

**INFLUENCING FACTORS ON CUSTOMERS' DECISION TO VISIT
AGRITOURISM FARMS: A CASE STUDY IN VIETNAM¹**

Nguyen The Hai , Nguyen Van Song , Vu Thi Thanh Thuy ,
Nguyen The Huan , Nguyen Van Luong, Hoang Vu Quang

Abstract

The research analyzes the factors affecting the tourists' decision to visit agricultural farms in Thai Nguyen province. Three hundred tourists from 10 agritourism farms were surveyed, and the results showed that there are five factors affecting the decision of tourists in order of importance, including: "Motivation to travel" has the greatest influence with the coefficient $\beta = 0.290$, followed by "Destination image" with the coefficient $\beta = 0.288$, the factor "Destination information" with the coefficient $\beta = 0.247$ and the group "Other motives" with the coefficient $\beta = 0.229$. The factor group, "Infrastructure of the destination", has the lowest influence with the coefficient $\beta = 0.166$. Therefore, solutions to promote the development of agricultural tourism in Thai Nguyen need to pay attention and guide people to cultivate organically, preserve the environment and natural landscape, and create unique experiences for visitors. Authorities, local people, and travel agencies need to have seminars, develop specific agricultural tourism products, and apply information technology in advertising destination images to tourists.

Keywords

Agritourism, Tourism Motivation, Destination Choice, Influencing Factors, Agritourism Farm, Destination Image.

Introduction

Vietnam has a long history of agricultural production in South East Asia and the world. Along with the development of the tourism industry in general, agritourism has been recently interested and developed. Agritourism can be considered as a combination of two industries: agriculture and tourism. Although there are many definitions of agritourism in the literature, there is no consensus on a single meaning, which still leads to the following general conceptions: Agritourism is a type of tourism that creates mainly tourist products of agricultural activities. Agricultural tourism creates conditions for visitors to contact and experience rural life through activities associated with agriculture, traditional craft villages, rural landscapes, customs and cultural heritage. Through tourism, farmers use tourism to promote their agricultural products and improve their

¹ Fonte: Agricultural Sciences, 2022, 13, 566-579.

agricultural income. Agricultural tourism contributes to creating jobs, increasing stable income for rural residents, creating sustainable development in the future.

Thai Nguyen is the second largest tea-producing region in Viet Nam, with many areas that grow fruit trees, and the province also has many famous agricultural specialties such as “Bao Thai Dinh Hoa” rice, “Tan Cuong” tea, “DaiTu” tea. This place can completely develop agricultural tourism to create many tourist products that attract and prolong the stay for visitors. In 2019, the number of tourists to Thai Nguyen reached 2.2 million; the revenue reached more than 400 billion VND. Thai Nguyen province strives to reach 2.5 million visitors/ year by 2025 and 4 million/year by 2030, emphasizing developing agricultural tourism. In recent years, Thai Nguyen’s agricultural tourism has developed and attracted a significant number of visitors, who come to focus on famous tea and fruit growing areas such as Dinh Hoa, Dai Tu, Vo Nhai, Tan Cuong. Studying the factors affecting tourist destination choice helps farms find some solutions to attract tourists.

There are three groups of factors affecting the choice of tourist destination: The first factor is the source of information: It can be the opinion or experience of friends, family, colleagues; word of mouth information; advertising (through the mass media: TV, newspapers, social networks, websites...); The second factor is the visitor’s assessment of the destination, for example, the brand image of the destination; price; or other tangible factors (resources, traffic, services...); The third factor is the motivation of tourists; curiosity; experiencing things that are different from everyday life (e.g., escape from regular residence, away from daily stress, meeting new people, participating in extreme sports activities, trying challenge yourself .

Research in Italy on the choice of agricultural farm destinations showed that tourists are interested in the size of the farm, the website, and the price. In addition, other recent studies have also mentioned that if the farm has a website providing detailed and updated information, it will attract many tourists. Some tourists are very interested in agritourism combined with enjoying local cuisine and preserving the natural landscape; many tourists care about the environment at the farms. Ferencova (2012) said that the image of a travel agency such as reputation and image of the travel agency/company, the experience of using the service of the travel agency, the advice and suggestions of acquaintances about the travel agency, using the dependent services of the travel agency, using the dependent services of the travel agency at the destination, the outstanding advantages of the travel agency compared to other companies is a decisive factor to the

choice of destination of tourists. 1) Developing guidelines for community-based Tourism, the first step as a basis for the development of community-based tourism laws later; 2) Policies related to the implementation of planning, development of key community tourist areas and destinations; 3) Policies related to the development of community-based tourism associated with the protection of natural and cultural environments; 4) Policies related to tourism management; coordinating monitoring of community tourism resource points; policies related to the local community in community tourism development; 5) Policies related to human resource development; promotion work; developing community-based tourism products.

Thus, most of the studies on the factors affecting the tourist destination choice of tourists refer to internal factors (personal factors) and external factors (environmental factors). However, each study only mentions a group of factors or certain factors depending on the research purpose and context. Research showed that there has been no official study for tourists' choice of destination when visiting agricultural farms in Viet Nam in general and in Thai Nguyen province. Therefore, the results of this study aimed to clarify more clearly the needs of tourists, which factors determine the choice of destinations, which are agricultural farms, thereby proposing some solutions to promote agritourism development in Thai Nguyen province.

