

지역축제의 경제적 파급효과에 대한 비판적 고찰*

김 상 호**

본 연구는 광주·전남 지역의 투입산출표를 작성하고 이를 근거로 지역 관광산업의 특성을 살펴보고 이 지역의 대표적인 축제인 광주 비엔날레와 함평나비축제의 경제적 파급효과를 분석한다. 먼저 산업분석 결과, 관광산업의 전후방 산업연관효과는 제조업보다 낮으나 그 고용과 소득효과는 다른 산업에 비해 높은 것으로 나타났다. 따라서 관광산업의 지역경제에 미치는 효과는 고용과 소득창출 효과로부터 찾을 수 있었다. 한편 광주 비엔날레와 함평나비축제의 경제적 파급효과를 살펴본 결과, 이들 두 축제의 경제적 파급효과의 일반적인 특성은 첫째, 축제의 경제적 파급효과는 대부분 서비스산업에 한정된 것으로 제조업을 비롯한 다른 산업에 대한 파급효과는 매우 제한적이었다. 둘째, 이러한 파급효과는 축제 지출비용의 약 1.5배에 이르는 산출효과를 가지고 있는 것으로 추정되었다. 셋째, 축제로 인한 고용과 소득창출은 축제 기간에 한정된 일시적인 것으로 판단된다. 마지막으로 본 연구는 지역축제의 제한적인 경제적 효과에도 불구하고 축제가 과잉 공급을 이유로 정치경제학적으로 설명하고 축제가 지역에 과잉 공급되고 있는 정치경제적인 이유를 제시하였다. 이러한 축제의 과잉공급으로 인한 재화의 낭비를 막기 위해 본 연구는 축제의 평가시스템이 보다 엄밀하게 시행되어야 함을 지적하고 있다. 특히 축제 방문객의 추정에 정확성을 기할 수 있는 방법이 강구되어야 할 것이다.

주제어: 지역축제, 관광산업, 광주비엔날레, 함평나비축제, 투입산출표

I. 서 론

관광과 문화에 대한 지역사회의 관심이 지대하다. 경제발전에 따른 소득증대와 주 5일제 근무의 실현에 따른 여가시간의 확대가 관광 수요를 견인하고 있다. 축제나 문화행사를 통해 외래 관광객을 지역에 유인함으로써 관광수입을 확대시키려는 자치단체의 희망이 각종 문화행사의 공급을 뒷받침하고 있다. 튼튼한 수요와 공급 요인이 문화행사 시장에 존재하고 있는 셈이다.

그 결과 지역에 각종 문화 행사와 축제가 없는 날이 없는 실정이다. 광주·전남도 예외는 아니다. 매년 광주에서 개최되고 있는 축제는 11개 정도이며, 전남에서는 매년 33~35개 정도 열리고 있다.

* 본 연구는 2004년 12월 전남대 지역개발연구소에서 개최하는 제11회 광주·전남 지역발전포럼에 발표한 논문을 수정한 것임.

** 호남대학교 관광경영대학 교수, Tel: 062-940-5394(연구실), 062-372-6277(자택) Fax: 062-940-5116, E-mail: shkim@honam.ac.kr

축제는 외래 관광객을 역내에 유입시킴으로써 관광수입의 상승을 가져온다는 경제적인 이유로 정당화되고 있다. 그리고 지역의 위상제고와 문화예술에 대한 수요 충족을 가져오는 등 비경제적인 이유도 그 정당화를 위해 주장되고 있다.

그러나 이러한 축제를 지원하기 위한 광주·전남 지역의 예산도 상당할 것으로 예상된다. 예를 들면 광주광역시 시에서 직접 주관하는 광주비엔날레에 100억원, 2004 광주국제 Pre-디자인 비엔날레 개최에 15억원, 그리고 2004 광주 국제영화제 개최에 13억원의 예산을 계획했던 것으로 나타났다.¹⁾ 실제 각 구에서 시행한 각종 축제에 대한 예산을 모두 합한다면 축제에 소요되는 전체 예산은 상당할 것으로 추정된다. 동구문화축제에 구비 2억원이 소요²⁾된 것을 평균으로 어렵잡아 전체 9개 정도의 축제에 18억원 정도를 지출한 것으로 추정할 수 있다. 이를 광주시 자체 축제인 김치축제와 비엔날레 등에 대한 지출 128억원과 합할 경우 광주시에서 축제에 소비한 총비용은 연간 약 150억원 정도로 어렵해볼 수 있을 것이다. 전남의 경우도 축제의 수를 생각할 때 그 규모는 작지 않을 것으로 추측된다.

그렇다면 이러한 예산을 들여 기획하고 개최되고 있는 축제의 경제적인 파급효과와 과연 어느 정도나 될까. 이러한 관점에서 본 연구는 먼저 지역 투입-산출모형을 분석함으로써 광주·전남 관광산업의 특성을 살펴본다. 이 지역의 관광산업의 산업연관성과 경제적 승수효과의 특징을 다른 산업과 비교·고찰할 것이다. 관광산업의 특성에 대한 분석은 각종 문화행사나 축제의 경제적인 의미를 폭 넓게 파악할 수 있게 할 것이다. 나아가 본 연구는 광주·전남의 대표적인 두 축제인 광주비엔날레와 함평나비축제를 예로 들어 지역축제의 경제적 파급효과를 살펴볼 것이다. 그리고 이 두 축제에 대한 분석을 근거로 축제의 경제적 효과의 일반적인 특성을 살펴볼 것이다. 마지막으로 본 연구는 지역축제가 그 제한적인 경제적 효과에도 불구하고 과잉 공급되고 있는 정치경제학적 이유를 살펴본다.

축제가 자치단체별로 성행하고 있는 현실에서 지역축제가 어느 정도의 경제적 효과를 가져 올 것인가를 살펴보는 것은 축제 개최에 소요되는 막대한 경제적인 비용을 고려할 경우 큰 의미가 있다고 할 것이다.³⁾ 이 점에서 지역축제의 경제적

1) 이는 2003년 투자예산 심사 결과에 자료에 따른 것으로 실제 집행 예산과 차이가 있을 것이다(광주광역시, 2003).

2) 이는 동구청 예산상황의 주요사업조사에 근거함(<http://www.donggu.gwangju.or.kr/>).

3) 지역축제는 방문객들의 여행비용 지출을 통한 지역경제 활성화의 수단으로 인식되어 왔으며, 많은 연구들이 이러한 이유로 지역축제의 경제적 파급효과를 다루었다(예컨대, 김

의미를 조망하는 본 연구는 지방정부의 예산집행의 효율성 제고에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 본 연구는 향후 축제를 비롯한 각종 문화행사가 경제적 효과에 근거하여 실행되어야 함을 제안한다.

본 연구는 축제와 직접적으로 관련된 경제적 효과를 분석하는데 그 범위를 국한시키고 있다. 따라서 축제와 더불어 발생할 간접적인 다양한 관광·사회·문화적 효과는 다루고 있지 않음을 밝혀둔다. 축제가 지역경제에 가져올 경제적인 총 효과는 본 연구에서 분석할 경제적인 파급효과에 그치기보다는 이 문화행사가 지역의 성장잠재력에 영향을 미침으로써 더욱 동태적이고 광범위하게 나타날 것이다. 그러나 본 연구는 경제적인 파급효과를 예측하는 실증적인 분석에 제한된다.

본 연구의 관광산업의 산업연관 분석과 축제의 경제적 파급효과 분석은 광주·전남의 지역 투입-산출모형에 근거하고 있다. 지역산업연관 모형을 작성하는 방법으로는 실제조사를 통한 직접적인 방법과 전국 산업연관표를 이용하는 간접적인 방법이 있다. 간접적인 방법으로는 가중치조정법(Shen, 1960), 입지상접근법(Isard, 1960), 수요·공급접근법(Schaffer와 Chu, 1969), 지역구입계수법(Stevens와 Treyz, 1983) 등 다양한 방법이 존재한다. 우리나라의 경우에도 많은 지역 산업연관모형을 이용한 연구가 행해졌다(예컨대, 이춘근, 1994; 전남발전연구원, 1993; 김호언, 1999; 김태명·권혁일, 2000).⁴⁾ 광주의 경우 임종인(1996)은 전국 투입산출표를 입지상법과 중력모형을 이용한 부분조사 방법을 통해 1993년 투입산출표를 작성하였다.

본 연구는 다음과 같이 구성된다. 제 2장에서는 입지상계수법을 사용하여 작성한 광주·전남의 산업연관모형을 통해 지역 관광산업의 경제적 특성을 분석하며, 제 3장에서는 광주비엔날레와 함평나비축제의 경제적인 파급효과를 제시하고, 이를 통해 축제의 경제적 파급효과의 특성을 살펴본다. 제 4장에서는 지역축제가 과잉 공급되는 정치경제학적인 이유를 살펴본다. 그리고 마지막 장에서는 결론을 제시한다.

