



МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ
ШИНЖЛЭХ УХААНЫ СУРГУУЛЬ
ГАЗАРЗҮЙН ТЭНХИМ

Газарзүйн асуудлууд

Geographical Issues

Volume 22 (2)

ISSN: 2312-8534

2022

Улаанбаатар хот 2022

Орон нутгийн эвентийн жинхэнэ байдал ба тухайн газартай хамааралтай байдал нь жуулчдын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх нь (Баян-Өлгийн Бүргэдийн баярын жишээн дээр)

Analyses of Authenticity and Place Attachment of Local Event and Tourist Satisfaction

©М.Мөнхжаргал^{1*}, Н.Гантуяа¹, Д.Энхжаргал¹, Ц.Ууганбаяр¹
Munkhjargal Myagmardorj^{1*}, Gantuya Narantuya¹, Enkhjargal Dalaibaatar¹, Uuganbayar Tsogtkhuu¹

¹Газарзүйн тэнхим, Шинжлэх ухааны сургууль, Монгол Улсын Их Сургууль, Монгол улс
¹Department of Geography, School of Arts and Sciences, National University of Mongolia, Mongolia

*Харилцах зохиогч: 21m1num0654@stud.num.edu.mn
*Corresponding author: 21m1num0654@stud.num.edu.mn

Хүлээн авсан: 2022.10.24
Засварласан: 2022.11.18
Зөвшөөрөгдсөн: 2022.11.27

Хураангуй

Энэ судалгаа нь аялал жуулчлалын салбарын улирлыг уртасгах, бүргэдээр ан хийх өв соёлыг түгээн дэлгэрүүлэх ач холбогдол бүхий эвент болох Бүргэдийн баярыг зорин ирж буй жуулчдын сэтгэл ханамжийг судлах, тухайн газартай хамааралтай байдал болон соёлын жинхэнэ байдал нь тус эвент болон жуулчдын дахин ирэх сэдэлд хэрхэн нөлөөлж буйг судлах зорилготой. 2022 оны бүргэдийн баярыг 250 гадаадын жуулчин үзэж сонирхохоор ирсэн ба эдгээр жуулчдын 40,8 хувь буюу 102 жуулчнаас эвентийн 2 хоногийн хугацаанд судалгаа авсан нь судалгааг бодит болгосон гэж үзэж байна. Соёлын жинхэнэ байдал болон тухайн газартай хамааралтай байдал нь жуулчны сэтгэл ханамж болон дахин ирэх сэдэлд хэрхэн нөлөөлж буйг регрессийн шинжилгээгээр тодорхойлов. Судалгааны үр дүнгээс үзэхэд үзэж буй жуулчид сэтгэл хангалуун гэж харагдаж байгаа ч зохион байгуулалтын алдаанаас үүдэлтэй Бүргэдийн баярын үнэ цэн жилээс жилд буурч аялал зохион байгуулагчид өөрсдийн жуулчдад зориулсан хувийн бүргэдийн баярыг хийхийг илүүд үзэх хандлага ихэссэн. Нөгөө талаас жишээг эвентийг тухайн газрын хамааралтай байдал, эвентийн жинхэнэ байдал, хүртээмжтэй байдал талаасаа Баян-өлгий аймагт зохион байгуулах нь илүү хялбар бөгөөд оролцогчдод зураг авах, соёлтой ойроос танилцах олон талын ашигтай байгаа нь жуулчдын сэтгэл ханамжинд эерэгээр нөлөөлж дахин ирэх сэдлийг нь бий болгоход чухал ач холбогдолтой. Утга агуулгын хувьд бүргэдийн баярууд ижил хөтөлбөртэй тул оролцож буй жуулчид хүн чөөтэй, зураг авах боломж бүрдүүлсэн аяллын хөтөлбөр, эвентийг сонгох нь зүйн хэрэг. Цаашид эвентийн цогц менежментийг бий болгож эвентийн практик ач холбогдолд хувь нэмэр болгох үүднээс оролцогч талуудын судалгааг нарийвчлан хийх шаардлагатай.

Түлхүүр үгс: Эвентийн зохион байгуулалт, Эвентийн имиж, Бүргэдийн баяр, Хүртээмжтэй байдал, Дахин ирэх сэдэл, Тухайн газартай хамааралтай байдал, Жинхэнэ байдал

Abstract

This study investigates the satisfaction of tourists visiting to the Eagle Festival, an event that is important to extend the tourism season and spread the heritage of falconry (eagle hunting), and how the relationship with place attachment and authenticity affect the event and how it affects the motivation of tourists' revisit. The empirical data were collected from the international tourists via questionnaire that yielded 102 usable surveys at the Golden Eagle festival in Bayan-Ulgii Mongolia for 2 days. Officially, 250 international tourists came to participate Golden Eagle Festival and survey was collected 40.8 percent of spectators. Data was analyzed by using regression analysis to determine how relationship between cultural authenticity, and place attachment, also how these variables affect tourist satisfaction and revisit intention. According to the survey results, the value of the "Golden Eagle" festival has decreased year by year due to the organizational problems, and the increased tendency of tour operator companies' preference to organize private eagle festivals for their own tourists, even in the survey it resulted spectators were satisfied. Conversely, it is easier to organize small events in Bayan-Ulgii province due to the relevance of cultural authenticity, place attachment, and accessibility of the event which are beneficial for participants. Consequently, these small events positively affect the tourist satisfaction and revisit intention. Considering most of the eagle festivals have similar program content, it is natural for tourists to choose travel programs and events with fewer people and more photo opportunities. Furthermore, in order to improve event management, it is important to highlight the practical significance of the event. A detailed study of the stakeholders is recommended.

Keywords: Event arrangement, Event Image, Golden eagle festival, Accessibility, Revisit Intention, Place Attachment, Authenticity

©Зохиогчийн оруулсан хувь нэмэр: **М.Мөнхжаргал:** Онолын үндэслэл, өгөгдөл, аргазүй боловсруулалт, үндсэн бичвэр, **Н.Гантуяа,** **Д.Энхжаргал:** аргазүй боловсруулалт, бичвэрийн засвар болон үр дүнгийн хяналт, **Ц.Ууганбаяр:** мэдээ өгөгдөл боловсруулалт, дүн шинжилгээ.

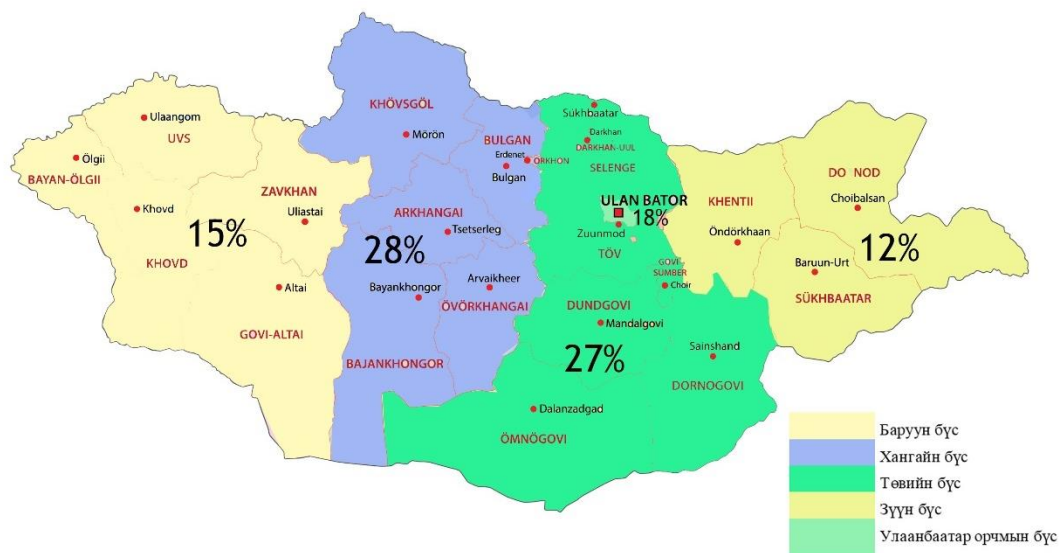
Оршил

Монгол орны эрс тус уур амьсгал, өвлийн улирал урт зэрэг нь аялал жуулчлалын улирлыг богиносгох хүчин зүйл болдог. Өвлийн эвентэд тулгуурлан эдийн засагт хувь нэмэр оруулах, аялал жуулчлалын улиралыг уртасгах боломжтой. Орон нутаг дахь эвентийг үзэх гадаад, дотоодын оролцогчид, үзэгчдийн тоо жил ирэх тусам өсөн нэмэгдэж байгаа ч эвент үзэгчдийн сэтгэл ханамжийг илтгэх судалгаа хийгдэхгүй байгаа нь зорилгот зах зээлээ татахгүй байх, жуулчид ирэхгүй байх, эвент нь жуулчдын оролцоог хангадаггүй зэрэг сөрөг үр дагавартай. Бүргэдийн баяр нь имижээрээ гадаадын жуулчдыг олноор татдаг ч 20 жилийн турш ижил хөтөлбөрөөр зохион байгуулагдаж байгаа нь жуулчдын дахин ирэх сэдлийг бууруулах, сэтгэл ханамжгүй аялагчид бусдад санал болгох нь багасахаас гадна Бүргэдийн баяртай холбоотой соёлын жинхэнэ байдал буюу бүргэдээр ан хийх, бүргэд барих, өвлүүлэх ёс уламжлал алдагдсаар байна.

Дэлхий даяар эвент, фестивалуудын нийгэм, эдийн засгийн нөлөөлөл нь хурдацтай хөгжиж тэр хэрээр бие даасан томоохон үйлдвэрлэлийн салбарын нэг болжээ. Вэрифайд Маркет Рисеорч (Verified Market Research) байгууллагын тооцоогоор дэлхийн эвент зах зээлийн хэмжээ 2020 онд 886.99 тэрбум ам.доллараар хэмжигдэж байсан бол 2028 он гэхэд 2,194.40 тэрбум ам.долларт хүрэх төлөвтэй болохыг тогтоожээ. Эндээс үзвэл 8 жилийн хугацаанд Жилийн Нийлмэл Өсөлтийн Хурд (CAGR) нь 13.48% байх төлөвтэй байна (VMR, 2022). Ийнхүү эвент үйлдвэрлэл өсөн нэмэгдэж байгаа нь нийгмийн бүлгүүд том гэлтгүй жижиг боломжийг ашиглах гэсэнтэй холбоотой ба гарааны бизнесээ сурталчлах сонирхолтой бизнес эрхлэгчид эвентийн гол ивээн тэтгэгч болдог (VMR, 2022).

Гетц (2010) болон Гурсой (2003) нарын судалгаанд фестивалыг эдийн засгийн нөлөөлөл, аяллын загвар, сэдэлжүүлэгч хүчин зүйлс, сегментчилэл, үйлчилгээний чанар, зочдын сэтгэл ханамж, соёл зэрэг олон талаас нь тодорхой судалсан байдаг. Фестивал нь орон нутаг дахь зорин очих газрыг шинэчлэх, ажлын байр бий болгох, тогтвортой дэд бүтцийг хөгжүүлэх, олон нийтийн бахархлыг нэмэгдүүлэхэд хувь нэмэр оруулдаг (Getz et al., 2010). Гетц (2010)-ийн судалгаагаар фестивал нь олон нийтийн сэдэв бүхий соёлын наадам бөгөөд нийгмийн болон бэлгэдлийн утгатай. Фестивал нь баяр наадмын шинжийг агуулдаг ба Монголын аялал жуулчлалын салбарын жишээгээр Үндэсний Их Баяр Наадам, Бүргэдийн баяр, Мөсний баяр, Түмэн тэмээний баяр, Сарлагийн баяр гэх мэтчилэн дурдаж болно.

