

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN THAM GIA MÔ HÌNH DU LỊCH CANH NÔNG CỦA DU KHÁCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ LẠT, TỈNH LÂM ĐỒNG

● TRẦN THỊ THÙY TRANG - NGUYỄN THỊ THANH NGÀ - TRẦN THỊ PHƯƠNG LINH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn tham gia mô hình du lịch canh nông của du khách khi đến tham quan tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng. Dựa vào các nghiên cứu trước, cùng với bảng tiêu chí của UBND tỉnh Lâm Đồng về “Điểm du lịch canh nông”, nhóm tác giả hình thành mô hình nghiên cứu. Kết quả kiểm định cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn tham gia mô hình du lịch canh nông của du khách tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng như sau: (1) Dịch vụ trải nghiệm cho khách; (2) Chất lượng phục vụ; (3) Khu vực trưng bày sản phẩm; (4) Dịch vụ ẩm thực và (5) Quy mô không gian khu canh nông. Kết quả nghiên cứu này đã đưa ra một số hàm ý quản trị cho các doanh nghiệp kinh doanh loại hình du lịch canh nông tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng nói riêng và cho các doanh nghiệp kinh doanh loại hình du lịch canh nông của cả nước nói chung.

Từ khóa: quyết định chọn, du lịch canh nông, du lịch nông nghiệp, du lịch, canh nông, du khách, thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng.

1. Đặt vấn đề

Du lịch canh nông ở tỉnh Lâm Đồng đã xuất hiện tự phát từ lâu. Bởi từ trước đến nay, du khách đến Đà Lạt - Lâm Đồng đã không chỉ nghỉ dưỡng, mà còn tham quan những vườn hoa, trang trại rau, củ, quả và mua tại vườn. Từ đầu năm 2018 đến nay, ở Lâm Đồng rộn ràng với du lịch canh nông và chính quyền địa phương đã tổ chức xây dựng, thẩm định mô hình du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh, mở ra triển vọng mới đối với sản phẩm du lịch này.

Đà Lạt là thành phố thu hút khách du lịch lớn

nhất của tỉnh Lâm Đồng nói riêng và cả nước nói chung. Ngoài các mô hình và điểm du lịch nổi tiếng từ trước đến nay, Đà Lạt vẫn đang phát triển mô hình du lịch canh nông và nhận được sự quan tâm rất lớn, cũng như sự hứng thú từ du khách. Du lịch canh nông là một hình thức du lịch tại các khu vực nông nghiệp như vườn cây ăn trái, trang trại nông lâm kết hợp, trang trại thảo dược và các trang trại động vật... đã được chuẩn bị phục vụ cho khách du lịch. Khách du lịch tham quan hoặc tham gia vào sản xuất nông nghiệp như làm việc với dụng cụ của

nhà nông, hoặc thu hoạch mà không làm ảnh hưởng đến hệ sinh thái hoặc năng suất của gia chủ. Một sản phẩm mới đặc biệt là nghỉ ngơi ở các trang trại hữu cơ, nơi du khách có thể tìm hiểu thêm về thiên nhiên và học tập các phương pháp canh tác không dùng thuốc trừ sâu.

Quyết định số 933/QĐ-UBND ngày 13/4/2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng về du lịch canh nông đã định nghĩa du lịch canh nông là loại hình du lịch phục vụ du khách dựa trên nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp theo phương thức sản xuất tiên tiến, hiện đại (giá trị cốt lõi) với mục tiêu giải trí, giáo dục và nâng cao tri thức. Khách tham gia du lịch canh nông sẽ được tham quan, trải nghiệm, tìm hiểu quy trình canh tác cây trồng, chăm sóc vật nuôi và thu hoạch, mua, chế biến các sản phẩm nông nghiệp.

Du lịch canh nông phải đảm bảo tối thiểu 4 yếu tố, bao gồm: sự kết hợp giữa ngành du lịch và nông nghiệp; thu hút du khách đến tham quan các hoạt động nông nghiệp; mua bán sản phẩm nông nghiệp để gia tăng sản phẩm du lịch và tăng giá trị sản phẩm nông nghiệp; mang đến tính giải trí, giáo dục và các hoạt động nâng cao tri thức cho du khách.

