

몽골 테렐지 관광지 관광자원 매력에 관한 몽·한 관광객 만족도 비교 분석

김동찬* · 밤브잠츠 나순자르갈**

*경희대학교 예술·디자인대학 환경조경디자인학과 · **경희대학교 대학원 환경조경학과

A Comparison of the Overall Satisfaction of the Tourist Attractions at the Terej Tourist Area in Mongolia by Mongolian and Korean Travelers

Kim, Dong-Chan* · Byambajamts Nasanjargal**

*Dept. of Landscape Architecture, College of Art and Design, KyungHee University

**Dept. of Environmental Landscape Architecture, Graduate School, Kyung Hee University

ABSTRACT

The aim of this study was to reveal the advantages and disadvantages of Terej Mongolian National Park based on the impressions of foreign and domestic travelers, and subsequently suggest supporting ideas to make this tourist attraction more enjoyable for travelers. A statistical program(SPSS 20.0) and an IPA matrix method were used to reveal the impressions of travelers and the results showed the following ideas.

First, we made the technical analyses to demonstrate the characteristics of the current natural scenery which travelers want to see and the results indicated that both Korean and Mongolian travelers overall were not satisfied and the Park was not as they had imagined.

The second part of the research highlighted the differences between the impressions held by Mongolian and Korean travelers, which showed dissimilarities in cultural resources, food, variety of events, cultural functions and parking, all of which were shown as important criteria in sightseeing. The variations were found in scenes of nature, variety of programs, and food, areas which revealed and were very important in the overall satisfaction of travelers.

Third, the IPA method was used for analyze the advantages and disadvantages of Terej National Park. The Mongolian travelers nominated the width of the road, cleanliness, variety of events and parking are the most essential things to feel satisfied, but Koreans selected safety of travel, accommodation, the width of the road and cleanliness. Finally, we analyzed the feelings of the travelers at the end of their trip. The Mongolian travelers preferred the area resource and environment convenience to feel satisfaction. For Korean travelers, the area resource is the most important when choosing travelling sights.

Based on these results, if we take responsibility to protect the beauty of nature, and create a sightseeing place using natural sources, while also making more comfortable accommodations and improving the services, it can be a more unique place than others and lead to greater overall satisfaction for travelers.

Key Words: Terej Destination Attractiveness, Evaluation of Importance-Performance, Satisfaction of Tourism Resources

Corresponding author: Byambajamts Nasanjargal, Dept. of Environmental Landscape Architecture, Graduate School, Kyung Hee University, Yongin 446-701, Korea, Tel.: +82-31-201-2356, E-mail: snp_nasa@yahoo.com

국문초록

본 연구는 몽골 및 한국 관광객들을 대상으로 테렐지 관광지의 매력요인을 살펴봄으로써, 관광객들이 선호하는 관광지 활성화를 위한 방안을 도출하고자 하였다. 분석방법으로 SPSS 20.0 통계프로그램과 IPA 기법을 활용하였으며, 본 연구 결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 관광객들이 지각하는 매력속성에 대한 중요도와 만족도에 대한 기술분석을 하였는데 몽골(중요도 4.145, 만족도 3.292)과 한국(중요도 3.96, 만족도 3.231) 관광객 모두 관광지 방문 전의 기대보다는 그 만족도가 낮은 것으로 평가되었다.

둘째, 매력속성에 대해 몽골과 한국 관광객 차이분석 결과, 중요도는 문화자원, 음식, 프로그램의 다양함, 축제이벤트, 주차시설 등 5개 항목, 만족도는 자연경관, 음식, 프로그램의 다양함 등 3개의 항목에서만 차이가 있었다. 셋째, 관광지 매력속성의 강·약점을 파악하기 위해 IPA 분석을 실시하였다. 결과는 제II사분면인 높은 중요도에 비해 낮은 만족도를 나타내는 항목으로 몽골인은 교통편, 청결위생, 프로그램의 다양함, 주차시설 등을, 한국인은 관광지 안전성, 숙박시설, 교통의 편의성, 청결 위생 등을 테렐지 관광지 주요 약점으로 지각하고 있었다. 마지막으로 몽골과 한국 관광객들의 테렐지 관광지에 대한 만족도 및 행동의도를 분석하였으며, 몽골 관광객들 경우, 지역자원성과 편의환경성은 전체 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 한국 관광객들의 경우, 지역자원성은 관광지 선택 결정에 큰 영향을 주는 것으로 사료되었다.

본 연구의 결과에 의하면 테렐지 관광지는 자연경관의 가치를 보존하고 관리하면서, 자연활용형 상품 개발, 교통의 편리성, 숙박시설 편리, 청결 위생 등을 개선한다면 다른 지역과 차별화된 매력 있는 관광지로서, 관광객들의 욕구를 만족시킬 수 있다고 판단되었다.

주제어: 테렐지 관광지 매력, 중요도-만족도 평가, 관광자원 만족도

I. 서론

세계화 추세에 따라 국제 교류 및 협력이 확대되고, 새로운 내용과 형태로 발전하고 있는 관광은 나라들 간의 평화와 신뢰 협력의 상징이 되고, '지구촌 한 마당'이라는 의식을 확산시키는 데 중요한 영향을 주고 있으며, 경제적으로 전망 있는 분야가 되고 있다(Lombo, 2001). 몽골은 1954년부터 관광사업을 시작하였으며, 1975년에 외국관광객 서비스 센터인 '홍보 안내소 관광객 부서'를 설립하였으며, 1990년에 세계관광기구(World Tourism Organization, WTO)에 가입하였다. 2000년 이후에 "관광법", "외국인 제정법", "환경보호법", "문화법", "문화유산 보호법" 등이 제정되었으며(www.mongoliatourism.gov.mn/page/318/), 몽골 정부는 관광산업을 몽골의 경제개발의 중요 분야로 발전시키는 전략을 세웠다. 몽골 관광분야는 다른 분야에 비해 빠른 속도로 발전하고 있는 젊은 분야라고 할 수 있다.

본 연구의 대상지인 테렐지 관광지는 국외 관광객뿐 아니라, 국내 관광객들도 많이 찾아가는 관광지 중의 하나다. 1994년에 국립공원으로 지정되었지만 현재까지 관광지 위주로 이용해 왔고, 앞으로도 관광지로 발전할 가능성이 크다. 따라서 앞으로 진행될 테렐지 관광지역 개발 또한 다른 지역과 차별화된 관광지나 관광객에게 매력을 주지 못한다면 테렐지에서 머무는 관광객수가 줄어들고, 단순히 경유하는 관광지로 전락할 우려가 크다. 때문에 테렐지 관광지를 관광객들의 욕구를 만족시키고,

매력성을 갖춘 경쟁력 있는 관광지로서 발전시키기 위해서는 국내·외 관광객들이 인식하고 있는 테렐지 관광지의 매력성에 대한 연구가 필요하다. 관광지 매력속성은 관광객들이 방문 전 기대에 대한 숙박 및 편의시설, 관광 상품 및 기념품, 인적 자원 서비스, 지역적 특성, 경제적 요소 등의 다양한 형태의 속성을 포함하고 있으며(Ko and Oh 2006; Kim 2008), 이는 관광객들에게 어떠한 형태로든 지각되어 관광지 선택이나 행태에 영향을 미치는 중요한 요소로 여겨지고 있다. 본 연구는 유목민 생활을 하는 몽골이라는 특수한 지역에 위치한 테렐지 관광지의 훼손되지 않은 자연의 관광자원 매력성을 평가함으로써 국내·외 관광객들이 선호하는 매력속성을 비교 분석하는데 의의가 있다. 관광지는 국내·외 관광객들에게 질 높은 관광자원을 제공함으로써 지역경제의 파급효과와 문화, 역사 안목을 더 높일 수 있는 공간이기 때문에 관광자원 매력평가를 할 필요성이 있다.