Аялал жуулчлалын салбарын хувийн хэвшил, төр болоод төрийн бус байгууллагууд Монгол улсыг сурталчлах, ёс заншил, соёл, уламжлалаа түгээх, шинэ үзмэр бий болгох, аяллын бүтээгдэхүүнийг төрөлжүүлэх, жуулчны улирлыг уртасгах, орон нутгийн иргэдийн аялал жуулчлалаас олох орлогыг нэмэгдүүлэх зорилгоор орон нутгийн эвентийг зохион байгуулж ирсэн (Минжинсор, 2022). Монголын аялал жуулчлалын салбарт анхны томоохон эвент 1997 оны өвөл Өмнөговь аймгийн Сэврэй суманд “Түмэн Тэмээний Баяр” нэртэйгээр зохион байгуулагдсанаас хойш 25 жил болжээ (Гайхамшигт Говь АЖХ, 2020). 2000 онд Баян-Өлгий аймагт Бүргэдийн баяр, Хөвсгөл аймагт Мөсний баярыг зохион байгуулж эхэлснээр эвентийн хөгжилд чухал нөлөө үзүүлсэн. Үүний дараа 2010 онд Улаанбаатар хотод Хаврын Бүргэдийн Баяр зохиогдсоноос хойш Бүргэдийн баяр, Мөсний баяр, Түмэн тэмээний баяр гэсэн гурвалсан эвентийг бий болгон улирлыг уртасгах өвлийн аялал жуулчлалын ажил эрчимжсэн. МУ-ын Засгийн Газар, холбогдох яамд тогтмол мөнгөн дэмжлэг үзүүлж ирэв. Эдгээр эвентүүд тогтмолжсон хэдий ч Бүргэдийн баяраас бусад баярыг зорин ирэх олон улсын жуулчдын тоо хангалтгүй байгаа нь гаднын жуулчдыг татах маркетинг, менежмент, зохион байгуулалт, байршуулах хэрэгсэл, үйлчилгээний чанар, дэд бүтэц сул хөгжсөн зэргээс хамаарч байгаа тул эвент менежментийг сайжруулах, олон улсын түвшинд нийцүүлэх шаардлагатай. 2019-2020 онуудад Монгол улсын хэмжээнд 100 гаруй эвент зохион байгуулагдсан бөгөөд зохиогдсон эвентийн хувийг бүс нутгаар зураг 1-т үзүүлэв (БОАЖЯ, 2022).



Зураг 1. Бүс нутгуудын эвент зохион байгуулалтын эзлэх хувь хэмжээ (БОАЖЯ, 2022)

Эдгээр эвентээс олон улсын түвшинд зохион байгуулагддаг нь харьцангуй цөөн байдаг. БОАЖЯ-наас 2022 онд “Монгол улсын аялал жуулчлалын эвентийн стратеги төлөвлөгөө, бүтээгдэхүүн хөгжлийн дүн шинжилгээ, зөвлөмж” буюу эвентийн иж бүрэн судалгаа хийж аймаг бүрийг илэрхийлэх эвентийг гаргаж ирэх зорилго тавьсан. Энэхүү судалгаагаар Үндэсний Их Баяр Наадам, Плэйтайм, Бүргэдийн баяр, Мөсний баяр, Улаанбаатарын өвлийн наадмыг эдийн засгийн хамгийн үр өгөөжтэй, топ 5 эвентээр нэрлэжээ. Эвентийн цар хүрээ, хүртээмжийг авч үзвэл Үндэсний их баяр наадам болон Бүргэдийн баяраас бусад эвентүүд төдийлөн жуулчдыг татаж чадахгүй байна (БОАЖЯ, 2022).

Хүснэгт 1. Монгол Улсад зохион байгуулагдсан топ 5 эвент (БОАЖЯ, 2022)

№	Эвентийн нэр	Байршил	Хугацаа
1	Үндэсний Их Баяр Наадам	Улаанбаатар хот	VII сарын 11-13
2	Плэйтэйм	Улаанбаатар хот	VII сарын 5-7
3	Бүргэдийн Баяр	Баян-Өлгий аймаг, Бугат сум	X сарын эхний 7 хоногт
4	Хөх Сувд Мөсний Баяр	Хөвсгөл аймаг, Хатгал тосгон	III сарын эхний өдрүүдэд
5	Улаанбаатарын өвлийн наадам	УБ Скай ресорт/ ҮЦХ	II сард

Эвент нь орон нутгийн соёл, түүхийн бахархлыг нэмэгдүүлэхээс гадна эдгээр үйл явдлууд нь амралт, зугаа цэнгэлийн аялал жуулчлалын боломжуудыг тэр дундаа нутгийн иргэд, тэдний ёс заншлыг олон улсын жуулчдад сурталчлахад оршино (Lee et al., 2003). Эвентэд оролцох жуулчдын сэдэлд дүн шинжилгээг хийж аялагчдын хэрэгцээ шаардлага болон сэтгэл ханамжийн огтлолцлыг хангасан эсэхийг дүгнэх нь чухал. Монгол орныг зорин ирж буй жуулчдын аялал жуулчлалын гол бүтээгдэхүүний нэг нь Үндэсний Их Баяр Наадам ба 2019 онд Монгол Улсад ирсэн нийт жуулчдын 45.1% нь VII-IX сард иржээ (ҮСХ, 2019).

Эвентүүд нь зохион байгуулалтын хувьд хангалтгүй байгаагийн улмаас ирсэн жуулчдын сэтгэл ханамж, дахин ирэх сэдэлд эерэгээр нөлөөлж чадахгүй байгаа гэж үзсэний үндсэн дээр жуулчдаас сэтгэл ханамжийн судалгаа авч, үр дүнд шинжилгээ хийв.

Судалгааны ажлын зорилго

Аялал жуулчлалын салбарт эвент зохион байгуулах нь зорин очих газруудын дүр төрхийг бий

болгох, бусад зорих газруудаас ялгаатай бүтээгдэхүүнийг жуулчны зах зээлд байршуулан, өрсөлдөх давуу талыг бий болгодог (Bowdin et al., 2006). Энэхүү судалгааны ажлыг хийх дараах 2 үндсэн шалтгаантай. Үүнд:

1. 2023, 2024 онуудыг МУ-ын засгийн газраас “Монголд Зочлох Жил” болгон зарласантай холбогдуулан 6 ажлын хэсэг байгуулсны дотор эвент аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бие даасан хэсэг байгуулагдаж, аймаг бүрийг бренд эвенттэй болгохоор төлөвлөж байна. Тиймээс шинээр гарч буй эвентүүд жуулчид татахын тулд судалгаа сайн хийх шаардлагатай дээр өмнө нь зохион байгуулагдаж буй эвентээс суралцах
2. Бүргэдийн баяр нь эдийн засгийн үр өгөөжтэй, хамгийн олон гаднын жуулчин хүлээн авдаг эвентийн нэг учир тус баярт оролоцогч жуулчдын сэтгэл ханамжийг тодорхойлох, зохион байгуулалтыг сайжруулах санал зөвлөмж гаргаж, цаашдын судалгааны ажлын эхлүүлэх,

Судалгааны ажил нь жуулчдын сэтгэл ханамжид зорин очих газрын хамааралтай байдал болон соёлын жинхэнэ байдал нь хэрхэн нөлөөлж байгааг давхар судласнаараа онцлог.

Судлагдсан байдал

Эвентийн аялал жуулчлал- Соёлын үзмэрүүд нь аялал жуулчлалд гол үүрэг гүйцэтгэдэг бөгөөд зорин очих газарт жуулчдыг татахад чухал үүрэгтэй (Molinillo & Japutra, 2015; Richards, 2002). Эвент нь жуулчдыг татах чадвартай төдийгүй сэтгэл ханамжтай байлгах, мөнгө зарцуулах, идэвхжүүлэх өрсөлдөөний хүчин зүйл ба энэ нь тухайн салбарт болон эдийн засагт ихээхэн нөлөөтэй (Boytos et al., 2017). Эвент нь зорин очих газруудын өрсөлдөх чадварыг бэхжүүлэх тал дээр олон төрлийн ашиг тусыг бий болгож чадна (Herna'ndez et al., 2014).

Эвентийн имиж- Монгол орны талаарх жуулчны танин мэдэхүйн имиж дүр төрх бүрэлдэхэд байгаль цаг уур, ландшафт, газар орны байдал, нүүдэлчин ахуй соёл чухал үүрэгтэй. Байгаль, хүрээлэн буй орчин, соёл ахуйг тусгасан жуулчны зорих газрын дүр төрх нь жуулчны шийдвэр гаргалтад чухал нөлөөтэй. Байгалийн дүр төрх имиж нь өвөрмөц, унаган төрхтэй бол жуулчдын сэтгэл ханамж эерэг болох бөгөөд жуулчны дэд бүтэц буюу орон байр, машины зогсоолын тав тухтай байдалд ач холбогдол бага өгдөг (Gallarza et al., 2002).

Тухайн газартай хамааралтай байдал- Тухайн газартай хамааралтай байдал нь амралт зугаалга (Budruk, 2010) болон зугаа цэнгэлийн аяллын зан байдлын судалгаанд (Kyle et al., 2004) ихээхэн дурдагддаг. Релф (1976) судалгаандаа газрыг "байрлал, ландшафт, зан үйл, бусад хүмүүс, хувийн туршлага, орон гэртээ анхаарал хандуулах бусад газруудын нөхцөл байдлын холимог" хэмээн дурджээ. Тухайн газрын хамааралтай байдал гэдэг нь амьдарч буй газартайгаа сэтгэл хөдлөлийн нягт холбоо тогтоох хандлагыг илэрхийлдэг бөгөөд энэ нь "гэртээ байгаа" эсвэл "нутагтаа байгаа" гэсэн мэдрэмжийг төрүүлдэг.

Жуулчдын сэтгэл ханамж- Жуулчдын сэтгэл ханамжийг аялал жуулчлалын зорин очих газар дахь хэд хэдэн төрлийн бүрэлдэхүүний үнэлгээ болон танин мэдэхүй, сэтгэл хөдлөлийн хүчин зүйлээр тодорхойлдог зан төлөвийн үзэгдэл юм (Allame, 2015). Жеорж, Боб (2020) нарын судалгаагаар "Сэтгэл ханамж болон дахин ирэх сэдэл хоёрын хооронд эерэг боловч сул хамаарал байсан ба сэтгэл ханамж нь жуулчдын дахин ирэлтийг илэрхийлэх сайн үзүүлэлт биш" гэж дүгнэв (George Ariya, 2020).

Жуулчдын дахин ирэх сэдэл- Дахин ирэх сэдэл гэдэг нь жуулчдын зорин очих газартаа дахин зочлох хүсэл эрмэлзэл бөгөөд хандлага ба зан байдлын хоорондын хөндлөнгийн оролцоо юм (Fishbein, Azjen, 1975). Райн, Бонфиелд (1980) нар дахин ирэх сэдлийг зан төлөвийг урьдчилан таамаглаж болно гэдгийг илрүүлсэн.