Đà Lạt hiện đang có nhiều trang trại hoa, cà phê, cùng các loại nông sản khác và các trang trại chăn nuôi với tiềm năng lớn để phát triển mô hình du lịch canh nông. Do đó, nhóm tác giả đã thực hiện đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn tham gia mô hình du lịch canh nông của du khách tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng” làm đề tài nghiên cứu, nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia vào mô hình du lịch canh nông của du khách tại Lâm Đồng và giúp các nhà quản trị doanh nghiệp kinh doanh loại hình này đưa ra những chiến lược, giải pháp phù hợp, góp phần thúc đẩy sự phát triển mô hình du lịch này trong tương lai.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn tham gia mô hình du lịch canh nông của du khách tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng.

Đối tượng khảo sát là du khách nội địa đã trải nghiệm mô hình du lịch canh nông tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng ít nhất 2 lần trở lên trong 1 năm.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu bao gồm 2 giai đoạn: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu định tính nhằm xây dựng mô hình và thang đo nghiên cứu, bao gồm 2 bước:

Bước 1: Nghiên cứu cơ sở lý thuyết nhằm xây dựng và hình thành bảng câu hỏi nháp về mô hình và thang đo nghiên cứu.

Bước 2: Để hoàn thiện thang đo và mô hình nghiên cứu, kỹ thuật thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu được áp dụng.

Thảo luận nhóm tập trung vào 30 người - là những du khách nội địa đã trải nghiệm mô hình du lịch canh nông tại thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng ít nhất 2 lần trở lên và phỏng vấn sâu với 5 chuyên gia trong lĩnh vực du lịch có kinh nghiệm từ 13 năm trở lên. Thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu được thực hiện trong tháng 6/2023, với nội dung được dựa trên dàn bài thảo luận nhóm và chuyên gia.

Nghiên cứu định lượng: Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng và bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện (phi xác suất), tiếp cận với những du khách nội địa đã trải nghiệm mô hình du lịch canh nông tại thành phố Đà Lạt (du khách đã ghi lại địa chỉ và thông tin khi đến trải nghiệm). Tác giả sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và Cronbach's Alpha để kiểm định thang đo, phương pháp hồi quy để kiểm định mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu sử dụng phần mềm “SPSS 22.0” để xử lý dữ liệu với nhiều phương pháp phân tích khác nhau: thống kê mô tả, kiểm định thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA), t-test, và ANOVA.

3. Phân tích kết quả nghiên cứu

3.1. Phân tích kết quả các thang đo lường khái niệm nghiên cứu

Kết quả ở Bảng 1 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều lớn hơn 0.7 và các hệ

Bảng 1. Kết quả các thang đo lường khái niệm nghiên cứu

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo: Qui mô không gian. Cronbach's Alpha = 0.819				
QMKG1	9.97	3.580	.655	.788
QMKG2	10.01	3.733	.609	.808
QMKG3	9.79	3.819	.646	.791
QMKG4	9.88	3.662	.728	.756
QMKG5	9.89	3.712	.655	.810
Thang đo: Trải nghiệm. Cronbach's Alpha = 0.882				
TRANGHIEM1	6.87	3.651	.754	.896
TRANGHIEM2	6.72	3.662	.847	.813
TRANGHIEM3	6.54	3.813	.799	.854
TRANGHIEM4	6.12	3.643	.782	.802
TRANGHIEM5	6.43	3.789	.678	.901
Thang đo: Trưng bày. Cronbach's Alpha = 0.934				
TRUNGBAY1	14.46	9.585	.758	.931
TRUNGBAY2	14.17	8.942	.842	.916
TRUNG BAY3	14.32	8.986	.883	.908
TRUNGBAY4	14.33	8.956	.880	.909
TRUNGBAY5	14.54	9.612	.765	.930
Thang đo: Ẩm thực. Cronbach's Alpha = 0.920				
AMTHUC1	21.80	8.257	.803	.904
AMTHUC2	21.81	8.417	.770	.907
AMTHUC3	21.76	8.141	.835	.900
AMTHUC4	21.83	8.278	.680	.917
Thang đo: Chất lượng. Cronbach's Alpha = 0.791				
CHATLUONG1	10.51	5.998	.818	.847
CHATLUONG2	10.49	6.111	.833	.843
CHATLUONG3	10.41	6.331	.757	.870
CHATLUONG4	10.42	6.227	.679	.902
CHATLUONG5	10.33	5.974	.799	.837