따라서 본 연구의 목적은 관광객이 지각하는 관광지 관광자원 매력속성과 만족도를 파악하여, 내국인과 외국인이 지각하는 테렐지 관광지의 매력요인 차이를 살펴보고, 바람직한 관광지 개발 및 활성화를 위한 기초자료를 제시하는데 있다.

II. 선행연구

몽골 관련 관광분야에서는 관광산업 육성정책(Lombo, 2001),

관광협력 방안(Jung, 2003), 관광자원과 문화(Park, 2003), 관광지 서비스(Bolortsetseg, 2009), 관광지의 공급자인 주민들의 인식을 중심으로 한 관광개발측면(Odontseren, 2009)과 관광상품(Suvderdene, 2010), 관광산업 경쟁력(Sukhbaatar, 2012) 등의 연구가 이루어져 있을 뿐, 관광지의 매력특성과 관련된 연구와 관광 수요를 지속적으로 유발시키는 관광자원의 매력평가와 관련 있는 연구가 전무하다. 반면에 한국에서는 본 연구의 주제와 관련 있는 선행연구는 다음과 같이 이루어져 왔다.

Kim and Ahn(2003)는 박물관과 유사시설을 대상으로 관광자원의 매력성과 자원해설요인이 만족에 어떤 영향을 미치는지 살펴보았으며, 관광자원 교육성, 진정성, 고유성으로 유형화하여 8개 변수를 추출하였다. Ko and Oh(2005)은 관광지 매력성 평가를 위한 IPA 분석을 통해 관광지로서의 제주를 평가하는데 있어 섬 매력요인에 대한 사전 중요도와 사후 성과에 대해 어떠한 차이가 있는지를 분석하였고, 기후, 자연적 요소와 인문적 요소로 분류하여 각 5개 변수를 추출하였다. Lim and Ko(2006)은 섬지역과 도시지역의 관광자원의 매력성의 평가에 관해서 연구하였으며, 자연적 매력물, 계절과 기후, 자연경치 등 22개 변수를 추출하였다. Kim(2008)는 북한의 금강산 관광지의 우선적인 개선 항목을 도출하여 관광지 매력으로 요금, 예약시스템 편리성, 홍보, 교통 등 21개 변수를 추출하여 금강산 개발계획과 관광객 증대를 위한 방향을 정립하며, 관광객 모객 증대를 위한 방안을 제시하였다. Yoon *et al.*(2010)은 금강주변 지역이 갖고 있는 관광목적지로서 강·약점의 매력 정도를 구체적으로 살펴보고, 관광지 매력성을 자연매력물, 기후 쾌적성, 자연생태환경 등 20개 변수를 추출하여 관광객들이 선호하는 관광목적지 개발정책수립에 대한 전략적인 마케팅방안을 도출하였다. Lee and Ko(2011)는 방한 일본인 관광객을 대상으로 관광지 매력성 요인을 도출하고, 제 요인이 관광객의 지각된 가치와 충성도에 미치는 영향을 연구한 바가 있다.

이상과 같이 선행연구를 살펴본 결과, 몽골 연구에 비해 상대적으로 활발한 한국 선행연구에서도 대체적으로 관광지 가치와 행동측면의 태도에 치중되어 있고, 국내의 관광객을 위주로 조사를 하였다.

III. 연구방법

1. 대상지 개요

본 연구의 대상지로서 몽골 국내의 관광객의 대부분이 방문하는 몽골의 대표적인 관광지이며, 수도인 울란바타르에서 제일 가까운 유명 관광지인 테렐지 국립공원으로 선정하였다.

테렐지 국립공원은 몽골 수도인 울란바타르에서 약 60km



Figure 1. Location of the study area

북동쪽으로 떨어진 곳에 향헨티 국립 보호지역과 인접하여 위치한다(Figure 1 참조). 세로와 가로 폭은 77km, 70km에 이르며, 면적은 약 2,931.68km²이다. 이 지역은 산과 절벽, 강과 셋강이 결합하는 경치가 아름다운 곳이며, 몽골 대표 관광지 하나다. 테렐지 지역은 자연보호 지역으로 또는 관광지로서 올바르게 활용하기 위해 몽골 국회의 1993년 제83 결의문, 정부의 1994년 제9 결의문으로 각각 국립공원으로 기록하여 특별 보호 지역으로 지정하였다(Special protected area management plan of the Khan khentii, 2010: 16-17).

2. 조사방법

본 연구를 위하여 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하였다. 문헌연구에서는 관련 선행연구 및 정보자료를 수집, 파악하였으며, 실증적 연구는 몽골 테렐지 관광지를 방문한 몽·한 관광객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

먼저, 관광지 매력 속성을 도출하기 위해서 관련 선행연구 10편에서 4회 이상 언급되며, 대상지 성격에 맞는 17개의 항목 내용을 통합하여 본 연구의 관광지 매력평가를 위한 항목으로 선정하였다(Table 1, 2 참조).

비교 대상국 관광객으로 몽골관광청에서 제시된 자료 토대로 선정하였는데, 몽골을 찾아오는 관광객 수가 제일 많은 나라는 국경을 접해 있는 중국과 러시아가 각각 1, 2위 그리고 3위는 한국으로 나타났다(<http://www.mongoliatourism.gov.mn/info/page/250/>). 한국은 짧은 기간 내에 빠른 속도로 발전하여 선진국의 대열에 합류한 경험도 있고, 여행관광분야의 국제 경쟁력은 32위(The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2011)로 아시아 나라들 중에서 낮은 비율을 보이고 있다.

또한 한류로 인해 몽골 전체가 한국을 따르는 경향이 보이고 있어, 이는 앞으로 몽골인의 한국 입장이 많아질 수 있는 것을 밝히고 있다. 따라서 한국관광객들의 의식을 조사하는 것도 몽골관광분야에 의미 있는 부분의 하나로 판단되어 비교대상국으로 선정하였다. 2012년 10월 5일부터 2012년 11월 5일까지

