentru a încuraja agențiile de turism să ofere produsele agroturistice de degustare ale județului; promovarea produselor agroturistice de degustare pe plan național și internațional; îmbunătățirea rețelelor de comunicare în zonele agroturistice de degustare și numai ale județului (dispecerat integrat de alarmare și comunicare interactivă între unități de intervenție: poliție, pompieri, ambulanță, jandarmerie, protecție civilă, gardieni publici, salvamont); cât și crearea unei pagini de internet județeană de promovare a agroturismului de degustare din zona montană.

Lansarea pe piața internațională a ofertei agroturismului de degustare arădean, prin: organizarea de manifestări și realizarea de materiale promoționale de către asociațiile și organizațiile naționale, cu sprijinul prestatorilor individuali de servicii turistice, al firmelor specializate și al agențiilor de turism și touroperatori din turismul românesc; organizarea de acțiuni de marketing și promovare în cadrul programului promoțional al Ministerului Turismului; colaborarea cu firme străine specializate, interesate în organizarea de circuite rurale în Europa Centrală și de Est și introducerea ofertei arădene de agroturism de degustare în catalogul acestora; și editarea unui catalog al ofertelor podgoriilor țărănești atestate din zonele etnografice din zona arădeană.

Valorificarea resurselor microregiunii Văii Mureșului se poate face prin diferite târguri, festivaluri, concursuri, care vin să întregască imaginea favorabilă a satului. Totuși principalul mod, și cel mai important, în valorificarea acestor resurse este turismul rural/agroturismul - care contribuie la introducerea în circuitul turistic intern și internațional a unor variate condiții naturale și la valorificarea tezaurului de cultură tradițională sau contemporană a întregului potențial cultural-istoric din spațiul rural.

La nivelul podgoriilor, dacă există posibilități financiare, este bine ca fiecare din acestea să posede propriul ghid sau pliant în care să fie prezentată atât gospodăria respectivă, cât și împrejurimile, cu toate zonele de atracție.

În cazul produselor agricole (produse viti-vinicole) clienții preferă autenticitatea produselor naturale, mai ales după ce au văzut la fața locului cum se obțin acestea. Adesea, la sfârșitul vacanței ei își manifestă chiar și dorința de a cumpăra unele produse pentru acasă. Este vorba despre brânzeturi, cârnați, vin și alte băuturi alcoolice obținute artizanal, ulei de măsline, paste proaspete, dulciuri, biscuiți și miere. De obicei, întreprinzătorul agroturistic vinde produsele la prețul pieței, cu avantajul vânzării imediate, cu un câștig net superior față de cel obținut prin vânzarea produselor la angrosiștii locali. În concluzie, activitatea este rentabilă și de aceea mai multe ferme agroturistice, care nu dispun de spațiile necesare pentru a oferi servicii de cazare și masa, se limitează numai la vânzarea de produse viti-vinicole din propria gospodărie. Este posibil ca aceste ferme să fie menționate într-un catalog, pentru comenzi prin corespondență. Pentru a putea realiza acest lucru trebuie să existe o capacitate de organizare bine pusă la punct și eficiență care să editeze catalogul respectiv la o tipografie de încredere, să-l promoveze, să obțină o listă de adrese și să rezolve totodată problema expedierii lui și a încasării contravalorii abonamentului prin poștă sau curier.

Scopul acestui catalog este să sprijine inițiativa locală, să crească interesul întreprinzătorilor locali de a colabora în scopul beneficiului tuturor, iar în cazul turistului să trezească interesul pentru vizitarea acestei locații.

În România a crescut numărul cramelor particulare, care pot fi incluse pe un drum al vinului. De asemenea, pentru ca tinerii care au moștenit o vie, au crescut șansele să le dezvolte, orientându-se în același timp și către domeniul turistic, prin accesarea fondurilor nerambursabile. Se creează astfel oportunitatea de a înființa tot mai multe crame-pensiuni, unde să existe atât activitate de producție viti-vinicolă, cât și activitate de turism.