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

số tương quan biến - tổng của các biến đo lường đều lớn hơn 0.3. Các thang đo đều đạt độ tin cậy, nên các biến đo lường thành phần quyết định chọn dịch vụ du lịch đều được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá (EFA) tiếp theo.

3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA - Exploratory factor analysis)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy tất cả 24 biến quan sát trong 5 thành phần phân tán thành 5 nhân tố và tất cả các biến đều có hệ số tải nhân tố (factor loading) > 0.5. Điều này chứng tỏ các biến và nhân tố có quan hệ chặt chẽ với nhau, đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA. Song song đó, hệ số KMO = 0.784 nên EFA phù hợp với dữ liệu và thống kê Chi-square của kiểm định Bartlett đạt giá trị 4672.343 với mức ý nghĩa Sig = 0.000; do vậy các biến quan sát có tương quan với nhau trên phạm vi tổng thể; phương sai trích được là 75.509 % thể hiện rằng 5 nhân tố rút ra được giải thích 75.509 % biến thiên của tập dữ liệu, tại hệ số Eigenvalue = 1.218. Hơn nữa, các thang đo rút ra là chấp nhận được. Như vậy, từ 5 thành phần nguyên gốc ban đầu sau khi phân tích nhân tố khám phá EFA vẫn giữ nguyên 5 nhân tố với 24 biến quan sát. Các nhân tố rút ra đều đạt độ tin cậy và giá trị. (Bảng 2)

Bảng 2. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		.784
Kiểm định Bartlett của thang đo	Giá trị Chi bình phương	4672.343
	Df	461
	Sig - mức ý nghĩa quan sát	.000

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

3.3. Kết quả hồi quy tuyến tính bội

Kết quả hồi quy tuyến tính bội ở bên dưới cho thấy mô hình có $R^2 = 0.607$ và R^2 điều chỉnh là 0.593, nghĩa là mô hình tuyến tính đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu đến mức 59.3% hay mô hình đã giải thích được 59.3% sự biến thiên của biến phụ thuộc (Quyết định). Bên cạnh đó, kết quả phân tích

hồi quy cho thấy hệ số Durbin-Watson = 1.038. Hệ số này nằm trong miền chấp nhận giả thuyết không có tự tương quan chuỗi bậc nhất (các phần dư không có tương quan chuỗi bậc nhất với nhau). Do đó, kết quả cho thấy các phần dư không có tương quan chuỗi bậc nhất với nhau. Cũng theo kết quả phân tích hồi quy cho thấy mô hình không bị vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến do hệ số phóng đại phương sai của các biến độc lập (VIF) đều nhỏ hơn 2. Mặt khác, phân tích ANOVA cho thấy thông số F đạt giá trị 42.715 được tính từ R^2 của mô hình với mức ý nghĩa Sig = 0.000 cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính đa biến xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được và các biến đưa vào đều có ý nghĩa về mặt thống kê với mức ý nghĩa 5%. Như vậy, các biến độc lập trong mô hình có quan hệ với biến phụ thuộc (Quyết định chọn tham gia). (Bảng 3, 4, 5, 6)