Table 1. Precedent studies on the attraction of tourism properties

Researcher	Attraction of tourism properties
Ko, Kye-Sung and Oh, Sang-Hoon (2005)	nature attraction, season and climate, natural scenery, sporting activities program, traffic accessibility, variety of accommodation facilities, character of the country, history and culture attraction, price, traffic convenience, tourist shopping, tourism information, variety of theme park, local festival, rest accommodation, night entertainment, variety of food, a tranquil atmosphere, free time, hygiene and cleanliness, safety of tour, staff service, resident's attitude, exotic atmosphere, educational facilities
Kim, KyungHoe (2008)	beautiful nature landscape, history and historical statue of Kihanji, character of the country, culture resources, attraction of tourist resources, cultural events, tourist traffic accessibility, professionalism of tour guide, tourist cleanliness, kindness, image of Korean, spectacle
Kim, Jeong-Jun (2009)	accessibility, distance, transportation, climate, environment, nature landscape, cultural heritage, pleasant local country, local features, safety, recreation facility, dining facilities, entertainment facilities, shopping facilities, toilet, accommodation facilities, local transportation/parking, resident's attitude, tourism information, spectacle, activities, food, night activities, local price
Park, Kyung-Ho (2008)	accommodation facilities, accommodation price, accommodation service, professionalism of tour guide, guide's sincerity, participation of education programs, variety of tourist attraction, ecology landscape and nature landscape, preservation of tour area, variety of spectacle, accessibility of tour, resident's attitude, resident's kindness, information service of tourism, traffic convenience, parking convenience, distance takes, variety of food, taste of food, local price, local shopping, costs
Baek, Hyung-Shin (2009)	nature landscape, historical interest, variety of tourism's activities program, satisfaction of international travel, image promotion, variety of products, tourist experience, comfort accommodation, appropriacy of accommodation price, demand for improvement of accommodation, demand for improvement of tourism facilities, accommodation rate, satisfaction of charges, satisfaction of tour schedule, entertainment value, understanding Korea, diversification of commodity prices, guide service, guide knowledge, language problem, demand for improvement of visa policy, demand for improvement of immigration service, transportation comfort, adequacy of transportation fare, transportation safety, traffic congestion
Shin, Dong-Chan (2010)	nature landscape, tour attraction, culture resources, cultural events, shopping, food, tourism accessibility, traffic convenience, cleanliness of tour area, safety environment, resident's kindness, professionalism of tour guide, driver's kindness, foreign language communication problems, easiness of departures procedures, berth facility, weather, price, facilities and services of the tourist information centers
Yoon, Seol-Min (2007)	price/costs, food, shopping, gifts/souvenirs, staff service, accommodation facilities, resident's attitude, reputation, image, cleanliness, variety of programs, accessibility, night activities, rest space, tourism information, traffic convenience
Yoon, Yoo-Shik et al. (2010)	nature attraction, climate comfort, nature scenery and ecology environment, leisure recreation activities, accessibility comfort, accommodation facilities, unique character of the country, variety of historic remains, tour traffic, local shopping, tourism information, theme park etc activities, festivals and tourism events, night entertainment, hygiene and cleanliness, tourist personal safety, staff service, resident's attitude, experience of folk culture, region specific food
Jang, Byung-Soo and Byun, Woo-Hee (2004)	entertainment facilities, dining facilities, restaurant cleanliness, entertainment facilities, shopping facilities, parking facilities, toilet, airport facilities, airport accessibility, adequacy of climate, clean environment, nature environment, cultural heritage, hotel facilities, hotel cleanliness, traffic convenience, driver service, guide service, airport speed procedure, foreign language communication, safety of tour, service, shopping costs, spectacle, systemicity, pleasant local country, variety of food, shopping price, traffic congestion, tourism information
Jo, Jang-Hyun and Kwon, Jong-Hyun (2005)	activities, spectacle, interest, emotion, amazing, family travel, cultural experiences, new experience, refinement, cultural value, historical value, education, shopping space, dining facilities, souvenir, environmental cleanliness, adequate convenience facilities, information facilities, kindness, parking convenience, cultural color, recreation facilities, beauty of natural landscape, safety

가을을 맞이하여 약 한달 동안 현장조사를 실시하였으며, 현장 설문조사에서 모집단의 표본 추출방법은 단순 무작위 표본추출로서 비확률 표본추출방법(Non-sampling Error Method)의 하나인 편의적 표본추출방법(Convenience Sampling)을 이용하였다. 설문대상은 테렐지 관광지에 방문한 몽·한 관광객 각 80명, 총 160개의 조사가 실시되었다.

3. 설문지 구성

설문조사 방식은 응답자가 설문항목에 직접 기입하는 자기 기입 방법(Self-administered)을 사용하였다. 설문내용은 응답자의 인구통계학적인 특성 4문항, 관광지 방문형태 특성 4문항, 테렐지 관광지의 매력성에 대해 관광객이 인식하는 중요도와 만족도 각각 17문항, 전반적 만족 및 행동의도 특성 4문항 등 총 46문항으로 구성되었다.

측정방법은 테렐지 관광지에 대한 관광객의 중요도와 만족도 항목 등 전반적 만족 및 행동의도 설문항목은 리커트 5점 척도를 사용하였고, 인구통계적 특성 및 관광형태특성 항목은 명목척도를 적용하였다(Table 2, 3 참조).

Table 2. Configuration and assessment scales of the questionnaire

Division	Item	Assessment
Personal properties	gender, age, status, occupation	Nominal scale
Characteristics of tourist	purpose, companion, information, number of use	Nominal scale
Evaluation of IPA for tourism attraction	17 items shown in Table 2	5 point likertis scale
Overall satisfaction rate	overall satisfaction rate of tour area	5 point likertis scale
Intension	revisit intention, recommend, selection decision	Nominal scale

Table 3. Selected properties of the precedent studies on attraction of tourism

	Ko, Kye-Sung and Oh, Sang-Hoon (2005)	Kim, KyungHoe (2008)	Kim, Jeong-Jun (2009)	Park, Kyung-Ho (2008)	Baek, Hyung-Shin (2009)	Shin, Dong-Chan (2010)	Yoon, Seol-Min (2007)	Yoon, Yoo-Shik <i>et al</i> (2010)	Jang, Byung-Soo and Byun, Woo-Hee (2004)	Jo, Jang-Hyun and Kwon, Jong-Hyun (2005)
Natural landscape		○	○	○	○	○				○
Climate(weather)	○		○			○		○	○	
Accessibility			○	○		○	○	○		
Cultural resources	○	○	○			○		○	○	
Traffic convenience	○			○		○	○		○	
Tourism information	○		○	○			○	○	○	○
Professionalism of tour guide		○		○	○	○			○	
Safety of tour	○		○			○		○	○	○
Accommodation facilities	○		○	○	○		○	○	○	
Hygiene and cleanliness	○	○				○	○	○	○	○
Price/costs	○		○	○	○	○	○		○	
Festival and tourism events	○	○				○		○		
Resident's attitude	○	○	○	○		○	○	○		○
Parking facilities			○	○					○	○
Character of the country	○	○	○					○		
Dining facilities	○		○	○		○	○	○	○	○
Variety of program	○			○	○		○			

4. 분석 방법

연구 분석은 인구 통계적인 특성과 관광행태, 방문형태 등을 분석하기 위하여 통계프로그램 SPSS 20.0을 통해 빈도분석, 기술분석을 하였고, EXCEL을 통해 IPA 매트릭스를 그렸다. 각 속성에 대한 지각 차이를 통계적으로 검증하기 위해 T-검증을 실시하였으며, 몽골과 한국 관광객이 지각하는 관광지 매력속성과 만족도를 파악하기 위하여 연구에 유익한 IPA(Importance-performance analysis) 분석방법을 적용하였다. 그리고 테렐지 관광지 매력속성이 만족도, 재방문, 추천의도, 관광지 선택 결정 등에 유의한 영향을 미치는지를 분석하기 위하여 다중회귀 분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 인구통계학적인 특성과 관광행태특성 분석