규호·김사현, 1998; 오순환, 1999; 최승업, 1997).

4) 투입-산출 모형은 지역경제의 각종 개발, 건설, 환경규제 및 관광사업의 경제적 효과를 분석하는 데 광범위하게 사용되고 있다(예컨대, 이성근·이춘근, 1995). 이에 관한 국내의 연구동향에 관해서 김태명·권혁일(2000)을 참조할 것.

II. 광주·전남 투입산출모형에 근거한 관광산업의 특성

1. 투입산출 특성

광주·전남의 관광산업의 특성을 파악하기 위해 두 지역의 투입계수표를 살펴 본다. 광주·전남 두 지역의 투입계수표는 지역별 입지상계수를 사용하여 전국 투입계수표를 수정·작성한 김상호(2004a)와 김상호(2004b)를 이용한다. 그리고 전국 투입계수표는 2004년 한국은행에서 발간한 『2000년 산업연관표』에 수록된 전국 투입계수표 중 국산 투입계수표를 이용하여 작성되었다.⁵⁾ 광주·전남 지역 28개 산업의 입지상계수를 비롯한 산업별 투입산출 모형의 특성이 <표 1>에 제시되어 있다.

한국은행 77개 산업 중분류에 따르면 관광산업은 도소매(63), 음식점·숙박(64) 운수·통신(66) 및 문화오락서비스(73) 등을 포함하고 있다(한국관광연구원, 1997; 한국관광공사, 1993). 지역 내 자료에 이러한 세분류된 산업 구분이 없기 때문에 편의상 이러한 산업이 포함된 도소매, 음식점·숙박, 운수 및 보관 그리고 사회 및 기타서비스를 관광산업으로 분류하여 분석한다.⁶⁾ 이들 4개 산업 중 도소매와 음식·숙박업은 산업의 특성상 관광 전문 업체의 구분이 모호해 정확한 분류가 매우 어렵다. 그러나 산업의 특성이 관광과 비관광의 경우 동일할 것으로 가정하고 이들 4개 산업을 관광산업으로 분류하여 분석해도 무방할 것으로 생각된다. 그러나 운수산업은 화물운수와 보관업은 관광과 무관한 것으로 보인다. 이 점에서 산업분류상 오류의 가능성이 있다고 할 것이다. 사회 및 기타 서비스의 경우도 동일한 분류상 한계를 가진다. 이러한 문제에도 불구하고 세분류된 지역 투입산출표를 사용할 수 없는 이유로 이 산업을 전체적으로 관광산업으로 분류하여 그 특성을 분석하기로 한다.

이들 관광산업의 특징을 광주부터 살펴보면, 도소매와 음식·숙박 및 사회·기타서비스의 입지상계수는 각각 1.439와 1.715, 1.403로 전국에 비해 1.4내지 1.7배의 높은 비중을 가지고 있다. 그러나 운수·보관의 입지상계수는 0.785로 낮게 나타났다.⁷⁾

5) 정확한 작성 방법과 그 논의는 김상호(2004a; 2004b)를 참조할 것.

6) 관광산업의 분류에 대한 논의는 조광익·임계영(2001)과 이충기·박창규(1996)을 참조할 것.

7) 입지상계수는 지역의 특정 산업이 지역전체 산업에서 차지하는 비중을 전국의 그 비중

<표 1> 광주·전남의 입지상계수, 영향력계수, 감응도계수, 고용 및 소득계수

산업구분	광 주					전 남				
	입지상 계수	영향력 계수	감응도 계수	소득 계수	고용 계수	입지상 계수	영향력 계수	감응도 계수	소득 계수	고용 계수
농림수산물	0.443	0.942	0.915	0.107	0.001	3.526	0.950	1.182	0.094	0.002
광산품	0.116	0.927	0.676	0.329	0.032	1.970	0.907	0.783	0.250	0.040
음식료품	0.918	1.052	1.220	0.062	0.002	0.692	1.207	1.073	0.067	0.007
섬유 및 가죽제품	0.354	1.020	0.773	0.150	0.006	0.129	0.964	0.701	0.152	0.010
목재 및 종이제품	0.378	0.959	0.905	0.093	0.003	0.452	0.977	0.943	0.092	0.005
인쇄, 출판 및 복제	0.442	1.080	0.753	0.221	0.006	0.029	0.993	0.670	0.268	0.022
석유 및 석탄제품	0.000	0.715	0.666	0.000	0.000	4.541	0.729	1.403	0.006	0.000
화학제품	0.834	1.102	1.775	0.105	0.002	2.770	1.198	2.055	0.034	0.001
비금속광물제품	0.221	0.927	0.727	0.115	0.004	1.629	1.184	0.984	0.087	0.002
제1차금속	0.281	0.880	0.921	0.068	0.002	4.014	1.361	1.912	0.042	0.001
금속제품	0.785	0.971	0.915	0.144	0.005	0.412	1.214	0.788	0.150	0.006
일반기계	0.204	0.972	0.733	0.135	0.014	0.138	1.022	0.710	0.147	0.004
전기,전자기기	1.108	1.013	1.218	0.094	0.001	0.047	0.848	0.686	0.078	0.003
정밀기기	0.266	1.086	0.677	0.258	0.008	0.144	0.949	0.678	0.162	0.006
수송장비	1.545	1.262	1.074	0.078	0.001	0.385	1.033	0.793	0.119	0.003
가구 및 기타제조업	0.890	1.030	0.737	0.108	0.005	0.167	1.037	0.678	0.193	0.015
전력가스 및 수도	0.593	0.855	0.965	0.225	0.007	1.917	0.924	1.235	0.078	0.003
건설	0.954	0.997	0.807	0.701	0.028	1.297	1.037	0.793	0.294	0.009
도소매	1.247	0.954	1.257	0.429	0.062	0.472	0.872	0.933	0.242	0.093
음식점 및 숙박	1.246	1.103	1.250	0.651	0.100	0.854	1.058	1.150	0.238	0.099
운수 및 보관	1.124	0.871	0.988	0.628	0.036	1.057	0.893	0.987	0.166	0.023
통신 및 방송	0.992	1.047	1.105	0.300	0.013	0.701	0.923	0.932	0.127	0.012
금융 및 보험	1.037	0.941	1.469	0.437	0.018	0.610	0.840	1.121	0.266	0.020
부동산, 사업서비스	0.876	0.912	1.822	0.240	0.018	0.482	0.849	1.254	0.128	0.012
공공행정 및 국방	1.156	0.905	0.666	0.897	0.019	1.360	0.855	0.666	0.437	0.016
교육 및 보건	1.535	0.936	0.926	0.822	0.037	0.979	0.920	0.912	0.553	0.037
사회 및 기타서비스	1.376	1.107	0.786	0.536	0.050	0.665	0.970	0.740	0.304	0.066
기타	0.000	1.433	1.272	0.000	0.000	0.000	1.287	1.235	0.171	0.000

으로 나누어 구한다.

전반적으로 광주지역의 입지상계수는 서비스산업의 비중이 높은 대도시의 특성을 보이고 있다. 12개 서비스 산업부문 중 전기·가스·수도, 운수·보관의 두 부문을 제외한 모든 부문이 모두 전국의 산업 비중을 초과해 입지상계수가 1보다 크게 나타났다. 그러나 14개 제조업 중 일반기계와 수송장비의 두 부문에서만 입지상계수가 1보다 크며 다른 모든 부문은 전국 비중에 비해서 크게 떨어지고 있다. 광주 제조업은 일반기계와 수송장비의 두 부문에 집중되어 있다.⁸⁾ 결론적으로 광주의 입지상계수는 제조업의 취약성을 잘 보여준다.

전남 관광산업의 특징을 요약하면, 도소매와 음식·숙박 및 사회·기타서비스의 입지상계수는 각각 0.400, 0.702, 0.637로 전국에 비해 매우 낮은 편이며 특히 광주에 비해 크게 못 미치는 것으로 나타났다. 다만 운수·보관 산업의 입지상계수는 1.118로 광주를 능가하고 있다.⁹⁾

전반적으로 전남지역의 입지상계수는 석유·석탄, 화학, 1차금속의 순으로 매우 높게 나타나고 있다. 이들 산업은 여천공업단지의 석유화학공업과 광양제철의 1차금속을 대변하고 있다. 이 세 산업은 2003년 기준 전남 제조업 총생산액의 약 85%를 차지하고 있는 실정으로 전남 제조업의 편중성과 낙후성을 단적으로 보여주고 있다. 이 세 산업을 제외한 다른 제조업 중에서 비금속광물제품의 입지상계수가 약 1.295로 1을 초과하고 있을 뿐이며, 이를 제외한 다른 제조업의 입지상계수는 모두 0.4 이하로 매우 낮게 나타나고 있다. 반면에 농수산과 광업의 입지상계수는 2.732와 1.455로 매우 큰 비중을 차지하고 있다.