Qua kết quả trong bảng hồi quy cho thấy có 5 nhân tố có tác động dương (hệ số Beta dương) đến Quyết định chọn tham gia mô hình du lịch canh nông, với mức ý nghĩa Sig < 0.05 ở tất cả các biến, ngoại trừ hằng số có Sig > 0.05. Do đó, các biến độc lập trong mô hình có quan hệ với biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy tuyến tính được trích dựa theo hệ số Beta chuẩn hóa có dạng như sau:

$$\begin{aligned} \text{QUYETDINH} = & 0.090 \cdot \text{QMKH} \\ & + 0.318 \cdot \text{TRAINGHIEM} \\ & + 0.187 \cdot \text{TRUNGBAY} \\ & + 0.153 \cdot \text{AMTHUC} \\ & + 0.189 \cdot \text{CHATLUONG} + e_i \end{aligned}$$

Trong đó: QUYETDINH: quyết định chọn tham gia; QMKH: qui mô không gian; TRAINGHIEM: trải nghiệm; TRUNGBAY: trưng bày; AMTHUC: ẩm thực; CHATLUONG: chất lượng.

4. Hàm ý giải pháp

4.1. Hàm ý về dịch vụ trải nghiệm cho khách

“Có sản phẩm để khách trải nghiệm” là yếu tố được những người thực hiện khảo sát quan tâm nhất. Do đó, các chủ đơn vị du lịch canh nông cần đầu tư phát triển tốt sản phẩm chủ lực trong khu canh nông của mình thông qua một số giải pháp như:

- Chất lượng giống cây trồng, vật nuôi, đầu tư đất canh tác.

Bảng 3. Giải thích tổng phương sai

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues ban đầu			Tổng hệ số tải bình phương rút trích nhân tố			Tổng hệ số tải bình phương xoay nhân tố		
	Tổng cộng	Phần trăm của phương sai	Phần trăm tích lũy	Tổng cộng	Phần trăm của phương sai	Phần trăm tích lũy	Tổng cộng	Phần trăm của phương sai	Phần trăm tích lũy
1	6.274	20.238	20.238	6.274	20.238	20.238	4.143	13.364	13.364
2	4.268	13.769	34.007	4.268	13.769	34.007	3.470	11.193	24.557
3	3.272	10.554	44.561	3.272	10.554	44.561	3.357	10.828	35.385
4	1.551	5.003	71.580	1.551	5.003	71.580	2.105	6.790	69.068
5	1.218	3.929	75.509	1.218	3.929	75.509	1.997	6.441	75.509
6	.807	2.603	78.112						
7	.695	2.242	80.354						
8	.607	1.958	82.312						
9	.535	1.727	84.039						
10	.484	1.561	85.600						
11	.445	1.437	87.037						
12	.406	1.311	88.348						
13	.388	1.251	89.599						
14	.365	1.179	90.778						
15	.348	1.124	91.902						
16	.329	1.063	92.965						
17	.302	.974	93.939						
18	.268	.864	94.803						
19	.241	.778	95.581						
20	.220	.710	96.291						
21	.189	.609	96.900						
22	.185	.597	97.497						
23	.151	.486	98.997						
24	.108	.349	99.697						

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

Bảng 4. Tóm tắt mô hình

Mô hình	Giá trị R	R ²	R ² điều chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Thống kê thay đổi					Hệ số Durbin-Watson
					Mức độ thay đổi R ²	Mức thay đổi F	df1	df2	Mức thay đổi Sig. F	
1	.779 ^a	.607	.593	.30397	.607	42.715	8	221	.000	1.038

a. biến độc lập, QMKG, TRAIINGHIEM, TRUNGBAY, AMTHUC, CHATLUONG

b. biến phụ thuộc: QUYETDINH

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

Bảng 5. Kết quả phân tích Anova

ANOVA ^a						
Mô hình		Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa -Sig.
1	Hồi quy	31.575	8	3.947	42.715	.000b
	Phần dư	20.420	221	.092		
	Tổng cộng	51.995	229			

a. Biến phụ thuộc: QUYETDINH

b. Biến độc lập QMKG, TRAIINGHIEM, TRUNGBAY, AMTHUC, CHATLUONG

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

Bảng 6. Hệ số hồi quy

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
1	(Hằng số)	.002	.211		.009	.993		
	QMKG	.047	.023	.090	2.012	.045	.839	1.192
	TRAIINGHIEM	.201	.030	.318	6.697	.000	.788	1.270
	TRUNG BAY	.118	.030	.187	3.895	.000	.774	1.291
	AMTHUC	.105	.034	.153	3.136	.002	.782	1.279
	CHATLUONG	.118	.029	.189	4.042	.000	.816	1.225