Соёлын жинхэнэ байдал- Жинхэнэ гэдэг нь ихэвчлэн шинж чанараараа бодит, найдвартай, итгэл даахуйц, анхны хувилбар, эхний, мөн чанар нь үнэн бодит хэмээн тодорхойлогддог ба хуулбарласан, дахин үйлдвэрлэсэн эсвэл хийсэн эх хувьтай адилхан гэдгийн эсрэг байдаг ойлголт юм. Бодит, жинхэнэ байдал нь бий болгосон, бэлгэдлийн жинхэнэ байдлаас ялгаатай (Barthel, 1996; Reisinger, Steiner, 2006). Бүргэдээр ан хийх соёл уламжлал жуулчны урсгалыг даган бүргэдээр ан хийх, түүнийг өвлүүлэх, арга техникийг заах уламжлал алдагдаж байгаа ба жинхэнэ байдал нь жуулчны сэтгэл ханамжид шууд нөлөөтэй. (Soma, Sukhee, 2014)

Судалгааны таамаглал

T1: Бүргэдийн баяр болж буй газрын хамааралтай байдал нь жуулчдын сэтгэл ханамжид шууд нөлөөтэй.

Тухайн газрын хамааралтай байдалтай холбоотой хамгийн чухал зүйл бол тухайн хүний оршин суугаа газар, түүний соёл, бэлгэдлийн үнэ цэнийг ялган танихыг чухалчилдаг газар нутгийн онцлог юм (Gross & Brown, 2006; Yuksel et al., 2010). Зорин очих газрын имиж нь жуулчдын шийдвэр гаргах үйл явц болон шийдвэр гаргасны дараах зан төлөвт нөлөөлдөг. Жуулчны зорих газрын өвөрмөц соёл, ахуй, уламжлал, биет ба биет бус соёлын өв, түүхийн дурсгалууд, урлаг уран сайхан, соёлын ба шашны баярууд, соёлын олон төрлийн эвентүүд нь жуулчны зорих газрын дүр төрх бүрэлдэх үндсэн үзүүлэлтийн нэг болдог (Sofield et al., 1998). Соёлын аялал жуулчлалд оролцож жуулчны туршлага олж авах нь өөрийн танин мэдэхүйг нэмэгдүүлж ялгаатай соёл, зан заншлын талаарх мэдлэгээ нэмэгдүүлэх ач холбогдолтой бөгөөд Бүргэдийн баярыг бусад аймаг, нийслэл хотод хийснээс Баян-Өлгий аймагт хийх нь шууд нөлөөтэй, илүү утга учиртай тул дараах таамаглалыг дэвшүүллээ.

T2: Бүргэдийн баярын соёлын жинхэнэ байдал нь жуулчдын сэтгэл ханамжид эерэг нөлөөтэй.

Жинхэнэ байдал гэдэг нь жуулчдын соёлын өвийн дурсгалт газруудаар аялах туршлагыг ойлгох зорилгоор нэвтрүүлсэн ойлголт юм (MacCannell, 1973). Бүргэдийн баяр нь давуу болон сул талтай. Нэг талаараа бүргэд, бүргэдчдийн соёлыг хамгаалах талаар дэлхий нийтэд сурталчилж буй боловч үе дамжин өвлөгдөх бүргэдээр ан хийх, бүргэдээ барих, тавих, мэдлэгээ өвлүүлэх жинхэнэ уламжлал алдагдаж жинхэнэ бүргэдчин гэхээс илүү бүргэд эзэмшигч болж дүр эсгэж байгаа нь ажиглагдаж байна (Soma, Sukhee, 2014). Бүргэдгүй боловч насан өндөр болсон эсвэл ажлын шаардлагаар ан хийхээ больсон бүргэдчид, бүргэдтэй ч ан хийж үзээгүй бизнесийн зорилгоор амьтны эрхийг зөрчиж буй хүмүүсийг ялгах, (Нямбаяр, 2022) бүргэдийн соёлыг байгаль хамгаалалтай хослуулан авч үзэх шаардлага тулгарч буй тул энэхүү таамаглалыг дэвшүүллээ. Жинхэнэ байдал алдагдах тусам “Жуулчинд зориулсан эвент” сонирхон ирэх жуулчдын тоо багасч, сэтгэл ханамжид сөргөөр нөлөөлнө.

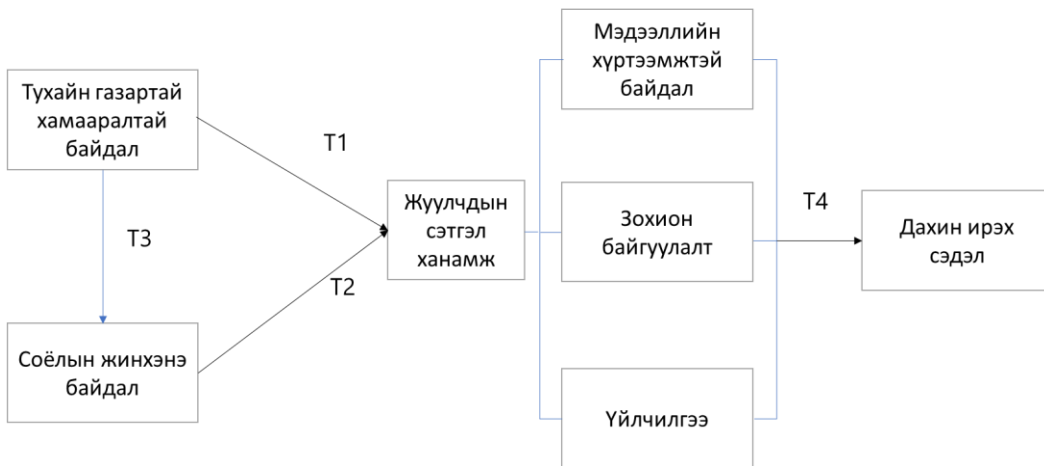
T3: Тухай газрын хамааралтай байдал ба Бүргэдийн баярын соёлын жинхэнэ байдал нь шууд харилцан уялдаатай.

Сэтгэл судлалд бие хүн ба газар нутаг хоёрын хоорондын сэтгэл хөдлөлийн холбоо нь "тухайн газартай хамааралтай байдал" хэмээн тодорхойлогддог. (Gross & Brown, 2006; Gross & Brown, 2008; Hidalgo & Hernandez, 2001; Kyle et al., 2003; Kyle et al., 2004). Бүргэдийн баярыг Баян-Өлгий аймагт зохион байгуулах нь тухайн газар нутгийн соёлын өвийг хадгалан хамгаалах, өв соёл тээгч хүмүүсийг нэмэгдүүлэх ач холбогдолтой төдийгүй Бүргэдийн баярыг Баян-Өлгий аймагт үзсэн жуулчид Улаанбаатар хотод Бүргэдийн баяр үзсэнээс илүү тухайн газар нутагтай холбогдсон мэт мэдрэмж төрдөг гэж үзсэн учир дараах таамаглалыг дэвшүүллээ.

T4: Жуулчны сэтгэл ханамж нь жуулчны дахин ирэх сэдэл, бусдад санал болгоход эерэг нөлөө үзүүлдэг.

Сэтгэл ханамж нь өрсөлдөхүйц бизнесийг тогтворжуулах, дахин ирэх, дахин худалдан авах сэдэлд нөлөөлдөг чухал бүрэлдэхүүн хэсэг бөгөөд сэтгэл ханамжгүй байх нь тухайн үйлчилгээ болон бүтээгдэхүүнийг сонгох сонголтонд үргэлж нөлөөлдөг (Meng et al., 2008). Жуулчин зорьж очсон газрын аялал жуулчлалын үйлчилгээнд сэтгэл ханамжтай байсан тохиолдолд уг газар нутгийн талаар эерэг сэтгэгдэлтэй үлдэж тухайн газартаа дахин жуулчлах, ирээдүйд бусад хүмүүст аялахыг санал болгодог (Chen & Dung, 2007). Жуулчдын сэтгэл ханамж өндөр байх тусам дахин ирэх, бусдад санал болгох магадлал өндөр байна. Сэтгэл ханамжийг дотор нь зохион байгуулалттай холбоотой, үйлчилгээний, мэдээллийн хүртээмжтэй байдал зэргийг хамруулж буй бөгөөд дэд бүтцийн сул хөгжил, байршуулах хэрэгслийн хүртээмж, үйлчилгээний чанар, тодорхойгүй байдал, баярын зохион байгуулалт нь эвент үзэгчдийн дахин ирэх ирэлтэд шууд нөлөөлөх тул дээрх таамгийг дэвшүүллээ.

Сэдвийн зорилго, судлагдсан байдал, судалгааны ажлын таамаглалд үндэслэн дараах судалгааны загварыг гаргав (Зураг 2).



Зураг 2. Судалгааны ажлын загвар

Судалгааны материал, аргазүй

Судалгааны зорилгод нийцсэн судалгааны арга нь тоон судалгааны арга болох асуулга судалгаа байв. Энэ судалгаанд анхдагч болон хоёрдагч эх сурвалжийг ашигласан ба судалгааг урьдчилсан боловруулсан асуулгын дагуу 2022 оны 10 дугаар сарын 1-2-ны өдрүүдэд Баян-Өлгий аймгийн Бугат сумын нутагт орших Саят толгойд зохиогдсон 23 дахь удаагийн Бүргэдийн баярыг сонирхохоор ирсэн 130 гаднын жуулчнаар бөглүүлэхээр өгсөн боловч ашиглаж болохуйц, бүрэн бөглөсөн 102 асуулга шаардлага хангасан ба бүргэдийн баярт оролцсон жуулчдын 40,8 % байв. Судалгааны үр дүнг ‘SPSS 22.0’ программд оруулж хувьсагч хоорондын регрессийн дүн шинжилгээ хийв.

Тухайн газартай хамааралтай байдлын хувьсагчийг 8 үзүүлэлттэй, жинхэнэ байдлыг 5 үзүүлэлттэй, дахин ирэх сэдэл хувьсагчийг 5 үзүүлэлттэй 5 оноотой Лайкертын хэмжээсээр (1 = огт санал нийлэхгүй байна, 5 = бүрэн санал нийлж байна) шинжлэв. Эвентийн үйл ажиллагааны сэтгэл ханамжийн хувьсагчид 10 үзүүлэлттэй, мэдээллийн хүртээмжтэй байдлын сэтгэл ханамж нь 12 үзүүлэлттэй, зохион байгуулалтын хувьсагч нь 7 үзүүлэлттэй үйлчилгээний сэтгэл ханамжийг хамааруулан мөн адил 5 оноотой Лайкертын хэмжээсээр (1 = огт санал нийлэхгүй байна, 5 = бүрэн санал нийлж байна) шинжлэн дүгнэв.