전반적으로 빈약한 제조업의 기반과 높은 서비스 산업의 비중이 관광산업의 활성화를 지향하는 광주시의 산업적인 근거를 제공하는 것으로 보인다. 전남의 경우 제조업의 낙후성은 더욱 심해 관광을 통해 경제를 활성화하려는 정책으로 이어지고 있는 것으로 보인다. 그렇다면 지역경제에 대한 구원투수로 인식되고 있는 관광산업은 과연 지역경제에 어느 정도의 활력을 불어넣을 수 있을까. 이를 관광산업의 다른 산업과의 연관관계를 통해 분석해본다.

2. 산업연관 분석

산업연관 분석에 흔히 사용되는 영향력계수는 특정산업의 생산물에 대한 최종

8) 2004년 삼성전자의 가전라인 확대로 전기전자 산업의 비중이 확대되었을 것이나 이는 2000년 투입-산출에 반영되지 않았음을 밝혀둔다.

9) 이는 관광산업 보다는 기타 운수보관업에 전남의 산업 특성을 반영하는 것으로 보인다.

수요의 한 단위 증가가 전 산업에 미치는 효과 즉 후방연관효과(backward linkage effect)의 정도를 전 산업 평균에 대한 상대적인 크기로 나타내는 계수이다. 감응도 계수는 모든 산업부문의 생산물에 대한 최종수요가 한 단위씩 발생했을 때 이 수요증가가 특정산업에 미치는 영향 즉 전방연관효과(forward linkage effect)를 전 산업 평균에 대한 상대적인 크기로 나타낸다.¹⁰⁾

일반적으로 한 산업부문에 대한 투자는 타 분야의 산출물을 중간투입물로 구매하기 때문에 산업연관의 후방연관효과가 발생하여 타 부문의 생산을 유발한다. 또한 한 산업의 투자는 다른 산업부문의 생산 활동에 중간투입물을 공급하게 됨으로써 전방연관효과를 발생시켜 다른 산업의 생산을 유발하게 된다. 따라서 지역의 경제발전 전략상 집중 투자할 주요 산업으로 전후방 산업연관효과가 동시에 큰 산업을 선정하는 것이 유익하다고 할 수 있다.¹¹⁾

광주시의 관광산업 중 영향력계수는 도소매업은 1.055, 음식·숙박은 0.981, 운수·보관 0.947, 사회 및 기타서비스 0.892로 도소매를 제외하고는 산업의 평균에 못 미치는 것으로 나타났다. 즉 관광산업의 산출량 증가가 중간재 투입의 증가를 통해 다른 산업의 산출량의 증가를 유발시키는 효과는 전 산업의 평균에 못 미치고 있다. 한편 광주시 관광산업의 감응도계수를 살펴보면, 도소매업은 1.024, 음식·숙박은 1.245, 운수·보관 0.958, 사회 및 기타서비스 0.791로 음식·숙박업은 후방 연관효과가 높은 산업으로 나타난 반면 다른 산업은 평균 정도(도소매와 운수·보관) 혹은 평균에 못 미치는 것(사회·기타서비스)으로 나타났다. 즉 관광산업의 생산량의 증가는 음식·숙박을 제외할 경우 다른 산업의 투입물로 사용되는 정도가 평균 이하이다. 전반적으로 광주시의 영향력계수는 수송장비, 건설, 전기·전자기기, 부동산·사업서비스, 화학제품 산업의 순서로 높게 나타났다. 그리고 감응도계수는 금속제품, 금융·보험, 통신·방송, 화학제품, 음식·숙박, 일반기계 등의 순서로 높게 나타났다. 화학제품은 두 계수가 모두 높아 전후방 파급효과가 다른 산업에 비해 높았다.

광주시의 산업연관효과가 제조업에서 상대적으로 높게 나타나고 있음을 보여준다. 그리고 관광산업은 평균 이하의 연관성을 가지고 있다. 요컨대, 관광산업의 산

10) 영향력계수는 특정산업의 생산유발계수의 열 합계를 전 산업 열 합계의 평균으로 나누어 그리고 감응도계수는 특정산업의 생산유발계수의 행 합계를 전 산업 행 합계의 평균으로 나눔으로써 구한다.

11) 이러한 이유로 학자들은 지역과 국가의 핵심 산업은 높은 전후방 산업연관효과를 가져야 한다고 주장한다(예컨대, Laumas).

업연관효과는 제조업에 비해 떨어져 지역의 전략산업으로 부적절해 보인다.

한편 전남 관광산업의 영향력계수는 도소매업은 0.662, 음식·숙박은 0.711, 운수·보관 1.407, 사회 및 기타서비스 0.528로 산업의 평균에는 크게 못 미치는 것으로 나타났다. 이는 광주시의 경우에도 크게 못 미치는 것이다.¹²⁾ 즉 전남 관광산업의 후방 산업연관 효과는 매우 미약하다. 한편 전남 관광산업의 감응도계수를 살펴보면, 도소매업 0.205, 음식·숙박 0.281, 운수·보관 0.293, 사회·기타서비스 0.192로 음식·숙박과 운수·보관을 제외한 경우 후방 연관효과가 매우 낮았다. 전반적으로 전남지역의 영향력계수는 석유·석탄, 화학제품, 제1차금속 산업의 순서로 높았으며, 감응도계수는 광산품, 제1차금속, 화학제품, 석유·석탄의 순서로 높게 나타났다. 두 계수가 모두 높은 산업은 석유·석탄, 화학, 1차금속으로 나타났다.

전남 관광산업의 산업연관효과는 기존 제조업에서 전반적으로 높게 나타난 반면에 관광산업은 평균보다 매우 낮은 연관효과를 가지고 있다.¹³⁾ 이는 관광산업의 근간이 되는 산업의 발전이 이루어져야 함을 의미한다. 즉 전남 관광산업 발전의 선결과제는 빈약한 관광산업의 구조개선에 있는 것으로 보인다.

그렇다면 관광산업의 소득 및 고용효과는 어느 정도일까. 이를 산업의 고용계수와 소득계수를 통해 살펴보자. 고용계수와 소득계수는 각각 상품 1단위 생산에 따라 직접 발생한 노동량과 소득을 표시하며, 고용유발계수와 소득유발계수는 각각 생산의 파급과정에서 직·간접적으로 유발되는 노동량과 소득을 표시한다.¹⁴⁾

광주시의 관광산업 중 고용계수는 도소매업은 0.028, 음식·숙박은 0.034, 운수·보관 0.030, 사회 및 기타서비스 0.019로 산업의 평균인 0.01을 크게 초과하고 있다. 특히 음식·숙박, 운수·보관 및 도소매업의 고용계수는 광주지역 고용효과가 가장 높은 5대 산업에 속하고 있다. 관광산업은 높은 고용효과를 가져오고 있음을 알 수 있다. 한편 제조업부문에서는 정밀기기, 인쇄·출판 산업과 섬유·가죽 산업에서 각각 0.021, 0.018, 0.013으로 높으나 관광산업에는 크게 못 미치고 있다. 제조업은 기계화, 자동화, 전산화 등의 진전과 더불어 산출액에 비한 고용효과는 관광서비스 산업에 크게 못 미치는 것으로 보여 진다.

12) 이는 관광산업이 아닌 부분이 많이 포함된 전남의 운수·보관 산업을 제외한 논의이다.

13) 그러나 이는 현재의 관광산업의 비중이 낮기 때문에 일어난 현상으로 관광산업과 서비스산업이 활성화할 경우 높아질 수 있을 것이다.

14) 노동계수는 노동투입량을 산출량으로 구한 값이며, 소득계수는 요소소득을 산출량으로 나누어 계산된다. 구체적인 논의는 김상호(2004a; 2004b)를 참조할 것.

광주시 관광산업의 소득효과를 살펴보면, 소득계수는 사회 및 기타서비스 0.412, 운수·보관 0.312, 도소매 0.181, 음식·숙박 0.108 순으로 높게 나타나고 있다. 전체적으로는 교육·보건 0.717, 공공행정 0.705, 금융·보험 0.400 등의 서비스 분야에서 높게 나타났다. 관광산업의 소득효과가 제조업에 비해 그리고 평균적으로 높음을 알 수 있다.