1) 인구통계학적인 특성 분석

본 연구에서 사용된 관광객들의 일반적인 표본의 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 Table 4와 같다. 성별로는 몽골인 관광객 경우 여성(66.3%)이, 한국인 관광객 경우 남성(56.3%)이 많은 분포도를 보였다. 연령에서는 몽골인은 20대(71.2%)와 30대(12.5%), 한국인은 20대(43.8%)

Table 4. Profile of survey respondents

Division		Frequency(N)		Percentage(%)	
		Mongolia	Korea	Mongolia	Korea
Gender	Male	27	45	33.8	56.3
	Female	53	35	66.3	43.8
Age	20-29	57	35	71.2	43.8
	30-39	10	5	12.5	6.3
	40-49	7	12	8.8	15.0
	50 above	6	28	7.5	35.1
Status	Single	46	39	57.5	48.8
	Married	34	41	42.5	51.3
Occupation	Company employee	39	38	48.7	47.5
	Student	39	33	48.7	41.3
	Other	2	9	2.6	11.3

와 50대 이상(35.1%)의 연령대가 많았다. 결혼 여부는 몽골인은 미혼(57.5%)이, 한국인은 기혼(42.5%)이 많았다. 직업으로는 몽골인과 한국인 모두 직장인과 학생들이 대부분이었다.

2) 표본의 관광지 방문형태 특성

관광지 방문형태의 특성은 Table 5와 같으며, 관광지 방문하는 주목적은 몽·한 관광객 똑같이 여행(80%, 86.3%)이 제일 많이 나타났으며, 동반형태는 몽골인은 가족 및 친지(43.8%)

Table 5. The characteristics of tourism

Division		Frequency(N)		Percentage(%)	
		Mongolia	Korea	Mongolia	Korea
Purpose	Visit	64	69	80.0	86.3
	Business	10	10	12.5	12.5
	Other	6	1	7.5	1.3
Companion	Alone	2	-	2.5	-
	Family	35	16	43.8	20.0
	Friend	28	27	35.0	33.7
	Group	14	28	17.5	35.0
	Other	1	9	1.3	11.3
Information	Travel agency	11	9	13.8	11.3
	Broadcasting	26	6	32.5	7.5
	Orally	43	65	53.8	81.3
Number of use	1 time	20	16	25.0	20.0
	2 times	14	10	17.5	12.5
	3 times	15	15	18.8	18.8
	4 times	4	3	5.0	3.8
	More than 5 times	27	36	33.8	45.0

가, 한국인은 단체모임(35%)이 가장 많았으며, 정보 획득에서는 몽골과 한국인 모두 구전(53.8%, 81.3%)이 가장 높게 나타났다. 방문횟수도 모두 5회 이상(33.8%, 45%)이 분포도가 많았다. Bolortsetseg(2009) 연구의 결과에서 한국 관광객의 방문 횟수를 보면 3~5회 32.5%, 6~10회 2.5%, 11~20회 1.6%로 나타난 바와 같이 본 연구의 방문횟수가 5회 이상으로 나타나는 것은 몽골 관광의 특별한 형태로 판단된다. 방문횟수가 많은 이유는 본 연구결과에서 알 수 있는 바와 같이 자연경관이 매우 우수하여 만족도가 높다는 것과 수도에서 제일 가까운 유명한 관광지인 것으로 사료된다.

2. 측정척도의 신뢰도 분석

본 연구에서 측정척도의 신뢰도를 분석하기 위하여 문항 상호 간에는 어느 정도 일관성을 가지는가를 추정함으로써 척도의 신뢰도를 평가하는 내적 일관성법의 하나로 가장 보편적으로 사용하는 Cronbach's α 계수를 이용하였다. 관광지 매력과 만족도를 측정하기 위해 추출된 17개의 측정문항에 대하여 신뢰도를 측정하였으며, 전체적인 신뢰도 α 계수는 중요도가 .895, 만족도가 .897로 나타났다. 그러나 Cronbach's α 값보다 높은 변수가 2개 있었지만(Table 6 참조), 일반적으로 사회과학에서 Cronbach's α 값이 0.6 이상이면 척도의 신뢰성이 있다(Lee and Lim, 2009)고 할 수 있으므로 신뢰도 분석 결과, 척도의 신뢰성이 있다고 판단되어 위 항목을 삭제하지 않고 연구를 진행하였다.

Table 6. Result of reliability analysis on assessment scale

Variables	Alpha if item deleted	
	Importance	Performance
Nature landscape	.893	.901
Climate	.898	.896
Importance of Alpha(a) = .895 Performance of Alpha(a) = .897		

3. 중요도-만족도의 기술분석

관광지 매력에 대한 기술분석을 실시하여 각 항목에 대한 평균점수를 계산하였으며(Table 7 참조), 관광지의 속성에 대한 평균이 몽골인 관광객의 경우 중요도 4.145, 만족도 3.292로, 한국인 관광객의 경우 중요도 3.96, 만족도 3.231로 보이고 있으며, 이는 두 집단이 똑같이 관광지의 매력 속성은 관광지 관광객들의 기대에 대한 만족도를 충분히 충족시키지 못하는 것으로 나타났다. 또한, 테렐지 관광지를 방문하기 전에 가장 중요시 하는 속성에는 자연경관과 안전성이 가장 높게 나왔고, 그 다음 순으로 숙박시설, 독특성, 문화자원, 교통편 등을 중요시 하는 것으로 두 집단의 의식이 동일하게 나타났다.

만족도에서는 역시 몽골 관광지의 가장 중요한 속성인 자연경관은 제일 높은 것으로 몽·한 관광객 모두의 의견이 같았다.

그 다음 순으로 몽골인은 날씨, 독특성, 문화자원, 숙박시설 등에서 만족도가 높았으나, 교통편, 축제이벤트, 접근성, 주차시

Table 7. Difference between importance and performance

Division	Mongolia		Korea	
	Importance / performance	Dif.	Importance / performance	Dif.
1. Natural landscape	4.41 / 3.76	0.65	4.30 / 4.20	0.1
2. Cultural resources	4.29 / 3.35	0.94	3.94 / 3.41	0.53
3. Climate	3.95 / 3.63	0.32	4.14 / 3.76	0.38
4. Dining facilities	4.21 / 3.34	0.87	3.81 / 2.98	0.83
5. Safety of tour	4.39 / 3.36	1.03	4.25 / 3.21	1.04
6. Price	4.01 / 3.20	0.81	3.86 / 3.20	0.66
7. Accessibility	4.01 / 3.16	0.85	3.89 / 3.04	0.85
8. Accommodation	4.28 / 3.41	0.87	4.13 / 3.20	0.93
9. Variety of program	4.16 / 3.23	0.93	3.86 / 2.71	1.15
10. Tourism information	3.90 / 3.21	0.69	3.88 / 3.23	0.65
11. Professional guide	3.90 / 3.20	0.7	3.80 / 3.03	0.77
12. Resident's attitude	4.09 / 3.39	0.7	3.98 / 3.31	0.67
13. Country's character	4.28 / 3.43	0.85	4.09 / 3.46	0.63
14. Festival/tourism events	4.04 / 3.06	0.98	3.59 / 2.83	0.76
15. Traffic convenience	4.23 / 2.88	1.17	4.13 / 2.79	1.34
16. Hygiene and cleanliness	4.18 / 3.19	0.99	4.04 / 3.23	0.81
17. Parking facilities	4.15 / 3.18	0.97	3.64 / 3.35	0.29
Average	4.14 / 3.29	0.85	3.96 / 3.23	0.72

설, 청결 및 위생상태 등이 매우 낮게 나타났다. 한국인은 날씨, 독특성, 문화자원, 주차시설 등에서 만족도가 높았고, 프로그램의 다양함, 교통편, 음식 등이 매우 낮은 것으로 분석되었다.