Хүснэгт 2. Судалгааны хэмжээс

Судалгааны үзэл баримтлал	Судалгааны асуулга		Хэмжигдэхүүн	Асуулгын тоо	Эшлэл
Тухайн газартай хамааралтай байдал	Бүргэдийн баяр нь бусад баяраас онцлог байсан болон Баян-Өлгий аймаг нь баяр зохион байгуулахад хамгийн тохиромжтой байсан талаар		Лайкертийн 5 хэмжээс	8	Ram et al., 2016
Жинхэнэ байдал	Бүргэдийн баяр болон Баян-Өлгий аймаг, гар урлалын зүйлс сэтгэгдэл үлдээсэн тухай		Лайкертийн 5 хэмжээс	5	
Жуулчны сэтгэл ханамж	Хүртээмж-тэй байдал	Бүргэдийн баярын мэдээллийн хүртээмж, ойлгомжтой байдал, дэд бүтэц болон нутгийн иргэдтэй харьцахад хүндрэл учирсан эсэх талаар	Лайкертийн 5 хэмжээс	10	Welthagen, Geldenhuys, 2015
	Зохион байгуулалттай холбоотой сэтгэл ханамж	Бүргэдийн баярын зохион байгуулалт, хөтөлбөр, явагдаж буй арга хэмжээ, ойлгомжтой байсан эсэх, энтертаймент болон жуулчдын оролцоог хангасан үйл ажиллагаа ариун цэврийн байгууламжид сэтгэл хангалуун байсан эсэх	Лайкертийн 5 хэмжээс	12	
	Үйлчилгээний сэтгэл ханамж	Үйлчилгээний ажилтан, аяллын компани, хөтөч, жолоочийн үйл ажиллагаанд сэтгэл хангалуун байсан эсэх	Лайкертийн 5 хэмжээс	7	

Дахин ирэх сэдэл	Бүргэдийн баярыг бусдад санал болгох эсэх, аялсан газраараа дахин аялах эсэх	Лайкертийн 5 хэмжээс	5	Tan, Wu, 2016
Хүн ам зүйн хүчин зүйлс	Нас, хүйс, аяллын зарцуулалт, аяллын давтамж, иргэншил	-		

Судалгааны үр дүн

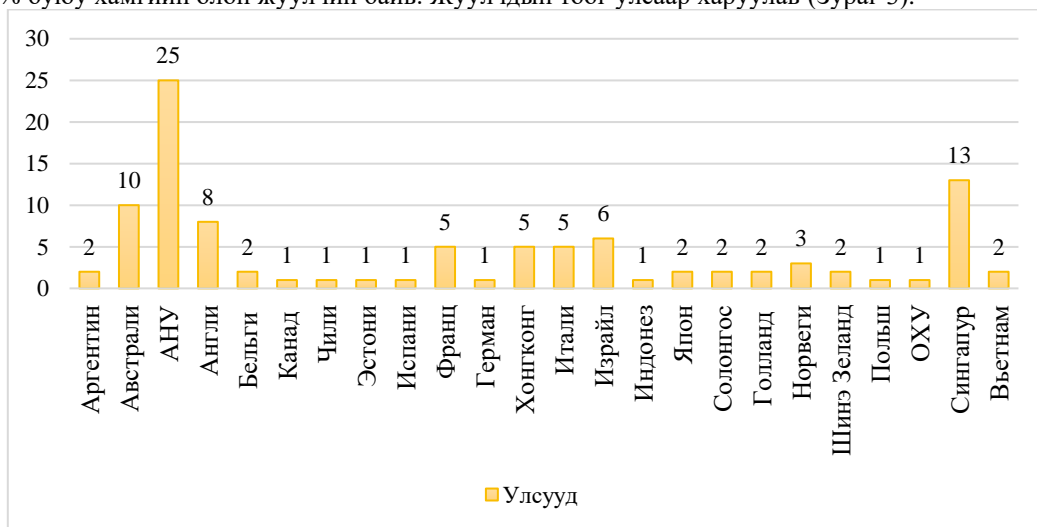
Судалгаанд оролцогчдын хүн амзүйн хүчин зүйлс: Асуулга судалгаанд оролцогчдын хүн ам зүйн шинж байдлыг нас, хүйс, яс үндэс, аялалд зарцуулсан дундаж зардал болон Монголд хэдэн удаа ирсэн зэргээр шинжлэв. Судалгаанд хамрагдагсaдын 48 хүн (47.1%) нь эрэгтэй, 53 хүн (52%) эмэгтэй, бусад хүйсийн 1 хүн (1%) байв. Насны бүлгийн хувьд 25-34 нас (20%), 35-44 нас (19%), 45-54 нас (15%), 55-64 нас (20,6%) болон 65 ба түүнээс дээш насныхан (22,5%) буюу насны хувьд жигд 15-23%-г эзэлж байна.

Аялалд зарцуулсан дундаж зардлыг мөнгөн дүнгээр задалбал нийт аялагчдын 42,2% нь 3001\$-с дээш зарцуулж Монголд ирсэн байна.

Хүснэгт 3. Аялалд зарцуулсан дундаж зардал

Үзүүлэлт, мөнгөн дүн (\$)		Давтамж	Хувь
Хүчинтэй	500\$ хүртэл	12	11.8
	501\$-1000\$	1	1.0
	1001\$-1500\$	8	7.8
	1501\$-2000\$	12	11.8
	2001\$-2500\$	8	7.8
	2501\$-3000\$	17	16.7
	3001\$- дээш	43	42.2
	Нийт	101	99.0
Хүчингүй		1	1.0
Нийт		102	100.0

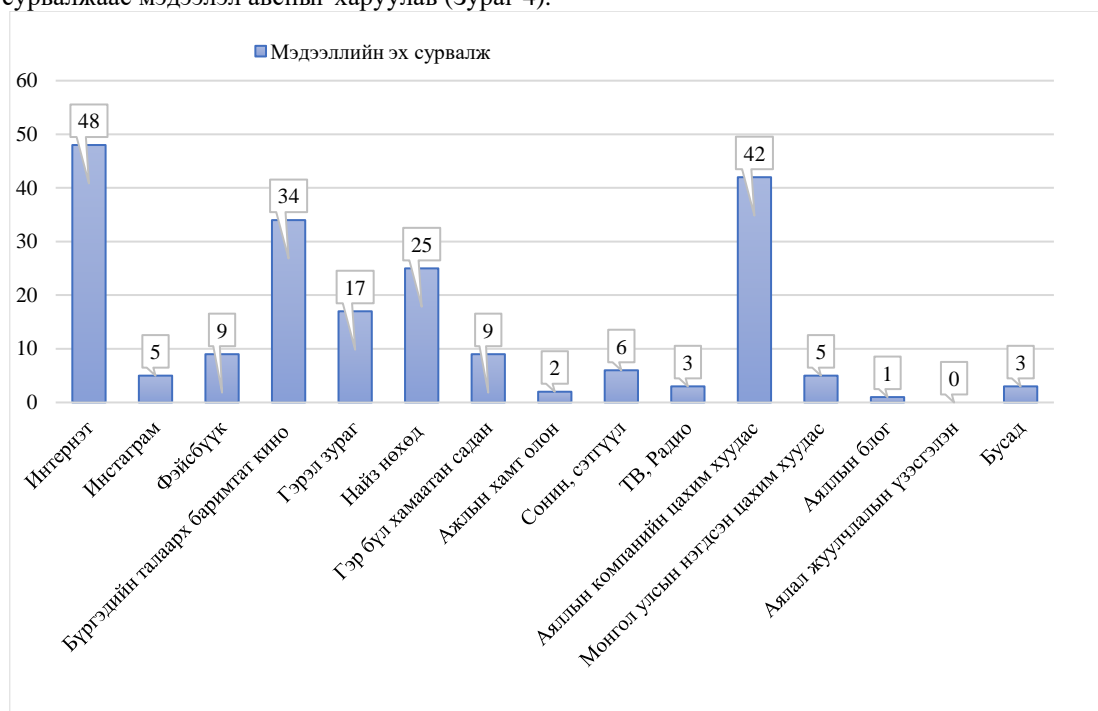
Судалгаанд хамрагдсан хүний 88 нь буюу 86,3% нь анх удаа ирсэн жуулчид ба 7-с дээш удаа ирсэн жуулчин байхгүй, 4-6 удаа ирсэн жуулчин 3 буюу судалгаанд хамрагдагсaдын 2,9% байв. Судалгаанд 24 улсын 102 жуулчин хамрагдсан ба улсуудаар ангилбал АНУ-с ирсэн жуулчид 25% буюу хамгийн олон жуулчин байв. Жуулчдын тоог улсаар харуулав (Зураг 3).



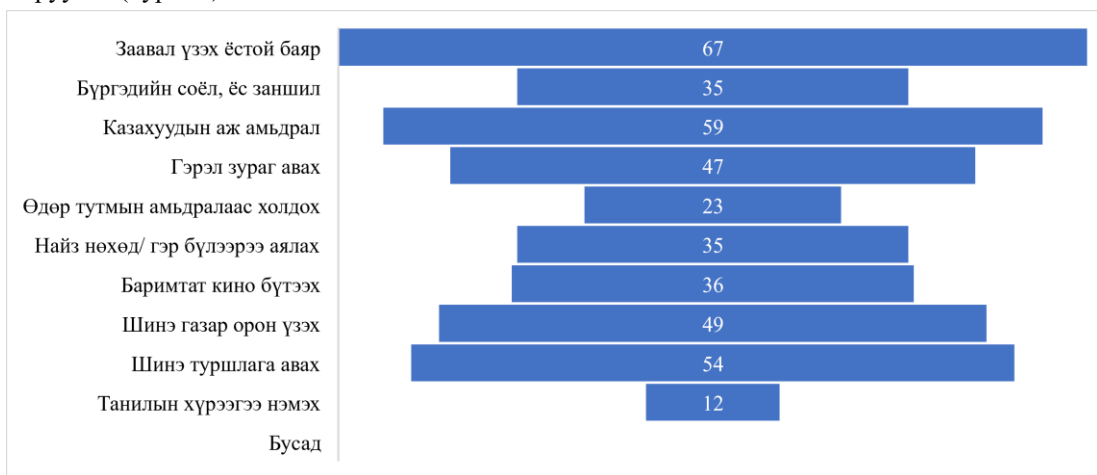
Зураг 3. Судалгаанд оролцсон жуулчид

Судалгаанд оролцогчдын 72,5% нь аялал жуулчлалын компаниар дамжиж ирсэн бөгөөд аяллын клуб болон бусад эх сурвалжаар ирсэн тус бүр 1% байв. Баян-Өлгий аймагт болон бүргэдийн баярт оролцох хугацааны хувьд 1-3 өдөр байрлах хүмүүсийн тоо нийт оролцогчдын 63,7% байв. Харин 7 ба түүнээс дээш хонох 2 хүн буюу 2% байв. Бүргэдийн баярын талаар аялагчид ямар эх

сурвалжаас мэдээлэл авсныг харуулав (Зураг 4).