결론적으로 광주지역의 고용과 소득 유발효과가 높은 산업은 모두 서비스산업에 포함되고 있다. 그리고 관광산업도 이러한 서비스 산업의 특성상 고용과 소득 창출에 높은 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 관광산업의 지역경제에 미치는 효과는 고용과 소득창출에서 찾을 수 있을 것으로 보여 진다.

한편 전남 관광산업의 소득 및 고용효과를 살펴보면, 고용계수는 도소매업은 0.042, 음식·숙박은 0.042, 운수·보관 0.009, 사회 및 기타서비스 0.020으로 산업의 평균과 광주의 경우를 크게 능가하는 것으로 나타나고 있다. 특히 음식·숙박, 운수·보관 및 도소매업은 전남에서 고용효과가 가장 높은 산업으로 나타나고 있다. 이는 이들 산업의 노동집약적인 특성과 상대적인 영세성을 동시에 반영하는 것으로 풀이된다. 전남의 관광산업의 높은 고용창출효과를 가지고 있다.

전남 관광산업의 소득효과를 살펴보면, 그 소득계수는 사회 및 기타서비스 0.480, 도소매 0.209, 음식·숙박 0.188, 운수 및 보관 0.144 순으로 높게 나타나고 있다. 전체적으로는 교육·보건 0.661, 공공행정 0.660, 금융·보험 0.408 등의 서비스 분야에서 높게 나타났다. 관광산업의 소득효과는 제조업에 비해 그리고 평균적으로 높은 것임을 알 수 있다.

이상 전남 관광산업은 광주시와 마찬가지로 고용과 소득창출에 높은 영향을 미치고 있음을 보여 주었다. 전남 관광산업의 전후방 연관효과는 광주에 비해 빈약한 것으로 나타났으나 고용과 소득효과는 광주에 비해 더 크게 나타났다. 이는 전남 관광산업의 영세성과 상대적인 낮은 소득수준을 암시한다.

3. 승수효과 분석

광주·전남의 투입산출표를 근거로 추정된 산업별 산출승수, 소득승수 및 고용승수가 <표 2>에 지시되어 있다. 산출승수는 최종수요 1단위가 발생했을 때 각 산업부문에서 이를 충족시키기 위해 전 산업에 파급시킨 직·간접 및 유발생산효과를 나타낸다. 비슷한 의미로 소득승수는 최종수요 1단위가 가져온 소득의 증가분을, 고용승수는 고용의 증가분을 나타낸다.

관광산업의 세 분류 산업별 승수를 살펴보면, 생산승수는 광주의 경우 도소매, 1.724, 음식·숙박 1.604, 운수·보관 1.548, 사회 및 기타서비스 1.459로 나타나고 있다. 관광산업에 분류될 수 있는 산업의 산출승수의 평균은 1.596으로 나타났다. 이는 제조업 전체의 평균인 1.637 보다 낮으며, 전체평균인 1.635, 관광을 제외한 서비스업의 평균인 1.741보다도 낮은 수준이다. 관광산업이 가져오는 산출효과는 낮은 전후방 산업연관효과로 인해 낮음을 확인할 수 있다. 전체적으로 광주의 생산승수는 수송장비가 2.554로 가장 높고 건설 2.414, 전기전자 2.383 등에서 높게 나타났으며, 이외에도 음식, 화학, 섬유, 석유, 일반기계 등의 제조업이 관광산업의 승수 1.596보다 높은 산업으로 나타났다.

전남의 생산승수는 도소매, 1.407, 음식·숙박 1.470, 운수·보관 1.326, 사회 및 기타서비스 1.528로 추정되었다. 관광산업으로 분류되는 산업들의 산출승수의 평균은 1.468로 추정되었다. 이는 제조업 전체의 평균인 0.238보다는 높으며, 전체평균과 동일한 수준이며, 관광을 제외한 다른 서비스업의 평균인 0.523보다는 매우 낮은 수준으로 추정되었다. 전체적으로 전남의 생산승수는 수송장비에서 1.730으로 가장 높고, 정밀기계 1.536, 화학제품 1.517 등으로 높게 나타나고 있다. 전남의 경우 상대적으로 제조업의 기반이 거의 존재하지 않는 관계로 서비스업의 산출승수는 전체적으로 높게 나타난 것으로 보인다.

소득승수는 광주의 경우 도소매, 0.344, 음식·숙박 0.188, 운수·보관 0.449, 사회 및 기타서비스 0.516으로 추정되었다. 이러한 관광산업의 소득승수의 평균은 0.349로 전체산업의 평균과 동일하며, 제조업 전체의 평균 0.238보다는 높게 나타나고 있다. 그러나 관광을 제외한 서비스업 전체의 평균인 0.523보다는 낮은 것임을 알 수 있다. 전반적으로 관광산업의 소득승수인 0.349를 초과하는 산업으로는 광산업 0.734, 전기전자 0.402 등의 일부 제조업과 건설 0.517, 금융보험 0.562, 부동산 및 사업서비스 0.445, 공공행정 국방 0.809 등의 서비스업인 것으로 나타나고 있다. 결론적으로 수요증가가 소득으로 이어지는 부분이 관광산업에서 그리고 전반적으로 서비스업에서 높은 것임을 알 수 있다. 관광산업의 소득창출효과 상대적으로 높다는 사실을 알 수 있다. 이는 관광산업의 산출-소득의 구조상 매출 중 소득으로 귀속되는 부분이 제조업에 비해 크다는 사실을 의미한다.

전남의 경우 소득승수는 도소매, 0.337, 음식·숙박 0.266, 운수·보관 0.400, 사회 및 기타서비스 1.206으로 추정되었다. 관광산업으로 분류되는 산업들의 소득승수의 평균은 0.603으로 산업 전체평균인 0.315와 제조업의 평균인 0.088을 크게 초과하고 있다. 그리고 관광을 제외한 다른 서비스업의 평균인 0.547보다는 약간

<표 2> 광주·전남의 산업별 산출승수, 소득승수 및 고용승수

산 업	광 주			전 남		
	생산승수	소득승수	고용승수	생산승수	소득승수	고용승수
농림수산물	1.413	0.188	0.006	1.427	0.132	0.006
광산품	1.391	0.441	0.039	1.363	0.289	0.045
음식료품	1.578	0.172	0.009	1.813	0.146	0.014
섬유 및 가죽제품	1.531	0.272	0.015	1.449	0.194	0.015
목재 및 종이제품	1.440	0.199	0.010	1.468	0.140	0.010
인쇄, 출판 및 복제	1.621	0.378	0.017	1.492	0.323	0.029
석유 및 석탄제품	1.074	0.022	0.001	1.095	0.015	0.001
화학제품	1.654	0.249	0.010	1.801	0.096	0.007
비금속광물제품	1.391	0.229	0.011	1.778	0.180	0.013
제1차금속	1.320	0.140	0.006	2.045	0.113	0.006
금속제품	1.457	0.244	0.012	1.825	0.213	0.012
일반기계	1.458	0.246	0.021	1.536	0.199	0.010
전기, 전자기기	1.521	0.212	0.008	1.275	0.115	0.007
정밀기기	1.630	0.439	0.019	1.426	0.237	0.013
수송장비	1.894	0.237	0.010	1.552	0.177	0.008
가구 및 기타제조업	1.546	0.235	0.014	1.558	0.244	0.021
전력가스 및 수도	1.283	0.320	0.012	1.388	0.124	0.006
건설	1.495	0.820	0.036	1.558	0.354	0.015
도소매	1.431	0.561	0.071	1.311	0.283	0.098
음식점 및 숙박	1.655	0.778	0.109	1.590	0.296	0.105
운수 및 보관	1.307	0.729	0.043	1.342	0.199	0.027
통신 및 방송	1.571	0.464	0.025	1.386	0.177	0.019
금융 및 보험	1.413	0.577	0.026	1.262	0.310	0.025
부동산 및 사업서비스	1.369	0.372	0.026	1.276	0.175	0.016
공공행정 및 국방	1.359	0.993	0.026	1.285	0.470	0.021
교육 및 보건	1.405	0.928	0.044	1.382	0.594	0.042
사회 및 기타서비스	1.661	0.703	0.063	1.457	0.357	0.073
기타	2.150	0.452	0.057	1.934	0.007	0.007
전체 평균	1.501	0.414	0.027	1.487	0.220	0.024
관광 평균	1.582	0.681	0.081	1.417	0.312	0.092
제조업 평균	1.508	0.234	0.012	1.566	0.171	0.012
관광외 서비스업 평균	1.414	0.639	0.028	1.357	0.315	0.021

주: 김상호(2004a; 2004b)의 투입산출 모형에 근거함.