a. Biến phụ thuộc: QUYETDINH

Nguồn: Nhóm tác giả phân tích số liệu, 2023

- Tạo sự khác biệt về sản phẩm: để nâng cao chất lượng dịch vụ trải nghiệm cho du khách, khu du lịch canh nông phải đầu tư vào trang thiết bị hỗ trợ cho du khách trải nghiệm như đồ bảo hộ; dụng cụ canh tác, thu hoạch.
- Dựa vào đặc điểm của sản phẩm mà khu du lịch

- canh nông canh tác, đơn vị kinh doanh cần trang bị đầy đủ những công cụ cần thiết để du khách trải nghiệm trong quá trình canh tác hoặc thu hoạch.
- Các công cụ hỗ trợ cần được đảm bảo về hình thức và công năng, cũng như tính an toàn khi sử dụng.

- Hình thức bên ngoài của công cụ hỗ trợ như kiểu dáng mới mẻ, sáng tạo hay màu sắc bắt mắt sẽ hấp dẫn và tạo hứng thú cho du khách khi sử dụng, đặc biệt là trẻ em.

Bên cạnh việc sản xuất - kinh doanh sản phẩm nông nghiệp, đơn vị kinh doanh loại hình du lịch canh nông cần xây dựng khu vực canh tác dành riêng cho du khách trải nghiệm. Tại khu vực này, các sản phẩm nông nghiệp được nuôi, trồng với mục đích chủ phục vụ cho du khách. Với cách thức tổ chức này, doanh nghiệp sẽ dễ dàng quản lý và vận hành quy trình phục vụ du khách của mình; sản phẩm nông nghiệp để trải nghiệm sẽ có chất lượng đồng đều; đồng thời hạn chế được những tác động tiêu cực từ phía du khách lên nông sản, cũng như khu canh nông. Ngoài khu vực canh tác dành cho khách tham quan, tham gia canh tác và thu hoạch, đơn vị kinh doanh loại hình du lịch canh nông cũng cần có khu vực chế biến dành cho du khách thưởng thức các sản phẩm nông nghiệp mà đơn vị nuôi trồng, như khu vực ẩm thực để khách tự tay chế biến hoặc được phục vụ những món ăn, thức uống được làm từ nguyên liệu do chính du khách thu hoạch được.

4.2. Hàm ý về chất lượng phục vụ

Thông qua bảng khảo sát và kết quả khảo sát cho thấy nhân lực là yếu tố cấu thành chất lượng phục vụ. Do đó, đơn vị kinh doanh loại hình du lịch canh nông cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cụ thể:

- Đào tạo, bồi dưỡng cho các đối tượng: chủ các đơn vị sản xuất - kinh doanh; người lao động tại các khu, điểm du lịch hoặc những người có ý định kinh doanh du lịch canh nông trong tương lai.

- Nội dung đào tạo cần tập trung vào việc trang bị kiến thức cơ bản về tổng quan du lịch, giao tiếp ứng xử trong hoạt động du lịch, nắm bắt tâm lý du khách, tìm hiểu lĩnh vực quản lý nhà nước trong hoạt động du lịch, hiểu biết và có kiến thức cơ bản về du lịch canh nông, mô hình sản xuất nông nghiệp truyền thống và mô hình sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, lĩnh vực sinh học môi trường, các chương trình an toàn

vệ sinh thực phẩm, kỹ năng sơ cấp cứu trong các tình huống bất ngờ,...

- Sau đào tạo người học có thể áp dụng các quy trình nghiệp vụ cơ bản của tiếp thị và bán sản phẩm du lịch canh nông, thiết lập và duy trì các mối quan hệ với đối tác, chăm sóc khách hàng và giải quyết các vấn đề phát sinh; áp dụng được các quy trình nghiệp vụ cơ bản của người hướng dẫn du lịch tại điểm du lịch canh nông, có kiến thức về viết bài thuyết minh, xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình hướng dẫn tham quan.