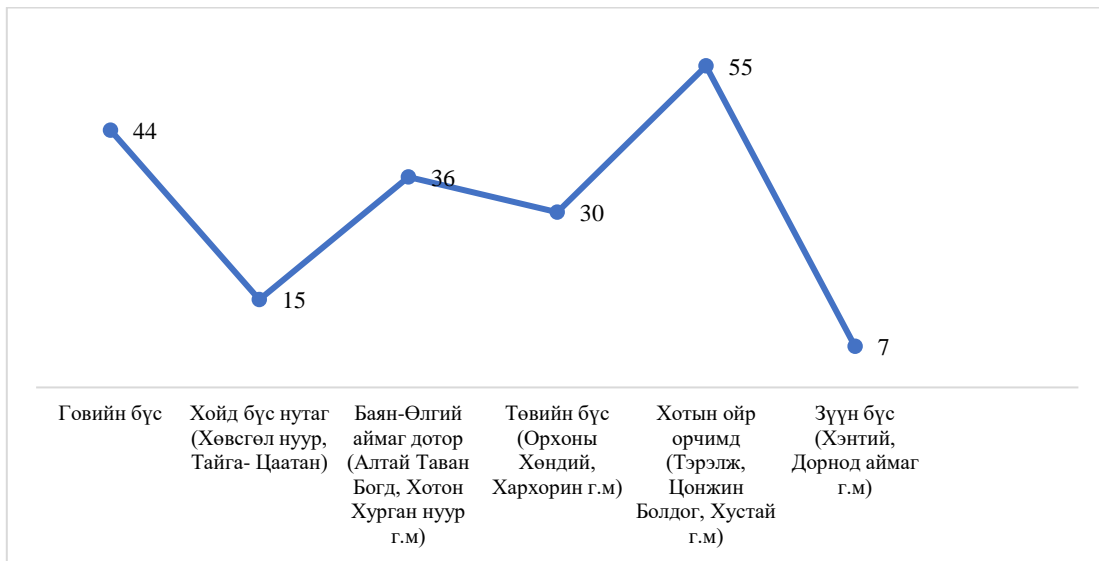


Зураг 4. Бүргэдийн баярын талаарх мэдээллийн эх сурвалж (Давтагдсан тоогоор) Судалгаанд оролцогчид дараах шалтгаанаар Бүргэдийн баярыг зорин ирдэг болохыг тодруулж харуулав (Зураг 5).



Зураг 5. Бүргэдийн баярыг зорин ирэх шалтгаан

Судалгаанд хамрагдсан оролцогчдын 67 хүн нь онгоцоор, 43 нь автомашин, 3 нь орон нутгийн автобус, 3 нь мотоцикл үлдсэн 5 нь бусад тээврийн хэрэгсэлээр ирсэн. Бусад гэдэгт морин аялал хийсэн аялагчид байсан ба Бүргэдийн баяраа үзээд Баян-Өлгий аймаг дотор аяласан аялагчидмашинаар аялсан гэсэн давхар сонголтыг бөглөсөн байв. Бүргэдийн баярыг үзэхээр ирээд судалгаанд хамрагдсан нийт оролцогчдын 97 хүн буюу 95,1% нь тус эвентээс гадна Монгол орны хаа нэг тийшээ аялсан гэсэн сонголтыг дугуйлсан байсан бол үлдсэн 5 нь зөвхөн Бүргэдийн баярыг зорин ирсэн байна. Энэхүү 97 хүний аялсан чиглэлийг үзүүлэв (Зураг 6).



Зураг 6. Судалгаанд оролцсон жуулчдын Монгол оронд аялсан чиглэл

Монголд аялахаар ирсэн жуулчдын аяллын зорилго ямар байсныг асуухад дараах байдлаар хариулав. Судлалач гэрэл зургийн аялал хамгийн өндөр байна хэмээн таамаглаж байсан боловч судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн дийлэнх нь танин мэдэхүйн аялал хийж буй жуулчид байлаа. Судалгаа авах үед зургийн аяллын жуулчдад судалгааг өгөхөд завгүй тул судалгаа бөглөх боломжгүй хэмээн хариулж байв. Бусад аялал гэдэгт оролцогчид морин аялал, мото аялал зэргийг дурдсан (Зураг 7).



Зураг 7. Судалгаанд оролцсон жуулчдын сонгосон аяллын төрлүүд

Бүргэдийн баярын мэдээллийн хүртээмжтэй байдлын талаарх сэтгэл ханамж: Судалгаа авсан жуулчдын 86% нь анх удаа, 73% нь тур оператор компаниар дамжин ирсэн жуулчид ба эндээс харахад аяллын компаниуд аялагчдаа мэдээллээр сайн хангасан бөгөөд анхлан ирж буй жуулчдын хувьд дийлэнх нь баярын ерөнхий уур амьсгал сайн байсан хэмээн дүгнэжээ. Бүргэдийн баяр ойлгомжгүй байсан хэмээн хариулт өгсөн хүмүүс “Бүргэдийн баярын хөтөлбөр ойлгомжгүй байсан, цагийн хуваарийн дагуу явагдаагүй, Англи хэл дээр тайлбарласан бол сайн байлаа” зэрэг сэтгэгдэл үлдээсэн. Түүнээс гадна авиа компаний үнэ өндөр, хүрэлцээ бага байсныг бие даан аялагчид дурдсан бол аяллын компаниар ирсэн аялагчид дараах хүндрэл гараагүй, компани зохицуулсан тул мэдэхгүй гэж хариулав. Мэдээллийн хүртээмжтэй байдлын

асуулт тус бүрт судалгаанд оролцогчдын хэдэн хувь нь яаж хариулсныг Хүснэгт 4-с харах боломжтой.

Хүснэгт 4. Мэдээллийн хүртээмжтэй байдлын талаарх сэтгэл ханамж (хувиар)

Асуултууд	Огт санал нийлэхгүй санал	Үгүй	Дунд зэрэг санал нийлнэ	Тийм	Маш сайн санал нийлнэ	Хариулаагүй
“Бүргэдийн баяр” эвэнтийн талаарх мэдээлэл хангалттай байсан	2	10	35	37	16	
“Бүргэдийн баяр” нь үзэгчдэд ойлгомжтой байсан	5	20	27	34	14	
“Бүргэдийн баяр” нь үзэгчдэд хүртээмжтэй байсан	0	6	35	41	18	
“Бүргэдийн баяр”-т ирэх дэд бүтэц сайн байсан	8	8	30	45	9	
Авиа компаний хүрэлцээ сайн байсан	2	7	20	42	24	6
Авиа компаний үнэ өндөр байсан	0	14	31	24	19	13
“Бүргэдийн баяр”-ын үеийн байршуулах хэрэгсэл хүртээмжтэй байсан	3	2	32	40	12	11
Нутгийн иргэд болон бүргэдчидтэй ойлголцоход хэлний бэрхшээл тулгарсан	4	19	36	26	14	
Нутгийн иргэдийн сайхан харилцаа гүнзгий сэтгэгдэл төрүүлсэн	0	1	9	31	59	
Казах ёс заншил ойроос үзэж мэдрэхэд таатай байсан	0	1	7	33	59	

Бүргэдийн баярын зохион байгуулалтын талаарх сэтгэгдэл: Бүргэдийн баярын зохион байгуулалт, хүртээмж, энтертайнмент үйл ажиллагааг судалгаанд оролцогчид сайн байсан гэж дүгнэсэн бол ариун цэврийн байгууламж, хог хаягдалтай холбоотой гомдол гаргасан. Учир нь аяллын компаниуд асар, гэр барьж жуулчдадаа өдрийн хоол, халуун цай, кофегоор үйлчлэхээс гадна өөрсдийн зөөврийн 00-г мөн шийдсэн байв. Бие даан аялагч, цөөн хүнтэй аялал мөн дотоодын аялагч, орон нутгийн иргэдэд орох 00 байгаагүй. Өмнөх жилүүдэд ашиглаж байсан нүхэн жорлонг хогийн цэг болгосон байв. Мөн эвэнтийн талбайд гарч буй хоолны газрууд нь ямар нэгэн эрүүл ахуйн шаардлага хангасан эсэх нь тодорхойгүй. Эвент зохион байгуулагчид хүний анхан шатны хэрэгцээг хангах нь зүйтэй гэж үзэж байна. Зохион байгуулалттай холбоотой 12 асуултад судалгаанд оролцогчид хэрхэн хариулсныг асуулт тус бүрээр Хүснэгт 5-д харуулав.

Хүснэгт 5. Зохион байгуулалтын талаарх сэтгэгдэл (хувиар)

Асуултууд	Огт санал нийлэхгүй санал	Үгүй	Дунд зэрэг санал нийлнэ	Тийм	Маш сайн санал нийлнэ	Хариулаагүй
Бүргэдийн баярын ерөнхий зохион байгуулалт таалагдсан	2	5	17	45	30	1
Бүргэдийн баярын хөтөлбөр, тэмцээн үзэгчдэд ойлгомжтой байсан	7	21	34	26	13	
Бүргэдийн баярын хүртээмж сайн байсан	1	16	23	51	24	1
Бүргэдийн баярын энтертайнмент үйл ажиллагаа сайн байсан		5	20	49	26	
Баярын үеэр бэлэг дурсгалын зүйлсийн сонголт сайн байсан		5	19	51	26	6
Баярын үеэр хоол ундааны үйлчилгээ хангалттай байсан		4	26	41	28	2
Баярын үеэр хоол ундааны амт чанар сайн байсан	1	9	31	28	28	3

Баярын үеэр хоол ундааны бүтээгдэхүүний үнэ өндөр байсан	1	8	30	31	27	3
Баярын талбай дахь ариун цэврийн байгууламж цэвэрхэн байсан	40	17	15	20	6	2
Баярын талбай дахь ариун цэврийн байгууламж хүртээмжтэй байсан	44	19	13	16	7	2
Баярын үеэр хог хаягдал бага байсан	6	8	29	28	27	2
Баярын үеэр гэрэл зураг авахад орчин сайн байсан		3	11	26	59	1

Үйлчилгээний салбарын сэтгэл ханамжийг тодорхойлох нь: Бүргэдийн баярын үеэр маш их ачаалалтай үед жуулчинд үйлчилж үзээгүй жолооч, туршлагагүй хөтөч нарыг сонгохоос аргагүй байдалд орох тохиолдол бий. Энэ жил жуулчид өмнөх жилүүдээс харьцангуй бага байсан тул үйлчилгээний доголдол, гэр бааз, нислэгийн хүрэлцээ асуудал үүсгээгүй гэж болно. Зарим томоохон компаниуд үйлчилгээ, хоол ундаан дээр гомдол гаргахгүйн тулд нүүдлийн гэр бааз барьж, УБ хотоос тогооч, жолооч зэргээ авчирсан байв. Судалгаанаас харахад үйлчилгээний салбарт ажилтнуудыг үнэлэх үнэлэмж ерөнхийдөө сайн бөгөөд судалгаанд хамрагдсан хүмүүс сэтгэл хангалуун байв. Бие даан аялагчид хөтөч, жолооч зэрэг үйлчилгээ аваагүй тул хариулаагүй. Үйлчилгээний сэтгэл ханамжийн үзүүлэлт тус бүрт оролцогчид хэдэн хувьтай хариулсныг Хүснэгт 6-д үзүүлэв.