이러한 결과는 몽골과 한국 관광객들은 자연적인 아름다움과 문화자원에 대한 기대와 독특성에 대해 강한 매력을 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 그리고 핵심 매력요소 외에도 관광객들에게 편의성과 매우 밀접한 관계가 있는 교통편 같은 속성, 여행을 하는데 즐길 수 있는 프로그램의 다양함, 청결 및 위생상태 속성도 매우 중요하게 인식된 반면에 만족도는 낮게 나타나, 편의성 및 다양한 서비스를 도모할 필요가 있음을 시사하고 있다.

4. 몽 · 한 관광객 집단간의 차이분석

관광지의 매력속성에 대해 몽골과 한국 관광객들이 어떤 항목을 중요하게 생각하고, 얼마만큼 만족하는지에 대한 차이를 알아보기 위해 몽골 관광객과 한국 관광객 중요도의 평균값과 만족도의 평균값을 산출하여 독립표본 *t*-test를 실시하였다. (Table 8, 9 참조)

몽골과 한국 관광객들의 테렐지 관광지에 대한 중요도와 만족도에 대한 집단간의 차이를 분석한 결과, 중요도는 Table 8과 같이 문화자원, 음식, 프로그램의 다양함, 축제이벤트, 주차

Table 8. Comparison of importance values between Mongolian and Korean tourists

Division	Importance		<i>t</i> value	<i>p</i> value
	Mongolia	Korea		
1. Natural landscape	4.41	4.30	.876	.382
2. Cultural resources	4.29	3.94	2.50	.013**
3. Climate	3.95	4.14	-1.28	.202
4. Dining facilities	4.21	3.81	2.86	.005**
5. Safety of tour	4.39	4.25	1.07	.285
6. Price	4.01	3.86	1.04	.298
7. Accessibility	4.01	3.89	.889	.375
8. Accommodation	4.28	4.13	1.21	.227
9. Variety of program	4.16	3.86	2.19	.030**
10. Tourism information	3.90	3.88	.176	.861
11. Professional guide	3.90	3.80	.641	.523
12. Resident's attitude	4.09	3.98	.859	.392
13. Country's character	4.28	4.09	1.55	.123
14. Festival/tourism events	4.04	3.59	3.23	.001*
15. Traffic convenience	4.23	4.13	.742	.459
16. Hygiene and cleanliness	4.18	4.04	1.06	.291
17. Parking facilities	4.15	3.64	3.56	.000*

*: Indicates significant at alpha 1%
 **: Indicates significant at alpha 5%

Table 9. Comparison of performance values between Mongolian and Korean tourists

Division	Performance		<i>t</i> value	<i>p</i> value
	Mongolia	Koran		
1. Natural landscape	3.76	4.20	-3.34	.001*
2. Cultural resources	3.35	3.41	-.458	.647
3. Climate	3.63	3.76	-1.01	.310
4. Dining facilities	3.34	2.98	2.43	.016**
5. Safety of tour	3.36	3.21	.987	.325
6. Price	3.20	3.20	.000	1.00
7. Accessibility	3.16	3.04	.908	.365
8. Accommodation	3.41	3.20	1.59	.113
9. Variety of program	3.23	2.71	3.46	.001*
10. Tourism information	3.21	3.23	-.088	.930
11. Professional guide	3.20	3.03	1.31	.192
12. Resident's attitude	3.39	3.31	.539	.590
13. Country's character	3.43	3.46	-.260	.795
14. Festival/tourism events	3.06	2.83	1.69	.092
15. Traffic convenience	2.88	2.79	.557	.579
16. Hygiene and cleanliness	3.19	3.23	-.261	.794
17. Parking facilities	3.18	3.35	-1.19	.234

*: Indicates significant at alpha 1%
 **: Indicates significant at alpha 5%

시설 항목에 대해 유의수준 $p < 0.05$ 에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 만족도는 Table 9와 같이 나왔으며, 유의수준 $p < 0.05$ 에서 자연경관, 음식, 프로그램의 다양함 등 3개 항목에서만 유의한 차이가 있었다.

5. IPA 분석

관광객이 지각하는 관광지 매력속성과 만족도를 파악하기 위하여 중요도-만족도 분석을 실시하였다. IPA 그래프를 작성하기 위해 관광지 매력 속성 중요도의 최대값과 최소값의 중앙값(몽-4.145, 한-3.960)을 수직축으로 하고, 만족도의 중앙값(몽-3.292, 한-3.231)을 수평축으로 하여 4분면을 작성하고, 각 속성별 중요도와 만족도의 평균값을 점으로 표시하는 중요도-만족도 매트릭스를 Figure 2, 3과 같이 작성하였다.

몽골인의 경우, 제I사분면은 자연경관, 문화자원, 음식, 안전성, 숙박시설, 독특성 등 6개의 속성, 제II사분면은 교통편, 청결 및 위생상태, 프로그램의 다양함, 주차시설 등 4개의 속성, 제III사분면은 물가, 접근성, 안내 정보 시설, 가이드 전문성, 축제이벤트 등 5개의 속성, 제IV사분면은 날씨, 주민환대 등 2개의 속성이 나타났다.

한국인의 경우, 제I사분면은 자연경관, 날씨, 주민환대, 독특

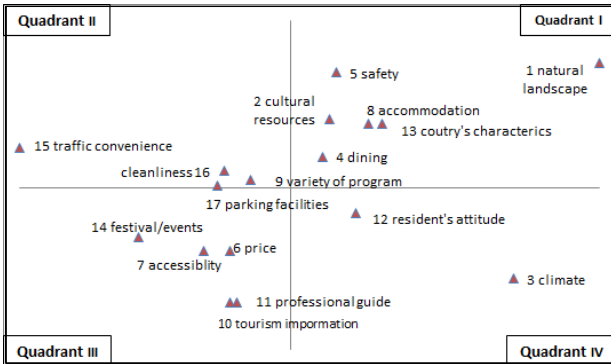


Figure 2. IPA analysis of Terelj area to evaluate Mongolian tourists

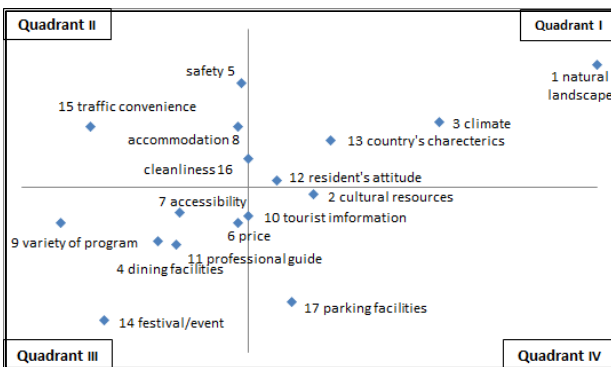


Figure 3. IPA analysis of Terelj area to evaluate Korean tourists

성 등 4개의 속성, 제II사분면은 안전성, 숙박시설, 교통편, 청결 및 위생상태 등 4개의 속성, 제III사분면은 음식, 접근성, 프로그램의 다양함, 안내 정보 시설, 가이드 전문성, 축제이벤트 등 6개의 속성, 제IV사분면은 문화자원, 주차시설 등 2개의 속성이 나타났다.