- Để mở rộng thêm nguồn nhân lực trong lĩnh vực này, đơn vị kinh doanh cần có những phương thức thu hút người lao động như lương thưởng, đãi ngộ phù hợp. Các đơn vị quản lý nhà nước liên quan tại địa phương cần tổ chức nhiều chương trình đào tạo, tập huấn thiết thực cho người dân về kinh doanh du lịch canh nông có hiệu quả.

4.3. Hàm ý về khu vực trưng bày sản phẩm

Bên cạnh khu vực canh tác và khu vực chế biến, điểm du lịch canh nông cần có khu trưng bày sản phẩm và các yếu tố trưng bày cần thiết để đáp ứng nhu cầu của du khách gồm có:

- Thể hiện thông tin đầy đủ về sản phẩm kinh doanh: tên gọi, thành phần, chức năng, hướng dẫn sử dụng, ngày sản xuất, hạn sử dụng dành cho các sản phẩm chế biến và đặc biệt là thông tin về giá thành sản phẩm cần được niêm yết rõ ràng và thống nhất theo quy định. Cần trưng bày giấy chứng nhận kiểm định chất lượng của cơ quan có thẩm quyền.

- Có đầy đủ thông tin hướng dẫn du khách về cách thức tham quan, các khu vực tham quan, khu vực vệ sinh, bến bãi giữ xe....

4.4. Hàm ý về dịch vụ ẩm thực

Trải nghiệm ẩm thực là một trong những mối quan tâm lớn của khách du lịch, nếu khu du lịch canh nông có phục vụ dịch vụ ẩm thực thì sức hấp dẫn đối với du khách lại càng tăng cao vì lúc này du khách sẽ trở thành thực khách thưởng thức những món ăn, thức uống từ nguồn nguyên liệu được nuôi trồng tại vườn. Để nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực dành cho du khách, điểm du lịch canh nông cần chú trọng các yếu tố sau:

- Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm từ nguồn nguyên liệu, phương pháp chế biến, công cụ, khu vực bếp và khu trải nghiệm ẩm thực dành cho du khách.

- Nguồn nguyên liệu tươi sống được thu hoạch tại khu canh nông góp phần đảm bảo chất lượng món ăn.

- Du khách sẽ cảm thấy hào hứng khi thưởng thức những thành phẩm được chế biến từ nguồn nguyên liệu do chính tay mình thu hoạch tại vườn. Điểm kinh doanh du lịch canh nông cũng có thể cung cấp dịch vụ cho khách tự chế biến các sản phẩm nếu khách có nhu cầu để tăng tính trải nghiệm.

4.5. Hàm ý về quy mô, không gian khu canh nông

Nhà quản trị doanh nghiệp kinh doanh loại hình du lịch canh nông nên có kế hoạch rà soát lại tất cả các khu vực, không gian của khu canh nông và trang bị cho từng khu vực những cơ sở vật chất, trang thiết bị cần thiết và có sự bảo dưỡng định kỳ để đảm bảo hoạt động hiệu quả.

Bên cạnh đó doanh nghiệp kinh doanh loại hình này nên xem xét và cải thiện môi trường làm việc thông thoáng hơn, sạch sẽ hơn. Cụ thể có thể trang bị các thiết bị làm mát trong các không gian khu canh nông... tùy theo nguồn lực trong ngân sách của mình hoặc tối thiểu trang bị máy quạt loại không đắt tiền hoặc dùng thiết bị quạt loại to để phục vụ cho du khách, đồng thời luôn bố trí đội ngũ thu dọn vệ sinh và luân phiên làm việc trong ngày để môi trường luôn sạch sẽ và thông thoáng.

Nỗ lực cải thiện bầu không khí khu canh nông cho tốt, tạo không gian xanh mát bằng việc trồng cây lớn lấy bóng râm hoặc lắp đặt hệ thống mái che

phù hợp để du khách cảm thấy thoải mái, dễ chịu khi đến tham quan.