높은 것으로 나타났다. 제조업에서 관광산업의 소득승수를 초과하는 산업은 존재하지 않는 것으로 나타나고 있다. 제조업의 기반이 부족한 전남의 경우 관광산업의 소득창출효과는 다른 산업을 크게 상회하는 것으로 나타나고 있다.

마지막으로 고용승수를 살펴보면, 광주의 경우 도소매 0.035, 음식·숙박 0.039, 운수·보관 0.039, 사회 및 기타서비스 0.023으로 추정되었다. 이들 관광산업 고용승수의 평균은 0.032로 전체 산업의 평균인 0.020보다 높은 수준이며, 제조업 승수의 평균인 0.016의 두 배에 해당하는 높은 수준이다. 그러나 관광을 제외한 서비스업 전체의 평균인 0.025보다는 약간 낮은 수준이다. 서비스업을 제외할 경우 관광산업의 고용승수인 0.032를 초과하는 산업은 제조업에서는 없으며, 광산업(0.035)을 들 수 있을 뿐이다. 관광산업은 상대적으로 고용창출 효과가 크다는 사실을 확인할 수 있다. 이는 관광산업이 상대적으로 매우 노동집약적인 산업이기 때문일 것이다.

전남의 경우 관광산업의 고용승수는 도소매 0.047, 음식·숙박 0.051, 운수·보관 0.035, 사회 및 기타서비스 0.058 등으로 추정되었다. 이들 관광산업 고용승수의 평균은 0.052로 산업 전체평균인 0.032와 제조업의 평균인 0.041을 능가하고 있다. 이는 관광을 제외한 다른 서비스업의 평균인 0.023보다도 높다. 제조업에서 관광산업의 소득승수를 초과하는 산업은 비금속광물과 정밀기기에 불과한 것으로 나타났다. 제조업의 기반이 부족한 전남의 경우 관광산업의 고용창출효과는 다른 산업에 비해 상대적으로 높으나 광주보다는 크지 않음을 알 수 있다. 이는 전남에서는 다른 산업의 노동집약도가 광주보다 더 높기 때문일 것으로 보여 진다.

다른 연구들의 관광산업의 승수를 살펴보면, 조광익과 임재영(2001)의 연구는 강원지역의 관광산업 생산승수의 크기를 1.41로 보고하고 있다. 김규호(2002)는 2000년 경주 문화엑스포의 관광 소득승수를 0.515로 계산하고 있다. 이충기(2003)은 월드컵의 파급효과 연구에서 관광산업의 승수를 생산승수 2.61~2.86, 소득승수 0.52~0.67, 고용승수 0.02~0.10으로 보고하였다. 그리고 김규호·김사현(1998)은 경주의 관광산업의 분석에서 산출승수 2.22, 소득승수 0.54, 고용승수 0.16으로 보고하였다.

이상의 산업별 승수분석을 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 관광산업의 산출효과는 다른 산업에 비해서 낮으나 소득효과는 상대적으로 높으며, 고용효과는 타 산업에 비해 크게 높은 것으로 나타났다. 이는 광주·전남의 관광산업이 고용과 소득 창출에 크게 기여할 수 있음을 시사한다. 둘째, 광주에 비해 제조업의 기반이 영세한 전남의 경우 관광산업의 소득효과는 매우 두드러지나 고용효과는 그렇지

않는 것으로 나타났다. 그리고 관광산업의 중요성은 다른 산업이 부족한 전남에서 더 클 것임을 상대적으로 높은 소득과 고용창출효과로부터 알 수 있었다.

Ⅲ. 축제의 경제적 파급효과

1. 광주비엔날레의 경우¹⁵⁾

이희찬(2001)은 2000년 광주비엔날레 방문객의 지출액을 파악하기 위해 다음과 같이 설문조사를 고안하였다. 첫째, 방문자별 실제 지출액을 조사하기 위해 여행이 끝난 후, 즉 비엔날레 행사 후 우편 설문조사를 실시하였다. 둘째, 여행비 지출의 계절 변동성을 고려하기 위해 행사기간의 약 70%를 점하는 조사기간과 다양한 조사시점을 택해 표본을 조사하였다. 셋째, 최종표본이 모집단을 정확히 반영하기 위해 층화별 모집단수를 비례적으로 적절히 반영할 수 있는 가중치를 개발 사용하였다. 넷째, 방문자를 입장권 유형별로 분리 개인, 어른 단체, 청소년 및 어린이 등 3개 유형으로 구분 지출 특성을 파악하였다. 다섯째, 타 지역 방문객과 지역 내 방문객을 구분해 외래 방문객의 순 지출을 조사하였다. 이희찬(2001)에 따른 2000 비엔날레의 직접적 지출 증가효과가 <표 3>에 요약되어 있다.

<표 3> 제3회 광주 비엔날레 외래방문자의 직접 지출액

지출 구분	지출 항목	1인당 평균(원)	총액(천원)
음식점 및 숙박	식음료	7,517	2,123,980
	숙박	2,786	787,304
도소매	기념품	2,240	632,855
	쇼핑	1,707	482,381
사회 및 기타서비스	오락, 유흥	1,691	477,807
	교통(유류)	6,305	1,781,506
	입장권	6,007	1,697,414
	기타	1,631	460,990
합계		29,883	8,441,236

자료: 이희찬(2001, p. 170).

15) 본 절의 내용은 김상호(2004a)에 근거함.

<표 4> 2000 비엔날레의 지역경제에 대한 경제적 파급효과(백만원, 명)

산업구분	생산유발효과(비중)		고용유발효과(비중)		소득유발효과(비중)	
	액	비중	명	비중	액	비중
농림수산물	221.70	0.02	23.67	0.00	0.25	0.00
광산품	0.40	0.00	0.13	0.00	0.01	0.00
음식료품	904.79	0.07	56.00	0.00	2.03	0.00
섬유 및 가죽제품	20.65	0.00	3.10	0.00	0.13	0.00
목재 및 종이제품	36.08	0.00	3.35	0.00	0.11	0.00
인쇄, 출판 및 복제	34.47	0.00	7.62	0.00	0.19	0.00
석유 및 석탄제품	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
화학제품	247.77	0.02	26.03	0.00	0.39	0.00
비금속광물제품	7.16	0.00	0.82	0.00	0.03	0.00
제1차금속	11.74	0.00	0.80	0.00	0.02	0.00
금속제품	40.66	0.00	5.85	0.00	0.20	0.00
일반기계	8.65	0.00	1.17	0.00	0.12	0.00
전기, 전자기기	125.08	0.01	11.76	0.00	0.15	0.00
정밀기기	2.43	0.00	0.63	0.00	0.02	0.00
수송장비	229.70	0.02	18.00	0.00	0.23	0.00
가구 및 기타제조업	47.16	0.00	5.09	0.00	0.22	0.00
전력가스 및 수도	121.48	0.01	27.39	0.00	0.88	0.00
건설	68.98	0.01	48.34	0.00	1.95	0.00
도소매	1437.22	0.11	616.84	0.05	89.22	0.01
음식점 및 숙박	3270.69	0.25	2130.38	0.16	326.32	0.02
운수 및 보관	1989.92	0.15	1249.49	0.09	71.91	0.01
통신 및 방송	231.91	0.02	69.54	0.01	3.09	0.00
금융 및 보험	311.97	0.02	136.34	0.01	5.64	0.00
부동산 및 사업서비스	841.25	0.06	202.23	0.02	15.19	0.00
공공행정 및 국방	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
교육 및 보건	72.13	0.01	59.32	0.00	2.63	0.00
사회 및 기타서비스	2280.45	0.17	1222.98	0.09	113.82	0.01
기타	783.11	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00
합계	1,3347.55	1.00	5,926.85	0.44	634.78	0.05

자료: 김상호(2004a; 2004b) 주: 괄호 안은 비중을 나타냄.

비엔날레 참가자의 직접적인 지출은 먼저 소비가 증가된 산업의 생산을 증가시키며, 이는 각종 투입물 생산의 증가로 이어진다. 그 결과 총 파급효과는 직접적인 지출의 증가를 크게 초과하게 될 것이다. 축제의 경제적인 파급효과는 이러한 직·간접적인 생산효과를 합해 계산된다. 광주지역의 생산계수표와 고용 및 소득 계수표를 이용하여 추정된 2000 비엔날레로 인해 발생한 생산, 노동 및 소득 효과가 <표 4>에 제시되어 있다.