Хүснэгт 6. Үйлчилгээний сэтгэл ханамжийн сэтгэгдэл (хувиар)

Асуултууд	Огт санал нийлэхгүй	Үгүй	Дунд зэрэг санал нийлнэ	Тийм	Маш сайн санал нийлнэ	Хариулаагүй
Үйлчилгээний ажилтнуудын харилцааны соёл сайн байсан	2	3	25	39	28	3
Үйлчилгээний ажилтнуудын мэргэжлийн ур чадвар сайн байсан		3	21	43	30	3
Үйлчилгээний ажилтнуудын үйлчилгээ сайн байсан		2	19	43	33	2
Аяллын компаний зохион байгуулалт сайн байсан		4	13	33	41	9
Аяллын хөтөч орчуулагч сайн ажилласан	1	4	10	37	40	8
Аяллын жолооч сайн ажилласан		2	10	35	47	6
Би өөрийн төлсөн мөнгөндөө хангалттай сайн үйлчилгээ авсан	1	2	16	37	40	4

“Бүргэдийн баяр”-ыг бусдад санал болгох эсэх: Бүргэдийн баяр үзэхийг бусдад санал болгох, бусдад эерэг зүйлсийн талаар ярих, өөрийн танил найз нөхдөө Бүргэдийн баярт ирэхийг зөвлөх (5-маш сайн санал нийлнэ гэж хариулсан) аялагчдын тоо судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 60 %-с дээш байв. Судалгаанд оролцогчид өөрийн биеэр бүргэдийн баярт дахин ирнэ гэдэгтээ итгэлгүй байсан ба харин 40-с дээш хувь нь дахин ирэхдээ Монголын өөр газраар аялна хэмээн хариулсан байна.

Тухайн зорих газартай хамааралтай байдал: Судалгаанд хамрагдсан аялагчдын 70 орчим хувь нь Бүргэдийн баярыг Баян-Өлгий аймагт хийх нь зөв сонголт гэж үзсэн бол Баян-Өлгий аймаг болон Бүргэдийн баярыг өөрийнхөө нэг хэсэг гэж мэдэрсэн жуулчдын тоо 40 %-д хүрэхгүй байгааг судалгаанаас харж болно.

Жинхэнэ байдал: Бүргэдийн баяр, бүргэдээр ан хийх зан үйл нь соёлын жинхэнэ байдалтай салшгүй холбоотой бөгөөд аялал жуулчлал хөгжихийн хэрээр уламжлал алдагдаж байгааг судлаачид нотолдог. Судалгаанд оролцогчид Бүргэдийн баяр болон орон нутгийн иргэдийн гар урлалын зүйлст 70-с дээш хувьтай сэтгэл хангалуун байгаагаа илэрхийлсэн.

Судалгааны хүчин зүйлийн шинжилгээ ба найдвартай байдал: Судалгааны үзүүлэлтэд фактор шинжилгээ хийхэд фактор лоадинг нь (factor loading) >0.588-аас их гарсан тул асуулт тус бүр хүчинтэй гэдгийг нотолж байна. Судалгааны түүврийн тоо хэмжээ нь тоон дүн шинжилгээ хийхэд хангалттай болох нь КМО and “Bartlett's test” -ээр батлагдсан. КМО статистик 0.5-0.7 дунд

зэрэг, 0.7-0.8 сайн, 0.8-0.9 маш сайн, 0.9-өөс дээш онцгой сайн байх бөгөөд энэ судалгааны статистик >0.672 буюу дунд зэрэг үзүүлэлттэй гарав. Судалгааны ажлын найдвартай байдлыг шалгадаг статистик Кронбах альфа коэффициент бөгөөд $0 \leq x \leq 1$ хооронд утгаа авах ба $0.5 \leq x$ байх нь ач холбогдолтой буюу судалгааны асуултуудын найдвартай байдлыг хангасан хамаарлыг илэрхийлдэг. Кронбах альфа коэффициент $0.684-0.877$ -ны хооронд $0.6 \leq x$ байх нь ач холбогдолтой буюу судалгаанд асуултуудын найдвартай байдлыг илэрхийлдэг (Nunnally, 1967). Судалгаанд хувьсагчийн Кронбах альфа коэффициент хувьсагч бүр ≥ 0.6 дээш гарсан ба судалгааны ажил найдвартай болсныг Хүснэгт 7-д харуулж байна.

Хүснэгт 7. Судалгааны найдвартай байдал

Судалгааны үзэл баримтлал	Судалгааны асуулга		КМО	Бартлеттийн тест	Кронбах альфа
Тухайн газартай хамааралтай байдал	8 асуултаар хэмжсэн		0.807	0.000	0.884
Жинхэнэ байдал	8 асуултаар хэмжсэн		0.873	0.000	0.890
Сэтгэл ханамж	Мэдээллийн хүртээмжийн сэтгэл ханамж	10 асуултаар хэмжсэн	0.625	0.000	0.705
	Зохион байгуулалттай холбоотой сэтгэл ханамж	12 асуултаар хэмжсэн	0.782	0.000	0.873
	Үйлчилгээний сэтгэл ханамж	7 асуултаар хэмжсэн	0.841	0.000	0.930

Статистик шинжилгээ: Энэ судалгаанд эвентийн тухайн газартай хамааралтай байдал, соёлын жинхэнэ байдал, эвентийн үйл ажиллагааг сонгон авч эдгээр нь жуулчны сэтгэл ханамжид хэрхэн нөлөөлж буйг судлав. Жуулчны сэтгэл ханамж дахин ирэх сэдэлд хэрхэн нөлөөлж буйг шугаман регрессийн шинжилгээгээр тогтоов.

Таамаглал 1, Таамаглал 2-г эвентийн имижийг тодорхойлох болон сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлс болох тухайн газартай хамааралтай байдал, жинхэнэ байдлыг бие даасан хувьсагч, жуулчны сэтгэл ханамжийг хамаарах хувьсагчаар авч хувьсагч тус бүрийн хоорондын хамаарлыг олон удаагийн регрессийн шинжилгээгээр шинжлэв. Тухайн газартай хамааралтай байдал нь $B = 0.274$, $p < 0.05$ буюу статистикийн хувьд ач холбогдолтой эерэг (+) нөлөөтэй; харин $t = 4.303$ байсан бөгөөд ± 1.96 байх хэмжээнээс их гарсан учир дэвшүүлсэн Таамаглал 1 батлагдав. Жинхэнэ байдлын бие даасан хувьсагч нь $B = 0.340$ буюу $p < 0.05$ эерэг (+) гарч статистикийн хувьд ач холбогдолтой тул Таамаглал 2 батлагдав.

Хүснэгт 8. Үл хамаарах болон хамаарах хувьсагч хоорондын регрессийн шинжилгээ

Судалгааны загвар	Стандарт алдаа		Регрессийн коэффициент	<i>t</i>	<i>P</i>	
	<i>B</i>	<i>S.D.</i>	<i>B</i>			
Үл хамаарах хувьсагч	Тухайн газартай хамааралтай байдал	.274	.064	.397	4.303	.000
	Жинхэнэ байдал	.340	.059	.504	5.799	.000

Хамаарах хувьсагч: Жуулчны сэтгэл ханамж

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.1$

Таамаглал 3 нь тухайн газартай хамааралтай байдал нь соёлын жинхэнэ байдалд эерэг нөлөө үзүүлэх ба тухайн газартай хамааралтай байдал нь $= 0.590$, $p < 0.05$ буюу статистикийн хувьд ач холбогдолтой эерэг (+) нөлөөтэй; харин $t = 7.012$ байсан бөгөөд ± 1.96 байх хэмжээнээс их гарсан учир дэвшүүлсэн Таамаглал 3 батлагдаж соёлын жинхэнэ байдалд тухайн газар орны хамаарал нөлөөтэй нь батлав.

Хүснэгт 9. Тухайн газартай хамааралтай ба жинхэнэ байдал хоорондын регрессийн шинжилгээ

Судалгааны загвар		Стандарт алдаа		Регрессийн коэффициент	t	P
		B	S.D.	B		
Үл хамаарах хувьсагч	Тухайн газартай хамааралтай байдал	.590	.084	.576	7.012	.000
Хамаарах хувьсагч: Жинхэнэ байдал						

***p<0.01; **p<0.05; *p< 0.1

Таамаглал 4 дэх жуулчны сэтгэл ханамж нь мэдээллийн хүртээмжтэй байдал, зохион байгуулалт болон үйлчилгээний сэтгэл ханамжийн хувьсагчуудыг агуулсан ба нийтэд нь болон тус тусад нь жуулчны дахин ирэх сэдэлд нөлөөлөх нөлөөллийг шинжлэв. Дээрх хувьсагч тус бүр дээр хийсэн шинжилгээгээр мэдээллийн хүртээмжтэй байдлын сэтгэл ханамж нь дахин ирэх сэдэлд нөлөөлөх нь $B = 0.498$, $p < 0.05$ буюу статистикийн хувьд ач холбогдолтой эерэг (+) нөлөөтэй; харин $t = 4.059$ байсан бөгөөд ± 1.96 байх хэмжээнээс их гарсан. Зохион байгуулалтын сэтгэл ханамжийн хувьсагч нь $B = 0.379$ буюу $p < 0.05$ эерэг (+) гарч статистикийн хувьд ач холбогдолтой. Үйлчилгээний сэтгэл ханамж $B = 0.311$, $p < 0.05$ буюу статистикийн хувьд ач холбогдолтой эерэг (+) нөлөөтэй; харин $t = 3.704$ байсан бөгөөд ± 1.96 байх хэмжээнээс их гарсан тул сэтгэл ханамжийг илэрхийлэх 3 хувьсагч бүр ач холбогдолтой байгаа нь батлагдаж байна. (Хүснэгт 10)

Хүснэгт 10. Үл хамаарах болон хамаарах хувьсагч хоорондын регрессийн шинжилгээ

Судалгааны загвар		Стандарт алдаа		Регрессийн коэффициент	t	P
		B	S.D.	B		
Үл хамаарах хувьсагч	Мэдээллийн хүртээмжийн сэтгэл ханамж	.495	.122	.378	4.059	.000
	Зохион байгуулалтын сэтгэл ханамж	.379	.092	.383	4.121	.000
	Үйлчилгээний сэтгэл ханамж	.311	.084	.350	3.704	.000
Хамаарах хувьсагч: Дахин ирэх сэдэл						

***p<0.01; **p<0.05; *p< 0.1

Судалгааны хэлэлцүүлэг

Хязгаарлагч хүчин зүйлс: Жил бүрийн Бүргэдийн баяр нь салхитай, цаг агаар хүйтэн байдаг. Судалгаанд хамрагдагсдын ая тухтай байдлыг хангах үүднээс асар засч, судалгаа өгсөн жуулчдад халуун уух зүйлсээр үнэгүй үйлчлэв. Судалгаа авах үед дараах хүндрэл, бэрхшээл тулгарав.

- Энэ удаагийн судалгааг авах хүн хүчгүйн (2 хүн) улмаас урьдчлан аялал жуулчлалын компаниудтай холбогдоход тус эвентэд жуулчин өгөхөө больсон эсвэл жуулчингүй гэсэн хариу өгч байв.
- Тур оператор компаниудын хөтөч тайлбарлагч нарт жуулчдын тоогоор асуулгыг тараасан ч жуулчид нь бөглөх боломжгүй, судалгааны цаасыг хаяж үрэгдүүлсэн зэрэг асуудал тулгарсан.
- Баярын эхний өдөр цаг агаар -5 хэмийн хүйтэн, цастай байв.
- Эхний өдөр зарим жуулчид арга хэмжээг бүрэн үзээгүй учир судалгааг гүйцэд бөглөх боломжгүй хэмээн бөглөхөөс татгалзсан.
- Эхний өдрийн оройн тоглолт аймгийн хөгжимт драмын театрт 1 цаг 30 минут хоцорч эхэлсэн. Энэ үеэр үлдээсэн асуулгыг маргааш нь асар дээр авчирч өгөөгүй.
- Энэ удаагийн баярт ОХУ-с нэлээдгүй жуулчид ирсэн ба энэхүү судалгааг орос хэл дээр орчуулаагүй учир англи хэлтэй нэг хүнээс судалгаа авсан нь учир дутагдалтай болсон гэж үзэж байна.
- Гэр бүлийн хүмүүсийн нэг нь бөглөхөд хангалттай гэж үзэн зарим хүмүүс татгалзав.