Có bố trí khu vực để xe phù hợp với các loại xe, không gian trong khu vực này luôn được đảm bảo ngăn nắp và có trật tự nhằm đảm bảo du khách di chuyển thuận tiện và an toàn.

Diện tích khu canh nông phải được doanh nghiệp đầu tư đảm bảo ở mức tối thiểu theo quy định tiêu chí xây dựng khu du lịch canh nông.

Song song đó, yếu tố an ninh trật tự tại khu du lịch canh nông cũng cần được doanh nghiệp quan tâm để tránh thiệt hại cho du khách cũng như điểm kinh doanh.

Ngoài ra, các nhà quản trị của loại hình dịch vụ canh nông nên dành thời gian lắng nghe ý kiến của du khách khi họ trải nghiệm sản phẩm dịch vụ của mình để tìm hiểu mong muốn, nhu cầu của du khách. Từ đó, nhanh chóng có giải pháp nâng cao chất lượng loại hình này tại điểm kinh doanh của mình.

5. Kết luận

Sau cùng nghiên cứu này cũng đã giải quyết được các mục tiêu đã đề ra, cụ thể đã tìm ra được 5 nhân tố tác động đến quyết định chọn dịch vụ du lịch của khách hàng, xây dựng và đánh giá được mô hình thang đo các thành phần trong nghiên cứu và cũng đánh giá được cảm nhận của khách hàng về tất cả các thang đo trong nghiên cứu. Nghiên cứu đã xây dựng được mô hình nghiên cứu lý thuyết và kết quả không thay đổi so với mô hình nghiên cứu đề xuất nghiên cứu chính thức. Do đó cho thấy nghiên cứu này đã hoàn thành hết tất cả nội dung đặt ra ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2010). Thống kê ứng dụng trong kinh tế - xã hội. NXB. Thống kê, Hà Nội.
2. Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng (2021). Quyết định số 933/QĐ-UBND ngày 13 tháng 4 năm 2021 về việc ban hành Quy chế tạm thời về đầu tư và quản lý hoạt động kinh doanh du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.
3. Phạm S. (2018). Du lịch canh nông tạo đột phá tăng trưởng ngành du lịch Lâm Đồng trong xu thế hội nhập quốc tế. Tạp chí Cộng sản. Truy cập tại: <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/52286/du-lich-canhh-nong-tao-dot-pha-tang-truong-nganh-du-lich-lam-dong-trong-xu-the-hoi-nhap-quoc-te.aspx>.

Ngày nhận bài: 4/7/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/7/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/8/2023

Thông tin tác giả:

1. TS. TRẦN THỊ THÙY TRANG

2. NGUYỄN THỊ THANH NGÀ

3. ThS. TRẦN THỊ PHƯƠNG LINH

Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn Lang

FACTORS AFFECTING THE DECISION OF TOURISTS TO TAKE PART IN AGRO-TOURISM TOURS WHEN VISITING DA LAT CITY, LAM DONG PROVINCE

● PhD. **TRAN THI THUY TRANG**¹

● **NGUYEN THI THANH NGÀ**¹

● Master. **TRAN THI PHUONG LINH**¹

Faculty of Tourisms, Van Lang University

ABSTRACT:

This study explores the factors affecting the decision of tourists to take part in agro-tourism tours when visiting Da Lat City, Lam Dong Province. The study's proposed research model is based on previous studies with the "Agro-tourism destination" criteria of Lam Dong Provincial People's Committee. The study finds that there are five factors affecting the decision of tourists, namely: (1) Experience service for customers; (2) Service quality; (3) Product display area; (4) Culinary services; and (5) The scale of agro-tourism space. Based on the study's findings, some management implications are proposed to help agricultural tourism businesses in Da Lat City in particular and other agricultural tourism businesses in general improve their performance.

Keywords: the tourists' decision, agro-tourism, agricultural tourism, tourism, agriculture, tourist, Da Lat City, Lam Dong Province.