먼저 생산유발효과를 살펴보면, 2000 광주비엔날레의 생산효과는 약 13,039백만원으로 추정되었다. 약 130억원에 이르는 금액이다. 이는 광주시가 행사 사업비로 지출한 11,439백만원의 약 114%에 해당된다(광주전남발전연구원, 2003).¹⁶⁾ 산업별 분포를 살펴보면, 사회 및 기타서비스산업이 약 35%, 음식점 및 숙박산업이 약 24%를, 도소매산업이 약 10%를 차지하고 있다. 이 세 부문이 전체 생산 유발 효과의 약 70%를 점한 것으로 나타났다. 제조업의 경우에는 음식료품 약 5.33%, 인쇄출판 약 1.87%, 전력가스 약 1.52%, 수송장비 약 1.04% 등 미약한 것으로 나타났다.

사회 및 기타 서비스는 관람객의 초기지출액도 가장 컸으며 파급효과도 가장 큰 것으로 나타났다. 그러나 관광산업과 제조업간의 연관성은 낮기 때문에 제조업에 대한 파급효과는 매우 작았다. 제조업의 경우 그 파급효과는 행사 홍보물과 안내물의 인쇄출판과 관련된 효과와 각종 사회서비스의 공급에 필요한 에너지의 수요증가와 교통이용의 증가에 따른 수송장비 부문의 수요 증가에 국한된 작은 것이었다.

고용유발효과를 살펴보면, 2000 광주비엔날레의 고용효과는 약 268명으로 나타났다. 이는 광주전체 고용인원 54.7만명(광주시 2001년 취업자수)의 0.05%에 해당된다. 고용유발효과의 산업별 분포를 살펴보면, 총 효과의 약 40%가 음식 및 숙박에서 발생되었으며, 약 34%가 사회 및 기타서비스, 약 14%가 도소매에서 발생되었다. 이 네 산업이 전체의 88%를 차지하고 있다. 다른 서비스 산업에서도 약간의 고용 증대효과가 있는 것으로 나타났다. 그러나 제조업의 고용증가는 무시할 정도이나 음식료품과 인쇄출판 두 산업에서 약 3% 정도의 효과가 있었다. 즉 2000 광주비엔날레의 고용증가는 대부분 서비스업에 집중되었다.

마지막으로 소득유발효과를 살펴보면, 2000 광주비엔날레의 소득효과는 약

16) 이 행사사업비에는 조직운영비, 회장운영비, 홍보유치비, 수익사업비, 전시행사비, 축제 행사비 등의 비용이 포함된 것이다

3,217백만원으로 추정되었다. 즉 2000 광주비엔날레가 광주지역에 가져오는 소득 증가는 약 32억원이었던 것으로 추정되었다. 이는 광주시 총 요소소득 7,776,327백만원의 약 0.04%에 해당하는 액수이다. 소득유발효과의 산업별 분포를 살펴보면, 총 효과의 약 59%가 사회 및 기타서비스업에서 발생하였다. 그 다음으로 음식·숙박업이 약 11%를, 도소매업이 약 7.5%를 점하고 있는 등 대부분이 서비스업에서 발생하였다. 그러나 제조업에서의 소득유발효과는 거의 존재하지 않는 것으로 추정되어 2000 광주비엔날레의 소득증가효과는 서비스업에 집중되었다.

2. 함평 나비축제의 경우¹⁷⁾

이장주(2004)에 따르면, 2004년 5월 1~9일까지 9일간 개최된 제6회 함평나비축제에는 함평지역을 제외한 외부관광객 1,501,500명이 축제를 찾아왔으며, 함평지역에서는 38,500명의 관람객이 축제를 참석한 것으로 나타났다. 외부관광객이 약 97.5%의 비율을 점하는 것으로 나타났다. 이장주(2004)이 보고한 제6회 함평나비축제의 외래 방문객의 직접적 지출 증가효과가 <표 5>에 요약되어 있다.

전남지역의 생산계수표와 고용 및 소득계수표를 이용하여 추정한 2004년 제6회 함평나비축제로 인해 발생한 생산, 노동 및 소득 효과를 <표 6>에 제시한다.¹⁸⁾

<표 5> 제6회 함평나비축제 외래방문자의 직접 지출액 (원)

지출 구분	지출 항목	1인당 평균	1인당 항목별총액	전체 관광객 총지출총액
음식점 및 숙박	식음료	10,551	13,476	2,023,421,400
	숙박	2,925		
도소매	축제기념품, 특산물	5,522	5,525	829,578,750
사회 및 기타서비스	오락, 유흥	5,087	18,697	2,807,354,550
	현지교통비	13,610		
	기타	6,012	6,012	902,701,800
합 계		43,707	43,707	6,562,606,050

자료: 이장주(2004, p. 65-66).

17) 본 절의 내용은 김상호(2004b)에 근거함.

18) 함평이 전남경제에서 차지하는 비중을 살펴보면, 사업체수는 2,298개로 전남의 약 1.78%를, 종사자수는 7,948명으로 전남의 약 1.6%를 점하고 있다.

<표 6> 제6회 함평나비축제의 지역경제에 대한 파급효과(백만원, 명)

산업구분	생산유발효과(비중)		소득유발효과(비중)		고용유발효과(비중)	
	생산유발효과	비중	소득유발효과	비중	고용유발효과	비중
농림수산물	81.66	0.01	5.63	0.00	0.04	0.00
광산물	0.84	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
음식료품	364.65	0.04	0.06	0.00	2.66	0.01
섬유 및 가죽제품	27.06	0.00	0.01	0.00	0.55	0.00
목재 및 종이제품	22.19	0.00	0.02	0.00	0.35	0.00
인쇄, 출판 및 복제	71.00	0.01	0.05	0.00	1.53	0.00
석유 및 석탄제품	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
화학제품	174.19	0.02	0.02	0.00	1.49	0.00
비금속광물제품	11.10	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00
제1차금속	5.17	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00
금속제품	24.55	0.00	0.02	0.00	0.29	0.00
일반기계	30.91	0.00	0.01	0.00	0.24	0.00
전기,전자기기	36.47	0.00	0.00	0.00	0.38	0.00
정밀기기	2.40	0.00	0.00	0.00	0.72	0.00
수송장비	25.25	0.00	0.00	0.00	0.16	0.00
가구 및 기타제조업	36.21	0.00	0.04	0.00	0.52	0.00
전력가스 및 수도	79.99	0.01	41.17	0.01	0.58	0.00
건설	89.65	0.01	25.13	0.00	0.75	0.00
도소매	985.66	0.10	189.22	0.04	40.55	0.12
음식점 및 숙박	2265.34	0.22	331.85	0.06	98.66	0.29
운수 및 보관	111.47	0.01	34.43	0.01	3.25	0.01
통신 및 방송	162.38	0.02	70.48	0.01	0.58	0.00
금융 및 보험	223.42	0.02	98.71	0.02	6.03	0.02
부동산 및 사업서비스	1097.61	0.11	135.01	0.03	15.46	0.05
공공행정 및 국방	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
교육 및 보건	49.58	0.00	27.11	0.01	1.43	0.00
사회 및 기타서비스	2902.65	0.29	2901.79	0.54	141.34	0.42
기타	1290.74	0.13	1530.57	0.28	21.09	0.06
합계	10,172.16	1.00	5391.36	1.00	338.81	1.00

자료: 김상호(2004b) 주: 괄호 안은 비중을 나타냄.

생산유발효과를 살펴보면, 제6회 함평나비축제의 생산효과는 약 12,529백만원으로 추정되었다. 약 125억원에 이르는 금액이다. 함평군은 제6회 나비축제를 개최하기 위해 군비 580백만원과 국비 55백만원 등 총 580백만원을 사용하였다(함평군, 2004). 따라서 생산유발 효과는 축제를 개최하기 위해 지출한 금액인 약 5.8억원의 약 21.6배에 해당된다. 즉 나비축제 총 지출액의 약 22배에 해당하는 생산증가가 전남에서 발생되었다. 산업별 분포를 살펴보면, 사회 및 기타서비스 약 30%로 매우 높고, 음식점 및 숙박산업이 약 17%를, 도소매산업이 약 7%를 차지하고 있다. 서비스업 세 부문이 전체 생산 유발효과의 약 54%를 점하고 있다. 제조업의 경우에는 음식료품 약 3%, 석유·석탄제품 약 1.74%, 화학제품 약 1.27% 등 미미하였다. 광업의 경우 생산효과가 전체의 약 26%를 점하고 있다.