Com base no texto **“Influencing factors on customers’ decision to visit agritourism farms: a case study in Vietnam”**, responda às questões de 1 a 4.

Questão 01

Com base no artigo, responda às questões:

- a) Qual o objetivo do artigo? (1,0)

- b) Quais foram os participantes da pesquisa e quais resultados foram apontados? (1,0)

Questão 02

- a) Quais concepções gerais em relação ao agroturismo são apresentadas pelos autores do texto? (1,5)

- b) Quais as características turísticas de Thai Nguyen? (1,5)
- c) Quais dados e metas que podem comprovar a potencialidade turística de Thai Nguyen? (1,0)

Questão 03

- a) Segundo o artigo, quais fatores afetam a escolha do destino turístico das pessoas? (2,0)

Questão 04

- a) Quais políticas são sugeridas para o desenvolvimento do agroturismo e que podem impactar na escolha do destino turístico? (2,0)

Espelho das Respostas

Questão 01

Com base no artigo, responda às questões:

a) Qual o objetivo do artigo? (1,0)

Espera-se que o (a) candidato (a) entenda que a pesquisa buscou analisar os fatores que afetam a decisão dos turistas de visitar fazendas agrícolas na província de Thai Nguyen.

b) Quais foram os participantes da pesquisa e quais resultados foram apontados? (1,0)

Espera-se que o (a) candidato (a) compreenda que foram trezentos turistas de 10 fazendas de agroturismo foram pesquisados, e os resultados mostraram que existem quatro fatores que afetam a decisão dos turistas na escolha do destino da viagem: a) Motivação para viajar; b) Imagem de destino; c) Informações de destino; d) Infraestrutura do destino.

Questão 02

a) Quais concepções gerais em relação ao agroturismo são apresentadas pelos autores do texto? (1,5)

Espera-se que o (a) candidato (a) perceba que o agroturismo é um tipo de turismo que cria principalmente produtos turísticos de atividades agrícolas. O turismo agrícola cria condições para que os visitantes possam contatar e vivenciar a vida rural através de atividades associadas à agricultura, aldeias artesanais tradicionais, paisagens rurais, costumes e patrimônio cultural. Através do turismo, os agricultores usam essa modalidade econômica para promover seus produtos agrícolas e melhorar sua renda agrícola. O turismo agrícola possibilita a criação de empregos, aumentando a renda estável para os residentes rurais, criando um desenvolvimento sustentável para o futuro.

b) Quais as características turística de Thai Nguyen ? (1,5)

Espera-se que o (a) candidato (a) compreenda que Thai Nguyen é a segunda maior região produtora de chá do Vietnã, com muitas áreas que cultivam árvores frutíferas, e a província também possui muitas especialidades agrícolas famosas, como arroz “Bao Thai Dinh Hoa”, chá “Tan Cuong”, “DaiTu” chá. Este lugar pode desenvolver completamente o turismo agrícola para criar muitos produtos turísticos que atraem e prolongam a estadia dos visitantes.

c) Quais dados e metas que podem comprovar a potencialidade turística Thai Nguyen? (1,0)

Espera-se que o (a) candidato (a) entenda que em 2019, o número de turistas para Thai Nguyen atingiu 2,2 milhões; a receita atingiu mais de 400 bilhões de VND. A meta da província tailandesa de Nguyen é alcançar 2,5 milhões de visitantes/ano até 2025 e 4 milhões/ano até 2030, enfatizando o desenvolvimento do turismo agrícola.

Questão 03

a) Segundo o artigo, quais fatores afetam na escolha do destino turístico das pessoas? (2,0)

Espera-se que o (a) candidato (a) aponte que há três grupos de fatores que afetam a escolha do destino turístico: O primeiro fator é a fonte de informação: pode ser a opinião ou experiência de

amigos, familiares, colegas; informação boca a boca; publicidade (através dos meios de comunicação de massa: TV, jornais, redes sociais, sites...); O segundo fator é a avaliação do destino pelo visitante, por exemplo, a imagem de marca do destino; preço; ou outros fatores tangíveis (recursos, tráfego, serviços...); O terceiro fator é a motivação dos turistas; curiosidade; experimentar coisas que são diferentes da vida cotidiana (por exemplo, fugir da residência regular, fugir do estresse diário, conhecer novas pessoas, participar de atividades esportivas radicais, tentar se desafiar .

Questão 04

a) Quais políticas são sugeridas para o desenvolvimento do agroturismo e que podem impactar na escolha do destino turístico? (2,0)

Espera-se que o (a) candidato (a) compreenda que são cinco: a) Desenvolver diretrizes para o Turismo de Base Comunitária, o primeiro passo como base para o desenvolvimento de leis de Turismo de Base Comunitária posteriores; b) Políticas relacionadas com a implementação do planejamento, desenvolvimento de áreas e destinos turísticos comunitários chaves; c) Políticas relacionadas ao desenvolvimento do turismo de base comunitária associado à proteção dos ambientes naturais e culturais; d) Políticas relacionadas à gestão do turismo; coordenar o monitoramento dos pontos de recursos turísticos comunitários; políticas relacionadas à comunidade local no desenvolvimento do turismo comunitário; e) Políticas relacionadas ao desenvolvimento de recursos humanos; trabalho de promoção; desenvolvimento de produtos turísticos de base comunitária.