Chiar dacă, în România, nu putem încă vorbi despre un agroturism enogastronomic veritabil, agroturismul, ca și turismul ecologic, au câștigat teren în ultimul deceniu, iar în rândul proprietarilor și managerilor de pensiuni începe să se vadă deja schimbarea de mentalitate. Din păcate, aceste oferte reprezintă foarte puțin, procentual, în oferta turistică românească internă sau destinată turiștilor străini care vin în România. Pentru aceștia din urmă, provocările culinare se limitează, încă, la câteva feluri de mâncare general valabile – sarmale, bulz, tochitură, papanashi –, în lipsa exploataării eficiente a produselor culinare tipice fiecărei zone.

În România a crescut numărul cramelor particulare, care pot fi incluse pe un drum al vinului. De asemenea, pentru ca tinerii care au moștenit o vie, au crescut șansele să le dezvolte, orientându-se în același timp și către domeniul turistic, prin accesarea fondurilor nerambursabile. Se creează astfel oportunitatea de a înființa tot mai multe crame-pensiuni, unde să existe atât activitate de producție viti-vinicolă, cât și activitate de turism.

Podgoria arădeană este una dintre cele mai vechi ținuturi ale viței de vie din România, fiind atestată documentar de la începutul secolului al IX-lea. Viile județului Arad sunt concentrate, aproape în totalitate, în cuprinsul zonei Miniș-Măderat, ocupând poziții statornice, de mult câștigate, pe dealurile de la marginea vestică a Munților Zărandului, întinzându-se pe o lungime de circa 60 km și pe o lățime cuprinsă între 1-4 km. Drumul vinului în Podgoria Aradului s-ar putea compune din următoarele repere: comuna Păuliș, Ghioroc, Covăsânt, Șiria și Pâncota.

Dintre toate zonele aflate în arealul Văii Mureșului Podgoria Aradului, prezintă condițiile cele mai favorabile pentru practicarea agroturismului de degustare, arealul ideal pentru „Drumul vinului” propus de noi fiind compus din comunele aferente zonei podgoriei Aradului, dar „Drumul” poate fi extins și la celelalte comune învecinate. Vizitând aceste meleaguri turiștii vor putea completa șirul experiențelor de calatorie și cunoaștere, urmand circuitul turistic "Drumul Vinului in Podgoria Aradului". Podgoria arădeană este una dintre cele mai vechi "ținuturi ale viței de vie" din România, fiind atestată documentar de la începutul secolului al IX-lea.

La sfârșitul lucrării am propus și un posibil program turistic pentru produsul „turism rural de degustare” care include 4 zile. Succesul unui astfel de produs depinde nu numai de calitatea și prețul produsului, ci într-o măsură foarte mare și de promovarea lui pe piața națională și internațională, de unele elemente de favorabilitate, cât și de factori restrictivi.

Turismul rural are foarte multe posibilități de dezvoltare (noi creionând doar cele mai vizibile posibilități) în regiunea Văii Mureșului, zonă cu potențial turistic mare. În zonă se păstrează încă și astăzi obiceiuri, tradiții și artizanat cu multiple influențe culturale etnice, maghiare și germane, ce atrag ar atrage turiști din Germania și Ungaria dacă ar fi corect și eficient promovate. Constituirea produsului turistic, și implicit dezvoltarea turismului trebuie să aibă la bază utilizarea parteneriatului public-privat.

Ideal pentru crearea unei oferte turistice competitive pe piața internațională ar fi posibilitatea dezvoltării unor pachete turistice cu specific local, în acest scop toate elementele naturale, la care se adaugă tradițiile și folclorul arădean, crează posibilități certe pentru realizarea unui turism rural, la înalte standarde internaționale, care să permită atragerea turiștilor din țară și Uniunea Europeană.