고용유발효과를 살펴보면, 제6회 함평나비축제의 고용효과는 약 306명으로 나타났다. 고용유발효과의 산업별 분포를 살펴보면, 총 효과의 약 30%가 음식 및 숙박에 집중되어 있으며, 약 25%가 사회 및 기타서비스, 약 12%가 도소매에 집중되어 있다. 위 세 산업이 전체의 67%를 차지하고 있다. 서비스의 다른 산업에서도 약간 명의 고용 증대효과가 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 제조업의 고용증가는 무시할 정도이나 음식료품에서 약 1% 정도의 작은 효과가 있었다. 광업의 경우 전체 고용증가의 약 30%를 차지하였다. 추정결과는 제6회 나비축제의 고용증가는 대부분 서비스업에 집중되었음을 보여준다.

소득유발효과를 살펴보면, 제6회 함평나비축제의 소득효과는 약 3,479백만원으로 추정되었다. 소득유발효과의 산업별 분포를 살펴보면, 총 효과의 약 52%가 사회 및 기타서비스업에서 발생하고 있다. 그 다음으로 음식·숙박업이 약 12%를, 도소매업이 약 5.33%를 점하고 있는 등 대부분이 서비스업에서 발생하였다. 그러나 제조업에서의 소득유발효과는 거의 존재하지 않아 제6회 함평나비축제의 소득증가효과는 서비스업에 제한되었다.

3. 지역축제의 경제적 파급효과의 특성

이 지역 대표적인 문화행사인 2000 광주비엔날레와 함평나비축제의 경제적 파급효과를 분석해 보았다. 이상의 분석을 근거로 지역 축제의 경제적 파급효과의 특성을 살펴보자. 지역축제에 참가한 외래 관람객들은 1인당 3만~4만원 정도를 지역 내에서 지출하는 것으로 나타났다. 이 지출의 약 25%는 식사비로 약 40% 정도를 교통비와 입장권의 구입에 절반씩 나누어 쓰고 있으며, 나머지 35%를 숙

박, 기념품구입, 오락비 등에 지출하고 있는 것으로 나타났다(비엔날레 지출항목 기준).

축제의 경제적 파급효과는 생산유발효과를 기준으로 2000 광주비엔날레의 생산 효과는 약 130억원에 이른 것으로 파악되었다. 이 액수는 대회를 개최하기 위해 광주시가 지출한 금액인 11,439백만원의 약 114%에 해당되는 금액이다. 비용대비 편익의 증가가 1.14인 것임을 나타낸다. 반면에 제6회 함평나비축제의 생산 증가 효과는 약 125억원에 이른 것으로 계측되었다. 이는 행사를 준비하기 위해 지출한 금액인 약 5.8억원의 약 21.6배에 해당되는 금액이다. 즉 나비축제 총 지출액의 약 22배에 해당하는 생산증가가 전남에서 발생되었다. 물론 이는 나비축제의 외래 관람객수 약 150만명이라는 외부관람객 수의 추정이 정확함을 가정할 경우이다. 따라서 광주 비엔날레의 경우 지출대비 산출증가액 즉 생산승수는 약 1.544로 추정되며, 함평나비축제의 경우 이는 1.909로 추정된다.

이상 광주·전남의 대표적인 두 축제에 대한 경제적 파급효과를 살펴보았다. 추정 결과는 인용한 연구들의 초기지출액과 방문객 수의 신뢰성에 의존하고 있지만 분석은 축제의 경제적 파급효과에 대한 다음과 같은 일반적인 추론을 가능케 한다. 첫째, 축제의 경제적 파급효과는 대부분 서비스산업에 한정된 것으로 나타나고 있으며, 제조업을 비롯한 다른 산업에 대한 파급효과는 매우 제한적인 것으로 나타났다. 둘째, 이러한 파급효과는 축제 지출비용의 약 1.5~1.9배에 이르는 산출효과를 가지고 있는 것으로 추정되었다.

4. 지역축제 평가의 문제점

대부분의 지역축제나 이벤트는 공공단체의 지원을 받아 이루어지며 지역경제에 대한 파급효과가 클수록 그 지원이 쉽게 이루어질 수 있을 것이다. 때문에 지방자치단체는 지역축제의 경제적 효과를 과잉 추정하려는 유인을 가질 것이다.

지역축제에 대한 과잉추정의 예를 광주비엔날레와 함평나비축제의 경우에도 찾을 수 있었다. 먼저 광주 비엔날레의 경우를 살펴보면, 전종평(1997)은 1997 광주 비엔날레의 경제적 파급효과를 연구 생산유발효과는 총 906억원, 소득유발효과는 105억원, 그리고 고용유발효과는 약 2,566명으로 추정하였다. 이는 본 연구의 2000 광주비엔날레의 생산유발효과는 약 130억원, 소득유발효과는 32억원, 그리고 고용유발효과는 약 268명에 비해 매우 높은 것으로 과대 추정된 것으로 사료된다.

이러한 과대 추정의 원인으로는 먼저 관람객 일인당 지출의 과대계상을 들 수 있다. 전종평의 경우 관람객별 지출액의 차이가 있음을 무시하고 아동과 청소년, 단체 및 개인 관람객이 모두 동일한 지출을 한 것으로 추정하였다. 그리고 관람객들이 광주에서 행한 지출만을 근거로 순 파급효과를 계산하지 않고 광주이외의 지역에서 행한 지출 비용까지 포함 총지출을 기준으로 추정하였다. 또한 전종평(1997)은 광주 관람객이 행한 지출을 함께 포함시킴으로써 외부관람객의 지출만을 포함시켜 지역경제에 유입된 순 변화를 계산한 김상호(2004a)와 다르다.

이러한 이유로 전종평(1997)의 연구는 3년 전에 열린 대회에 관한 조사임에도 불구하고 본 연구의 파급효과를 크게 초과하고 있다. 제2회 대회의 관람객이 100만 명 정도로 제3회 대회의 관람객 60만명보다 그 수가 많다는 것도 이러한 파급효과의 차이를 일부 설명할 수 있을 것이다. 그러나 두 연구에 존재하는 큰 차이는 이러한 설명으로는 전혀 불가능한 매우 큰 것이다. 전종평(1995; 1997)의 연구들은 매우 우려할 정도로 광주비엔날레의 효과를 과대 추정한 것으로 보인다.

한편 제6회 함평나비축제에는 총 외래방문자 1,501,500명이 관람한 것으로 나타났다. 제6회 함평 나비축제는 2000년 광주비엔날레에 비해 약 4년 후에 열렸으므로 이 기간 동안에 발생한 사회경제적인 여건이 두 축제의 외래방문객 수의 차이를 일부 설명할 수 있을 것으로 생각된다. 즉 소득증가로 인한 여가 수요의 증가와 주 5일제 일부 실시로 인한 축제관람객의 증가가 나비축제에 대한 외부관람객을 증가시켰을 것으로 생각된다. 그럼에도 불구하고, 광주비엔날레의 행사기간이 나비축제의 약 7배나 되는 긴 기간에 걸쳐 이루어졌으며 외부 접근성도 좋음에도 불구하고 관람객 수가 크게 뒤진 것으로 나타나고 있다. 광주 비엔날레의 경우 관람객은 입장권을 구매하므로 그 관람객 수는 정확히 나타난다고 보아야 할 것이다.

반면에 나비축제를 찾은 관람객의 경우 참가자 수의 계산은 추산에 의존하고 있다. 관람객들이 입장권을 구입 관람해야 하는 곳은 제한되어 있으며 많은 관람객이 이를 구입하지는 않은 것으로 추정되기 때문이다. 또한 나비축제가 함평군 일원의 아주 넓은 지역에서 각종 축제행사를 개최하고 있기 때문이다. 이런 이유로 나비축제 관람객 수의 추정은 상당히 어려웠을 것이다. 이러한 이유를 감안한다면 할지라도 나비축제에 훨씬 더 대규모이며 장기에 걸쳐 열린 비엔날레의 다섯 배가 넘는 방문객이 찾았다는 것은 이해하기 어려운 과대 추정으로 보인다. 나비축제 관람객수의 추산에 있어 많은 내부 관람객을 외래 관광객으로 포함했을 가능성도 농후하다.

축제나 문화행사의 경제적 파급효과의 총 크기는 방문객의 추정치에 크게 의존하고 있음을 시사한다. 즉 외래 방문객 1인당 사용금액이 비슷할 경우 축제의 경제적 파급효과는 외래방문객의 수에 의존할 것이기 때문이다. 또한 관광객 1인당 사용금액은 크게 달라지기 어려운 항목이며, 축제의 경제적 파급효과 분석은 수학적 계산에 의존하므로 연구에 따른 차이는 크지 않을 것이기 때문이다. 축제의 경제적 효과는 궁극적으로 외부 방문객 수에 의해 결정된다. 이는 외래 관람객 수를 과잉 추정할 요인으로 작용한다.