- Эцэст нь Өлгий хот дахь үйлчилгээ, байршуулах хэрэгслийн дутмаг байдлаас болж аяллын компаниуд өөрсдийн түр баазыг голын эрэг дагуулан барьсан байв. Эдгээр баазыг олоход хүндрэлтэй тул эдгээр байршуулах хэрэгслүүдээр явж судалгаа авч чадаагүй.

Цаашдын шийдэл: Бүргэдийн баярын зохион байгуулагч нарын зүгээс оролцогч бүргэдчидтэй үл ойлголцол үүссэн тухай судалгаанд хамрагдаж буй жуулчид ам дамжин ярьж байсан бөгөөд энэ нь тус баярын имижид сөргөөр нөлөөлөх вий хэмээн судлаачийн хувьд үзэж байна. Судалгааны асуулга дотор бүргэдийн баяр үзсэн сэтгэгдлээ хуваалцах асуулт байсан ба дээрх хариултуудыг багцлан зохион байгуулагч нарт дараах санал зөвлөмжийг хүргүүлж байна. Үүнд:

- Ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмж, цэвэр байдал хамгийн муу буюу энэ жил огт жорлон бариагүй нь гомдол дагуулсан. Ирэх жуулчдын тоог урьдчилж тооцоолон хүрэлцэхүйц 00-г байгаль орчинд ээлтэй байдлаар шийдэх.
- Бүргэдийн баярын нээлтээс гадна зарим нэг тэмцээний өмнө тухайн тэмцээний утга учир, түүхээс англи хэл дээр танилцуулга хийх
- Хөтөлбөрийн дагуу үйл ажиллагааг явуулах тал дээр анхаарах ба хугацаа хоцрох бол зарлаж мэдэгдэх /Зарим жуулчид үйл ажиллагаанаасаа хоцроод хөтөч нараа загнах, гомдол гаргах зэрэг асуудал үүсдэг/
- Бие даан аялагч нарын ая тухтай байдал, мэдээллийн хүртээмжтэй байдлыг хангах тал дээр анхаарах
- Жуулчид болон бүргэдчдээс ирдэг гомдол бол дрон юм. Дрон нисгэх нь бүргэд бүргэдчний гар дээр буухгүй байх, бусад зурагчдын зураг авалтад саад болох, кызжуар буюу хүүхэн хөөх болон бусад тэмцээний үеэр морь үргэж мориноосоо унах зэрэг эрсдэлтэй тул хязгаарлалт хийх
- Бүх бүргэдчид үндэсний хувцсаа иж бүрэн өмсөх нь жуулчдад хамгийн таатай мэдрэмж төрүүлсэн байна.
- Англи хэлтэй сайн дурын ажилтнуудыг олноор ажиллуулж жуулчдад туслалцуулах
- Сэтгэл ханамжийн судалгааг давтамжтайгаар авах

Энэ удаагийн судалгааг зөвхөн олон улсын жуулчдын сэтгэл ханамжид тулгуурлан эвентийн үндсэн имижийг тодорхойлох зорилготой байсан. Асуулга судалгаа хийхээс өмнө аяллын компаний менежер болон захирлуудтай албан бус яриаг утсаар хийсэн ба ихэнх байгууллагууд 10 дугаар сарын Бүргэдийн баярт жуулчин өгөх сонирхолгүй болсон хэмээн шалтгаануудаа хэлсэн, түүнчлэн баярт оролцож буй бүргэдчид сэтгэл ханамжгүй байгаа талаар хоёрдогч эх сурвалжууд ярьж буй нь цашид энэ сэдвийг оролцогч бүрийн зүгээс гүнзгий судлах шаардлагатайг харуулж байна. Бүргэдчид, дотоод гадаадын жуулчид, зохион байгуулагч, аймгийн БОАЖГ, тур оператор, ТББ-ууд тус бүрээс тоон болон чанарын судалгаа аван нэгтгэж, эвент арга хэмжээний цогц загвар боловсруулах хэрэгтэй гэж үзэж байна.

Дүгнэлт

Жуулчны сэтгэл ханамж, тухайн оронд дахин ирэх, бусдад санал болгохыг судлах нь эвентийн чанарыг сайжруулж, давтан ирэх жуулчдын тоог нэмэгдүүлэх маркетингийн ач холбогдолтой. Энэхүү судалгаа нь эвентийн имижийг тодорхойлогч тухайн газар нутагтай хамааралтай байдал болон жинхэнэ байдал нь сэтгэл ханамжид нөлөөлж буйг болон сэтгэл ханамж, дахин ирэх сэдлийн харилцан хамаарал хэрхэн өөрчлөгдөж буйг шинжлэх зорилгоор хийгдсэн. Тухайн газрын хамааралтай байдал нь жинхэнэ байдалтай шууд хамааралтай болохыг судалсан ба судалгааны үр дүнгээс дараах дүгнэлтүүд гарав.

Судалгаанд хамрагдсан 102 хүний 86% нь анх удаа ирж байгаа жуулчид байсан ба анх ирж буй жуулчдад тус баяр нь онцгой, сэтгэл хөдөлгөм байж чадсан. Судалгаанаас харахад Бүргэдийн баярыг сонирхон ирэх жуулчдын тоо ойрын хугацаанд буурахгүй ч зохион байгуулалт, агуулгын хувьд шинэчлэн сайжруулахад жуулчдын дахин ирэх сэдэл болон бусдад санал болгох сэдэлд эерэгээр нөлөөлж чадна гэж үзэж байна.

Тухайн газартай хамааралтай байдал нь жуулчны сэтгэл ханамжид шууд нөлөө үзүүлдэг (T1) бөгөөд Баян-Өлгий аймагт бүргэдийн баярыг үзэх нь тухайн жуулчны сэтгэл ханамжид эерэгээр нөлөөлдөг таамаглал дэмжигдлээ. Соёлын жинхэнэ байдал нь жуулчны сэтгэл ханамжид эерэгээр нөлөөлдөг (T2) бөгөөд жуулчдад зориулсан эвент хийх нь эвентийн имиж болон жуулчны сэтгэл ханамжид сөргөөр нөлөөлдгийг баталж байна. Мөн аялал жуулчлал ихээр хөгжсөнөөр Бүргэдийн баяр нь соёлын жинхэнэ байдалд аюул учруулах магадлалтай тул соёлын

өвийг хамгаалах хуультай холбогдуулан хадгалж хамгаалах нь чухал.

Мэдээллийн хүртээмжтэй байдал, зохион байгуулалтын чанар, үйлчилгээний чанар нь сэтгэл ханамжийн үндсэн бүрэлдэхүүн хэсэг болж буй бөгөөд сэтгэл ханамж нь жуулчдын дахин ирэх сэдэлд шууд нөлөөтэй (Т4). Судалгаанд оролцогчдын 72,5% нь аялал жуулчлалын компаниар ирсэн учир дэд бүтцийн хүрэлцээ, онгоцны үнийн талаар мэдэхгүй гэж хариулж байсан бөгөөд бие даан аялах аялагчдын хувьд нислэг өндөр, хүрэлцээ муу байсан талаар дурдав. Тиймээс бие даан аялах аялагч, хувиараа аялах аялагчдын боломжийг хангаж мэдээллийг нээлттэй байлгах нь чухал байна.

Зохион байгуулалтын хувьд ариун цэврийн байгууламжид (нийтийн 00 байгаагүй) жуулчид сэтгэл дундуур байсан бөгөөд нээлтээс бусад арга хэмжээ англи хэлээр явахгүй байгаа нь ойлгомжгүй байдал үүсгэж, цагтаа эхлэхгүй байгаа нь хүндрэл учруулсан тул зохион байгуулагч нар анхааралдаа авч цаг хугацааг баримталж, хог хаягдалын менежмент, ариун цэврийн байгууламж, хоол ундааны үйлчилгээг цогцоор нь шийдэх хэрэгтэй.

Үйлчилгээний ажилтнуудын хувьд сэтгэл ханамжтай байсан бөгөөд аялал жуулчлалын компаниуд хотоос өөрсдийн түр бааз, тогооч, үйлчилгээний ажилтнуудтай ирсэн нь сэтгэл ханамжид эерэгээр нөлөөлсөн байх магадлалтай.

Анх удаа ирж байгаа жуулчдын хувьд эвентийн сэтгэл ханамж тун өндөр байсан ба 3 ба түүнээс дээш ирсэн жуулчдын хувьд Бүргэдийн баяр нь соёлын арга хэмжээнээс илүү тэмцээн шиг сэтгэгдэл төрүүлсэн байна. Тиймээс давтан ирж буй жуулчдын оролцоог нэмэгдүүлэх, сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэхэд бодлого гаргах.

Киргизстан улс бүс нутгийн хэмжээнд Нүүдэлчдийн соёлын наадмыг 2 жил тутамд зохион байгуулж буй бөгөөд хамгийн өргөн цар хүрээтэй наадам болсон. Тус эвент нь бүс нутгийн зах зээлийнхээ 92,49 хувийг эзэлдэг ба (БОАЖЯ, 2022) 70,000 орчим үзэгч ирж сонирхжээ (WHO, 2018). Тиймээс аялал жуулчлалын салбарт хамгийн олон гадаадын жуулчин хүлээн авдаг том эвентийн хувьд эвентийн жишиг схем, зохион байгуулалтын хэв маягийг бий болгох нь дараагийн эвентүүдэд үлгэр жишээ болох практик ач холбогдолтой. Цаашид гүнзгийрүүлэн судалж, судалгааг жил бүр нарийвчлан хийх, оролцогч талуудын сэтгэл ханамжийг судлан бүх талыг сэтгэл ханамжтай байлгах цогц эвент менежментийг боловсруулах зайлшгүй шаардлагатай гэж харж байна.

Хавсралт

Шувуучлахуйн өв соёл- Шувуучлахуйн өв соёлд дан ганц казахын бүргэдээр ан хийх соёл гэлтгүй харцага, шонхор шувуугаар ан хийх өв уламжлал орох ба 4000 гаруй жилийн түүхтэй энэхүү соёл Монгол оронд XVII зуунаас орхигдсон. Мартагдсан соёлыг сэргээхийн тулд АНЭУ-ын санаачилгаар 2010 онд шувуучлахуйг ЮНЕСКО-гийн өвд бүртгүүлсэн (24 улсын хамт). Олон нийтэд таниулах ажлыг хийснээр шувуучлахуйн соёл эргэн сэргэж, өв тээгч залуусын тоо нэмэгдэж байна. Бүргэдийг бөгжлөх, бүргэдчдийг бүртгэлжүүлэх ажлыг хийснээр цармын бүргэдээр ан хийх өв тээгч болон бизнесийн зорилгоор ашиглаж байгаа бүргэдчин нэртэй хүмүүсийг ялгах, цармын бүргэдийг бүртгэлжүүлэх, хамгаалал, зүйлийн хяналт, бүргэдийн тоо толгойд нөлөөлөхгүйгээр тогтвортой ашиглалтын талаар судалгаа хийгдэж өв соёл, байгаль хамгааллыг хослуулан ирээдүйг харсан зөв менежмент хийгдэх юм (Зэрлэг амьтан судлах хамгаалах төв, 2022).