제I사분면은 중요도와 만족도가 모두 높은 속성으로 테렐지 관광지의 주요 강점으로 적절한 업무수행을 지속해야 하며, 자원도 지속적으로 투입되어야 함을 나타내고 있다. 제II사분면은 높은 중요도에 비해 낮은 만족도를 나타내는 것으로 관광지 매력요소들의 주요 약점으로 고객들의 만족도 제고를 위해서 많은 자원과 노력을 투입해야 한다고 판단되었다. 제III사분면은 낮은 중요도와 낮은 만족도를 나타내며, 추가적인 자원이나 노력의 투입은 불필요하다고 판단되었다. 제IV사분면은 낮은 중요도에 비해 높은 만족도를 의미하는 것으로, 자원이나 노력의 과잉 투입되는 속성을 파악하고 관리할 필요가 있다고 판단되었다.

6. 요인분석

관광지 매력 평가 요인에 대해 동일한 의미를 포함하는 변수 간의 통합을 통하여 요인들을 묶는 요인분석을 실시하였다(Table 10 참조). 요인추출방법은 직각회전방법(orthogonal factor rotation)

Table 10. Result of factor analysis

Variables	Factor			
	I	II	III	IV
Dining facilities	.737	.041	.166	.317
Professional guide	.721	.421	.144	.126
Tourism information	.721	.243	.101	.095
Resident's attitude	.690	.236	.155	.267
Variety of program	.620	.390	-.062	.268
Traffic convenience	.339	.730	-.018	.124
Festival/tourism events	.384	.716	.029	-.019
Hygiene and cleanliness	.288	.679	.253	.209
Parking facilities	-.089	.674	.170	.513
Accessibility	.326	.369	.050	.302
Natural landscape	.000	-.066	.835	0.20
Cultural resources	.155	.210	.746	.016
Climate	.083	.047	.726	.265
Country's character	.373	.405	.465	-.007
Safety of tour	.307	.044	.003	.791
Price	.197	.186	.222	.646
Accommodation	.434	.213	.055	.477
Eigen value(E,V)	6.48	1.82	1.16	1.01
Cumulative%	38.1	48.8	55.7	61.7
KMO			.870	
Bartlett's test	Approx. Chi-Square		1,162.69	
	df		136	
	Sig.		.000	

을 하고, 요인 회전은 베리맥스 방식으로(Lee and Lim, 2009) 고유 값(Eigen Value) 1 이상의 요인을 추출하였다. 변수 쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 .870 (p>0.5)로 높게 나타났다. 또한 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치는 $\chi^2=1,162.694$, 유의확률이 .000로 나타나 요인분석의 사용이 적합하며, 공통요인이 존재한다고 할 수 있다. 테렐지 관광지에 대한 만족도 항목의 요인분석을 실시한 결과, 변수 17개는 4개의 요인으로 추출되었다.

제 I요인은 공통성 0.737~0.620로 나타났고, 음식, 가이드 전문성, 안내 정보 시설, 주민환대, 프로그램의 다양함 등 5개의 항목들을 포함하고 있어 서비스제공성이라 명하였다. 제 II요인은 공통성 0.730~0.369로 나타나, 교통편, 축제이벤트, 청결 및 위생상태, 주차시설, 접근성 등 5개의 항목들이 묶여져서 편의환경성이라 명하였다. 제 III요인은 공통성 0.835~0.465로 나타났으며, 자연경관, 문화자원, 날씨, 독특성 등 4개의 항목이 포함되어 지역자원성이라고 명하였다. 제 IV요인은 공통성 0.791~0.477로 나타났고, 안전성, 물가, 숙박시설 등 3개의 항목이 포함되어 이용성이라 명하였다. 각각의 요인들은

묶여진 변수들의 특징에 따라 이름을 정의하였다. 요인별 고유치는 각각 6.48, 1.82, 1.16, 1.01로 요인 추출의 기준인 고유치 1 이상으로 나타났다.

7. 회귀분석

요인분석 결과로 나온 4가지 요인 점수들이 전반적 만족도, 재방문 의도, 추천의도, 선택결정에 영향을 미치는지를 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다(Table 11, 12 참조).

몽골인의 회귀분석에 대한 분산분석 결과는 만족도는 $F_{값}=13.651$, $p=.000$, 회귀식의 설명력이 42.17%, 재방문의도는 $F_{값}=9.018$, $p=.000$ 이며, 설명력이 32.5%, 추천의도는 $F_{값}=9.808$, $p=.000$ 이고, 설명력이 34.3%, 선택결정은 $F_{값}=10.868$, $p=.000$

Table 11. Result of multiple regression analysis for Mongolian tourists

Dependent variable	Autonomous variable	Standardized coefficient (β)	S.E.	t value	p value
Satisfaction	Constant	3.66	.079	46.2	.000
	Provide service	.137	.088	1.55	.124
	Environmental amenities	.280	.068	4.12	.000*
	Local resources	.285	.071	4.00	.000*
	Availability	.245	.070	3.49	.001**
	R^2 (Adjusted R^2) = .421(.390), F value=13.6				
Revisit intention	Constant	3.93	.079	49.9	.000
	Provide service	.197	.087	2.25	.027**
	Environmental amenities	.187	.067	2.77	.007**
	Local resources	.251	.071	3.54	.001**
	Availability	.161	.070	2.31	.024**
	R^2 (Adjusted R^2) = .325(.289), F value=9.01				
Recommend	Constant	3.848	.081	47.7	.000
	Provide service	.280	.090	3.12	.003**
	Environmental amenities	.242	.069	3.50	.001**
	Local resources	.207	.072	2.85	.006**
	Availability	.085	.071	1.19	.235
	R^2 (Adjusted R^2) = .343(.308), F value=9.80				
Selection division	Constant	3.723	.091	41.1	.000
	Provide service	.286	.101	2.84	.006**
	Environmental amenities	.282	.078	3.63	.001**
	Local resources	.277	.081	3.39	.001**
	Availability	.131	.080	1.63	.105
	R^2 (Adjusted R^2) = .367(.333), F value=10.8				

*: Indicates significant at alpha 1%

** : Indicates significant at alpha 5%

이며, 설명력이 36.7%로 나타나 통계적으로 유의성이 있는 것으로 분석되었다.