Бүргэдийн баярын түүх- 2000 оны 10 дугаар сарын 7,8-ны өдрүүдэд Бугат сумын Саят (Чандмань) толгойд анх З.Казбек, Х.Еделхан, С.Медеухан, Ж.Урубшуров нар санаачлан Бүргэдийн баярыг зохион байгуулж чуулган хийн “Монголын Бүргэдчид Холбоо” ТББ-г байгуулсан. Анхны тэмцээнд 67 бүргэдчин оролцжээ (Монголын Бүргэдчид Холбоо, 2022).

Х сард цаг агаар тааламжтай биш хэдий ч хугацааны хувьд IX-X дугаар сард хийдэг нь

1. Бүргэд нисэх тохиромжтой хугацаа
2. Бүргэдчдийн мал аж ахуй зэрэг хувийн ажил нь энэ үеэс багасдаг
3. Аялал жуулчлалын улирлыг уртасгах зэрэг шалтгаантай.

Баян-Өлгий аймагт дараах бүргэдийн баярууд болдог (Хүснэгт 11).

Хүснэгт 11. Баян-Өлгий аймагт тогтмол зохион байгуулагдаж буй Бүргэдийн баяр

№	Бүргэдийн баяр	Хэзээ	Хаана
1	Хансонар	IX сар	Сагсай сум
2	“Altai Nomad Games” Бүргэдийн баяр	IX сар 2 дахь 7 хоног	Алтай сум
3	Алтай Бүргэдийн баяр	IX сар 2 дахь 7 хоног	Толбо нуур
4	Сагсай Бүргэдийн баяр	IX сарын 17,18	Сагсай сум
5	Бүргэдийн баяр	IX сар	Улаанхус сум
6	Бүргэдийн баяр	X сар эхний 7 хоног	

Эх сурвалж: Мөнхжаргал, Ууганбаяр, 2022

X сарын бүргэдийн баяр хамгийн том нь бөгөөд дунджаар 1000 гаруй гаднын жуулчин, 3000 гаруй дотоодын иргэд ирдэг гэсэн судалгаа бий (БОАЖГ, 2022).

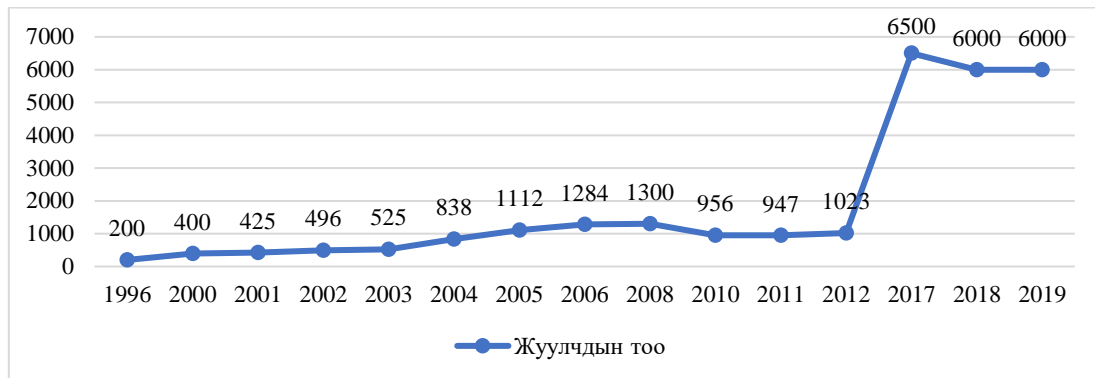
Хүснэгт 12. Бүргэдийн баяр эвент арга хэмжээнд оролцсон гадаад, дотоод аялагчид (Баян-Өлгий аймгийн БОАЖГ, 2022)

№	Бүргэдийн баяр	Гадаад	Дотоод
1	Бүргэдийн баяр-2018	1350	1720
2	Бүргэдийн баяр-2019	1810	2430
3	Бүргэдийн баяр-2020	18	720
4	Бүргэдийн баяр-2021	11	965
5	Бүргэдийн баяр-2022	250	1000

2016 онд МАЖХ-ны “Шилдэг Эвент” арга хэмжээгээр шалгарсан. Израйлийн гэрэл зурагчин А.Свединскигийн авсан бүргэдчин охины зураг Английн ВВС-гийн дуранд өртөж, найруулагч Отто Беллийн найруулсан “Бүргэдчин охин” баримтат кино 2016 онд гарч ВАФТА-гийн “Шилдэг кино”-гоор шалгарсан нь тэр даруй 855000 хүнд хүрсэн. Тус киноны хүчээр “Бүргэдийн баяр” түүхэндээ 1000 давсан гадаад жуулчдыг татах болсон (Ч.Буянбадрах, 2020).

Холбоо- Бүргэдийн баяр зохион байгуулах, бүргэдчдийн эрх ашгийг хамгаалах, сургалт судалгаа хийх зорилготой Монголын Бүргэдчид Холбоо болон Казах Шувуулахуйн холбоо гэсэн 2 холбоотой. Монголын Шувуулахуй Холбоотой нягт хамтран ажиллаж туршлага солилцдог.

Бүргэдчдийн тоо 2021 оны байдлаар Баян-Өлгий аймгийн 10 суманд 400 гаруй бүргэдчин байна гэсэн судалгаа бий (БОАЖЯ, 2022). Харин Зэрлэг амьтан судлах, хамгаалах нийгэмлэгийн судалгааны 2022 оны 11 сарын дүнгээр 220 орчим бүргэдчин байна. Бодит байдал болон холбогдох яам тамгын газруудад буй тоо 2 хэт зөрүүтэй байгаа нь “Бүргэдчин” хэмээх нэр томъёонд ямар хүнийг хамруулахыг зааж өгөх шаардлагатай байгааг илтгэнэ. “Бүргэдчин охин” баримтат киноны дараагаас эмэгтэй бүргэдчдийн тоо нэмэгдсэн. Одоогоор 7 бүргэдчин охин байна. Антропологич У.Эрдэнэбаярын “Монголын шувуулахуй” номонд Монголчууд зөвхөн харцага, шонхор гэлтгүй бүргэдээр ан хийж байсан судалгааг дурдсан байдагтай холбогдуулан Монгол залуус бүргэдээр ан хийх соёлоос суралцах нь ихэсч байна. Баян-Өлгий аймгийн хэмжээнд Сагсай, Улаанхус, Алтай, Алтанцөгц, Бугат, Дэлүүн, Ногооннуур, Өлгий, Толбо, Цэнгэл сумдад бүргэдчид тархсан ба Бүргэдийн баярт дунджаар 100-120 бүргэдчин оролцдог.



Зураг 8. Баян-Өлгий аймагт ирсэн гадаад жуулчдын тоо (Баян-Өлгий аймгийн БОАЖГ, 2020)

Номзүй

1. БОАЖГ. (2022). *Бүргэдийн баярын тайлан*. Баян-Өлгий аймаг.
2. БОАЖЯ. (2022). *Монгол Улсын Аялал Жуулчлал Эвентийн Стратеги Төлөвлөгөө, Бүтээгдэхүүн Хөгжлийн Дүн Шинжилгээ, Зөвлөмж*. УБ хот: БОАЖЯ, Экспортыг дэмжих төсөл.
3. БОАЖЯ. (2022, 03 13). *Монцамэ*. Retrieved from <https://montsame.mn/mn/read/291985>
4. Гайхамшигт Говь АЖХ. (2020). Тэмээний баярын үүсэл хөгжил. *Жим Аялын Хөтөч сэтгүүл*, 12.
5. Зэрлэг амьтан судлах хамгаалах төв. (2022). *Цармын Бүргэдийн судалгаа*. Улаанбаатар.
6. Минжинсор. (2022). *Орон Нутгийн Эвент Үзэгчдийн Сэтгэл Ханамж*. Улаанбаатар хот: МУИС.
7. Монголын Бүргэдчид Холбоо. (2022). *Бүргэдийн баярын түүх*. Улаанбаатар.
8. Нямбаяр. (2022). *Бүргэдийн баярын тухай*. Улаанбаатар.
9. ҮСХ. (2019). *Үндэсний Статистикийн хорооны тайлан*. Улаанбаатар хот: ҮСХ.
10. Ч.Буянбадрах. (2020). *Facebook*.
11. Bowdin et al. (2006). *Event management* (2nd ed.). London & New York: Routledge Taylor and Francis Group.
12. Boytos et al. (2017). The underdog advantage in creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 26, 96-101.
13. Choong-Ki Lee, M. S. (2020). The roles of cultural worldview and authenticity in tourists' decision-making process in a heritage tourism destination using a model of goal-directed behavior. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100500.
14. George Ariya, C. S. (2020). An Evaluation of Wildlife Tourism Destinations' Attributes, Overall Satisfaction and Revisit Intentions: A Tourist Guides' Perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(6), 1220-1237.
15. Getz 2010. (2015). Attendee satisfaction in festival activity: Innibos National Arts Festival. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 4*, 4(1).
16. Getz, Andersson & Carlsen. (2010;).
17. Getz, Andersson & Carlsen, 2010; Esu & Arrey, 2009. (2014). Attendee satisfaction in festival activity: Innibos National Art Festival. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Vol. 4* (1).
18. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
19. Gursoy, Kim and Uysal, 2003. (2014). *Attendee satisfaction in festival activity: Innibos National*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure.
20. IpKin Antony Wong(PhD), Junhua Mac, Xiling Xionga. (2020). Touristic experience at a nomadic sporting event: Craving cultural connection, sacredness, authenticity, and nostalgia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 70-78.
21. Jieyi Li, L. P. (2021). Cultural involvement and attitudes toward tourism: Examining serial mediation effects of residents' spiritual wellbeing and place attachment. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100601.

22. Mina Najafi and Mustafa Kamal M.S. (2012). The concept of place attachment in environmental psychology. *Sustainable Architecture*, 45, 7637-7641.
23. Molinillo and Japutra, 2015; Richards, 2002. (2015). Factors influencing domestic tourist attendance at cultural attractions in Andalusia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 456-464.
24. Sérgio Jesus Teixeira, J. J.-L. (2019). Tourist events and satisfaction: a product of regional tourism competitiveness. *Tourism Review*, 74(4).
25. Soma, Sukhee. (2014). Altai Kazakh falconry as 'heritage tourism': the Golden Eagle Festivals of Western Mongolia. *International Journal of Intangible Heritage*, Vol.9 .
26. VMR. (2022). *Events Industry Market Size And Forecast*. Jersey: Verified Market Research. Retrieved from Verified Market Research: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/events-industry-market/>
27. WHO. (2018). *Smoke-Free Iii World Nomad Games, 2018: Kyrgyzstan's Experience*. Kyrgyzstan: World Health Organization.
28. Xueyan Even Xu, Truc H. Le, Anna Kwek, Ying Wang. (2022). Exploring cultural tourist towns: Does authenticity matter. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100935.
29. Y. Ram, P. B. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions . *Tourism Management*, 52, 110-122.