비표준화 회귀계수(B)는 지역자원성 요인은 전체 만족도와 재방문의도에서, 서비스제공성은 추천의도와 선택결정에서 정(+)의 방향으로 가장 높은 영향력을 나타내고 있다. 유의수준 0.05 이하에서 전반적 만족도에는 편의환경성, 지역자원성과 이용성, 재방문의도에는 4개의 요인 모두, 추천의도와 선택결정에는 이용성 외에 3개의 요인이 의미 있는 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 반면 만족도에는 서비스제공성, 추천의도와 선택결정에는 이용성이 유의수준 0.05 이상의 결과가 나타나, 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 따라서 지역자원성은 몽골인 관광객들의 관광지에 대한 만족도와 재방문의도를 높일 수 있는 가장 중요한 요소로 나타난 반면, 서비스

Table 12. Result of multiple regression analysis for Korean tourists

Dependent variable	Autonomous variable	Standardized coefficient (β)	S.E.	t value	p value
Satisfaction	Constant	3.716	.072	51.8	.000
	Provide service	.227	.065	3.50	.001**
	Environmental amenities	.218	.084	2.60	.011**
	Local resources	.293	.081	3.62	.001**
	Availability	.269	.076	3.55	.001**
	R^2 (Adjusted R^2) = .364(.330), F value=10.74				
Revisit intention	Constant	3.817	.093	41.24	.000
	Provide service	.162	.084	1.93	.057
	Environmental amenities	.143	.108	1.32	.190
	Local resources	.324	.104	3.10	.003**
	Availability	.118	.098	1.20	.232
	R^2 (Adjusted R^2) = .170(.126), F value=3.84				
Recommend	Constant	3.919	.081	48.2	.000
	Provide service	.176	.074	2.39	.019**
	Environmental amenities	.195	.095	2.05	.044**
	Local resources	.248	.092	2.71	.008**
	Availability	-.017	.086	-.192	.848
	R^2 (Adjusted R^2) = .157(.112), F value=3.49				
Selection division	Constant	3.774	.081	46.8	.000
	Provide service	.221	.073	3.02	.003**
	Environmental amenities	.274	.094	2.90	.005**
	Local resources	.343	.091	3.77	.000*
	Availability	.105	.085	1.23	.220
	R^2 (Adjusted R^2) = .275(.236), F value=7.116				

*: Indicates significant at alpha 1%

** : Indicates significant at alpha 5%

제공성 및 이용성 요인을 적극적으로 개선해야 할 필요성이 있다고 사료되어진다.

한국인의 회귀분석에 대한 분산분석 결과는 만족도는 $F_{값}=10.784$, $p=.000$, 회귀식의 설명력이 36.4%, 재방문의도는 $F_{값}=3.847$, $p=.000$, 설명력이 17.0%, 추천의도는 $F_{값}=3.497$, $p=.000$, 설명력이 15.7% 선택결정은 $F_{값}=7.116$, $p=.000$, 설명력이 27.5%로 유의성이 있는 것으로 분석되었다. 지역자원성은 만족도에서 $B=0.293$, 재방문의도에서 $B=0.324$, 추천의도에서 $B=0.248$, 선택결정에서 $B=0.343$ 로 모든 항목에서 정(+)의 방향으로 가장 높은 영향력을 나타냈다.

유의수준 0.05 이하에서 전반적 만족도에는 4개의 요인 모두, 재방문의도에는 지역자원성, 추천의도 및 선택결정에는 서비스 제공성, 편의환경성, 지역자원성이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 그러나 재방문의도에는 서비스제공성, 편의환경성, 이용성, 추천의도 및 선택결정에는 이용성이 유의수준 0.05 이상으로 나와 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 결과가 나왔다.

한국 관광객들은 몽골 관광객들과 마찬가지로 지역자원성을 만족도 및 행동의도를 높일 수 있는 주 요소로 보는 반면, 서비스제공성, 편의환경성, 이용성 요인은 IPA 분석 격자표 제Ⅱ사분면에서 제시된 집중속성들과 여전히 비슷하게 분석됨으로 가장 먼저 개선되어야 할 요소라고 할 수 있겠다.

V. 결론

몽골에서의 관광산업은 다른 분야에 비해 급속히 발전하고 있으며, 경제의 앞장을 서는 분야이다. 그러나 세계관광 선진국가들 비해 몽골 관광산업은 본격적인 활동이 늦은 편이다. 최근에 정부에서 관광산업의 발전을 위해 많은 노력을 추진하고 있다. 따라서 관광산업을 발전시키기 위한 정부의 노력 추세에 맞추어, 본 연구는 국내·외 관광수요의 경험의 질과 만족도 제고를 위하여 관광의 매력성을 분석하였다. 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 관광객들의 인구통계학적인 특성과 관광지 형태분석에서는 몽골인 관광객은 여성이 많았고, 한국인 관광객은 남성이 많았으며, 대체로 20대 비율이 높았다. 관광지 방문형태 특성에서의 주목적으로 여행, 관광, 휴양이 선호되며, 동반형태에서는 몽골인은 가족 및 친지 분포도가 높고, 한국인은 친구와 같이 가는 사람들의 분포도가 높았다. 둘째, 관광객들은 모두 관광지 방문 전에 중요 매력속성으로 훼손되지 않은 자연경관, 안전성을 가장 중요시하는 것으로 나타났다.

셋째, IPA 분석 결과, 몽골인 관광객 경우 자연경관, 문화자원, 음식, 안전성, 숙박시설, 독특성은 좋은 반응이 나타났고, 한국인 관광객 경우, 자연경관, 날씨, 주민환대, 독특성이 좋게 나타났다. 가장 신속히 개선되어야 할 부분으로는 몽골 관광객

인 경우, 교통편, 청결위생, 프로그램의 다양함, 주차시설로 나타났고, 한국 관광객인 경우 안전성, 숙박시설, 교통편, 청결위생으로 나타났다. 한국 관광객은 숙박시설, 몽골 관광객은 프로그램의 다양함을 크게 중요시하는 것으로 분석되었다. 그리고 접근성, 안내 정보시설, 가이드 전문성, 축제이벤트 등의 경우, 몽·한 관광객들의 의견이 같았으며, 중요도와 만족도가 모두 낮은 항목으로 우선순위가 낮고, 관리전략 수립 시 장기적인 계획으로 개선이 필요한 항목인 것으로 분석되었다.

넷째, 몽골과 한국 관광객들의 테렐지 관광지에 대한 만족도 및 행동의도를 분석하였으며, 몽골 관광객들 경우, 지역자원성과 편의환경성은 전체 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 서비스제공성이 만족도에, 이용성이 관광객들로 하여금 추천의도, 관광지 선택 결정에 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 한국 관광객들 경우, 지역자원성은 관광지 선택 결정에 큰 영향을 주는 반면, 서비스 제공성 편의환경성, 이용성은 재방문의도, 추천의도, 선택결정에 영향을 미치지 못하는 요인으로 나타났다. 이는 한국관광객들은 다만 몽골의 자연적인 환경을 선호하는 것을 밝혀지고 있다.

결과를 토대로 제언을 하면 몽·한 관광객들 모두 관광지의 자연경관을 가장 중요시하는 것으로 나타났다. 관광에 대한 수요의 증가와 더불어 그동안의 단순히 보고 즐기는 여행에서 벗어난 새로운 대안관광으로 환경 피해를 최대한 억제하면서 자연을 관찰하고 이해하며 즐기는 생태관광(Ecotourism)은 새로운 형태의 관광으로 등장하면서 오염되지 않고, 인간의 발길이 닿지 않은 자연에서 느끼는 신선함 자체가 관광의 대상이 되고 있다. "Special protected area management plan of the Khan khentii(2010)"에 의하면 테렐지 관광지에 250종의 조류, 100마리의 동물이 서식하고, 옛 문화유산 흔적, 불교사원, 특정 모양의 바위들, 깨끗한 호수 등 산과 절벽, 강과 셋강이 결합하는 경치가 아름다운 곳이라고 하였다. 또한 특별 보호 지역에 대한 법률(<http://www.legalinfo.mn/law/details/479>)을 따르면 "관광지역은 자연경관지역에 해당되고, 원시적인 자연자원을 갖춘 역사, 문화, 과학, 생태체험 등에 효과적이며, 나라에서 특별히 보호하는 곳을 말하며, 관광지에서 자연자원에 방해되지 않은 형태로 정부의 허락을 받아 운영을 할 수 있다"고 하였다. 이는 테렐지 관광지는 보호지역으로써 개발 위주가 아닌 자연자원 보전 위주의 관광정책을 펼치고 있음을 알 수 있다. 이와 같이 원시적 자연자원이 우수한 테렐지 관광지의 관광 정책은 국립공원으로써 다른 일반 관광지와 차별적인 프로그램과 이미지 전략이 요구되며, 문화 유적과 자연자원을 보전하고 훼손되지 않은 자연자원에 대한 생태체험관광으로 나아가야 할 것으로 판단된다.

또한 환경훼손을 최소화하기 위해 생태자원의 적절한 보호와 이용을 동시에 달성할 수 있는 친환경 기반시설이 필요하다

고 판단된다. 예를 들어 나무, 석탄을 데워서 난방을 하는 숙박 시설 대신에 태양광이나 풍력발전에 의한 시설로 대체하는 것이 바람직하다고 사료된다.

본 연구의 한계점으로는 설문조사가 하나의 계절에 국한되었다는 점과 표본수가 충분하지 않다는 점이다. 따라서 향후 연구에 있어서는 충분한 표본 수에 의한 계절별 차이를 분석하는 연구가 수행되어야 할 것이다.

인용문헌

1. Baek, Hyung-Shin(2009) An Empirical Study on the Attractiveness Enhancement of Korean Tourism: From the Viewpoints of the Chinese Travel Agents. MS Dissertation. University of Kwang Woon.
2. Bolortsetseg(2009) A Study on the Tourist Satisfaction of the Tour Resort Service. MS Dissertation. University of Paichai.
3. Chang, Byung-Moon and Min-Ki Bae(2002) A casual model on the relationship between resources of natural parks and user's satisfaction. The Korean Institute of Landscape Architecture 30(3): 12-24.
4. Jang, Byung-Soo and Woo-Hee Byun(2004) Assessment on tourist attractions based on the visitor's perception on destination product: With emphasis on Japan and China markets. The Tourism Sciences Society of Korea 28(1): 83-107.
5. Jo, Jang-Hyun and Jong-Hyun Kwon(2005) The evaluation of expectation level/actual satisfaction level of european attraction attribute and its relationship to re-visitation/recommendation. Korea Tourist Research Association 19(2): 19-34.
6. Jung, Byung-Woong(2003) A study on the promotion and cooperation of tourist between Korea and Mongolia. Korea · Mongolia Economics & Business Association 12: 323-333.
7. Kim, Gye-Sup and Yun-Ji Ahn(2005) The relationship of cultural tourism attraction attributes, resources interpretation and tourist satisfaction. Korea Tourist Research Association 19(1): 247-272.
8. Kim, Jeong-Jun(2009) A Study on Tourist's Motivation, Level of Involvement and Attractiveness Depending on Types of Tourism Destination. Ph. D. Dissertation, University of Kyonggi.
9. Kim, Kyung Hoe(2008) A study on the development of cruise industry in Korea: Focused on condition of sailing cruise ships and receptivity. Korean Journal of Hotel Administration 17(1): 199-216.
10. Kim, Seoung-Woo(2008) Attractiveness assessment of Mt. Kungang tourists destination using importance-performance analysis. Korean Rural Tourism Association 20(1): 101-115.
11. Ko, Dong-Wan, Jin-Hee Lee and Yop-Il Kim(1995) An empirical study on visitor's motivation for hot spring resorts. The Korean Institute of Landscape Architecture 22(4):161-176.
12. Ko, Kye-Sung and Sang-Hoon Oh(2005) Importance-performance analysis of attractiveness assessment for island tourist destination: A case of Jeju island. Korea Tourist Research Association 19(3): 45-58.
13. Lee, Eun-Woo(2011) The Effect of Attractiveness of Ulleung-Do's Tourism Resources on Satisfaction and Revisiting Intention. MS Dissertation. University of Dongguk.
14. Lee, Hak-Sik and Ji-Hoon Lim(2009) SPSS 16.0 manual. Paju: Judicial Scrivener.
15. Lee, Jae-Kon and Seon-Hee Ko(2009) Research on the destination selection attributes among Japanese tourist using IPA. The Korea Contents Association 10(9): 338-347.
16. Lim, Hwa-Soon and Kye-Sung Ko(2009) A study of importance- performance for destination attractiveness attributes -The case of Okinawa in Japan-. Korea Tourist Research Association 21(1): 177-190.
17. Lombo(2001) Mongolia's tourism industry development policy. Korea · Mongolia Economics & Business Association 7: 31-36.
18. Odontseren(2009) Developing the Tourism Resources of Kharkhorin, Mongolia. MS Dissertation. University of Kyonggi.
19. Park, Kyung-Ho(2008) A study on the tourism resource evaluation of tourist destination: A case of Jeju. Korea Hotel Tourism Institute 10(3): 191-202.
20. Park, Won-Gil(2003) A subject & prospect of the tourist industry in Mongolia. Korea · Mongolia Economics & Business Association 12: 189-202.
21. Ryu, Jae-Seung, Ha-Jong Kim and Jin-Seon Kim(2009) Preference and service satisfaction of campsite visitors: Focus on Wolaksan · Sokrisan National Park. The Korean Institute of Landscape Architecture 37(3): 11-20.
22. Shin, Dong-Chan(2010) A Study on Attractiveness Evaluation of Cruise Secondary Port: Focused on Chinese Tourist. MS Dissertation, University of Kyonggi.
23. Special protected area management plan of the Khan khentii(2010) Ulaanbaatar.
24. Sukhbaatar Baigalmaa(2012) Directions of Strengthening Competitiveness of Mongolia's Tourism Industry. MS Dissertation, University of Kyung Hee.
25. Suvderdene(2010) Study on the Ways to Formulate Production of Mongolian Tourism. MS Dissertation. University of Kyonggi.
26. Yoon, Seol-Min(2007) A study for attractiveness evaluation and satisfaction of tourist site holds a festival, Go Hwang Non Jib 40: 185-208.
27. Yoon, Yoo-Shik, Yang-Rae Jang and Kyung-Tae Kim(2010) A study on evaluation of destination attractiveness of Kungang river tourism resources. Korea Hotel Tourism Institute 12(3): 249-266.
28. <http://www.mongoliatourism.gov.mn/page/318/>
29. <http://www.legalinfo.mn/law/details/479>

원 고 접 수 일: 2013년 10월 24일
 심 사 일: 2013년 12월 2일(1차)
 계 재 확 정 일: 2013년 12월 6일
 3 인 의 명 심 사 필