대부분 지역축제는 공공단체의 지원을 받고 있으며 지역경제에 대한 파급효과가 클수록 더 많은 지원을 받을 것이다. 때문에 지방자치단체는 지역축제의 경제적 효과를 과잉 추정하려는 유인을 가질 것이다. 축제에 대한 공정한 평가가 이루어질 때 공공예산의 효율적인 배분이 가능할 것이다. 이러한 점을 감안 축제의 평가시스템을 보다 엄밀하게 시행해야 할 것이다. 이점에서 본 연구는 축제 방문객의 추정에 정확성을 기할 수 있는 표준적인 기법이 사용되어야 함을 제시한다.

IV. 축제공급의 정치경제학

1. 축제의 경제적 효과

축제의 경제적 파급효과에 대한 분석은 관광산업의 산업연관효과는 매우 낮음을 보여주었다. 그리고 고용과 소득 창출에는 상당한 파급효과를 가지고 있음을 보여주었다. 승수효과 분석은 축제에 대한 지출이 다른 산업분야에 대한 지출과 비슷한 정도의 산출효과를 가지고 있음을 보여주었다. 이러한 산업연관과 파급효과 분석은 자치정부의 예산이 축제의 기획과 운영을 위해 경상비로 지출되는 예산을 합리화할 수 있는가하는 질문에 대한 답을 제공하지는 않는다. 축제의 투자효과가 대안적인 투자의 효과와 비교되어야 하기 때문이다.

이에 대한 답을 제시하기에 앞서 축제의 경제적 파급효과의 영속성을 살펴보자. 축제 지출의 대부분은 운영비로 사용되므로 경제적 효과는 축제기간 동안의 일시적인 것으로 판단된다. 이를 확인하기 위해 광주비엔날레에 대한 행사비 지출을 사항별로 살펴보면, 모든 행사비의 지출이 일회성인 운영관리비와 행사진행비에 사용되고 있음을 알 수 있다. 조직운영비에 31~35% 정도가 사용되고 있으며, 회장운영과 홍보유치에 18~23% 정도의 예산이, 그리고 각종 행사에 45~47% 정도

<표 7> 광주비엔날레의 대회별 행사비 지출

구 분	제1회	제2회	제3회	제4회
행사기간	95.9.20~11.20 (61일)	97.9.1~11.27 (88일)	00.3.29~6.7 (71일)	02.3.29~6.29 (93일)
계	8,363(100)	9,832(100)	11,439(100)	8,440(100)
조직운영(일반관리)	2,578(30.8)	3,055(31.1)	3,567(31.2)	2,928(34.7)
회장운영(관리예산포함)	740(8.8)	731(7.4)	706(6.2)	538(6.4)
홍보유치	752(9.0)	1,523(15.5)	1,494(13.0)	991(11.7)
수익사업	214(2.4)	280(2.9)	273(2.4)	206(2.4)
전시행사	2,844(34.0)	3,375(34.3)	4,002(35.0)	3,214(38.1)
축제행사	1,236(14.8)	869(8.8)	1,397(12.2)	564(6.7)

자료 : 2002년 광주비엔날레 평가보고서

출처 : 송태갑(2003) p. 8

의 예산을 사용하고 있는 것으로 나타났다(<표 7> 참조).

광주 비엔날레에 사용된 83~114억원에 이르는 상당한 예산을 사용하여 왔다. 이러한 예산은 조직운영과 행사운영에 사용되고 있으며, 영속적인 효과를 가지는 부분은 비엔날레 사무조직에 불과할 것으로 판단된다. 이러한 추론이 사실이라면 조직운영에 사용되는 30%를 제외할 경우 70% 정도에 해당하는 금액이 이라는 또한 축제로 인한 고용과 소득창출은 그 기간에 한정된 일시적인 것으로 생각된다. 따라서 대부분의 현존하는 축제가 일시적인 경기부양 효과를 가지고 오는데 그치는 것으로 추론된다.

축제에 사용되는 자원은 지역사회에 영속적인 경제적인 파급효과를 가져올 수 있는 다른 부문에 사용될 수 있을 것이다. 그리고 대안적인 투자와 축제의 경제적 파급효과를 비교할 경우 축제지출의 효율성에 대한 진정한 평가가 가능할 것이다. 축제보다 더 우선시되어야 할 많은 정책대안이 있을 것으로 생각된다. 관광산업을 진흥이라는 목적도 축제라는 일회성 행사에 대한 지출보다는 지역 문화시설에 대한 투자와 관광시설의 조성이라는 보다 직접적인 투자를 통해서 더 효율적으로 달성될 수 있을 것이다. 결국 일회성 행사의 성격을 가진 축제는 관광 진흥을 위한 비효율적인 수단에 불과하다.

2. 축제공급의 정치경제학

그렇다면 제한적인 경제적 효과에도 불구하고 축제가 지역에 과잉 공급되고 있는 이유는 무엇일까. 그 이유를 살펴보기 위해 지자체의 축제 공급에 존재하는 정치경제학을 살펴보기로 하자.

축제를 주관하는 지자체의 단체장은 단기에 효과를 이끌어낼 수 있는 부문에 예산을 사용하기를 원할 것이다. 그리고 예산집행이 직접적으로 지역의 고용과 소득에 영향을 미치는 사업에 투자를 원할 것으로 생각된다. 이 경우 고용과 소득 효과가 높은 관광산업을 촉진시킬 수 있는 축제의 개최는 이러한 정치적인 목적에 매우 부합되는 것으로 판단된다. 축제는 그 지역의 고용과 소득 증가에 기여함으로써 정치적으로 자치단체장에게 매력적인 행사로 판단된다.

반면에 다른 산업부문 예컨대 제조업의 투자는 그 산업연관 효과가 크다 할 지라도 고용과 소득효과가 상대적으로 크지 않기 때문에 매력적이라고 볼 수는 없을 것이다. 그리고 제조업의 투자는 자치단체의 노력에 비해 그 성과를 얻기는 어려운 반면에 그 입지결정도 기업의 개인적인 의사결정의 몫으로 자치단체의 성과로 내세우기 어려운 점도 있을 것이다.

또한 제조업의 기반구축에 들어가는 장기적인 비전제시와 계획수립 및 기업 환경제공 등은 지자체 단체장의 임기를 훨씬 넘어서는 장기적인 안목과 투자 및 많은 노력을 필요로 한다. 단기적인 성과를 지향하는 지자체에게 산업연관 효과는 작지만 눈에 보이는 가시적인 성과를 즉각 알릴 수 있는 축제는 좋은 예산 사용처로 생각된다.

축제는 또한 지자체장에게 지역홍보와 지역이미지 부각을 통해 개인적인 홍보 효과를 거둘 수 있는 좋은 기회를 제공한다. 자치단체의 예산으로 본인이 직접 출연하는 직접적인 광고를 내보내거나 그렇지 않더라도 간접적인 광고를 할 수 있을 것이다. 이러한 홍보효과는 축제가 매력적인 또 다른 이유이다. 축제가 과다 공급되는 정치경제학적인 이유는 상당히 자명해 보인다.

V. 결 론

본 연구는 지역 투입-산출모형을 분석함으로써 광주·전남 관광산업의 특성을 살펴본다. 이 지역의 관광산업의 산업연관성의 특성과 경제적 승수효과에 대한 특

징을 다른 산업과 비교 고찰하였다. 분석결과, 관광산업의 전후방 산업연관효과는 제조업보다 떨어지는 것으로 나타났다. 그러나 관광산업의 고용과 소득효과는 다른 산업에 비해 높은 것으로 나타났다. 따라서 관광산업의 지역경제에 미치는 효과는 고용과 소득창출 효과로부터 찾을 수 있을 것이다. 산업별 승수분석의 결과도 이러한 관광산업의 특성을 확인하고 있다.

본 연구는 지역축제의 경제적 파급효과를 광주·전남의 대표적인 두 축제인 광주비엔날레와 함평나비축제를 예로 들어 살펴보았다. 이들 두 축제의 경제적 파급효과의 분석으로부터 나타난 축제의 경제적 효과의 일반적인 특성은 다음과 같다. 첫째, 축제의 경제적 파급효과는 대부분 서비스산업에 한정된 것으로 나타나고 있으며, 제조업을 비롯한 다른 산업에 대한 파급효과는 매우 제한적인 것으로 나타났다. 둘째, 이러한 파급효과는 축제 지출비용의 약 1.5배에 이르는 산출효과를 가지고 있는 것으로 추정되었다. 셋째, 축제로 인한 고용과 소득창출은 축제 기간에 한정된 일시적인 것으로 판단된다.

마지막으로 본 연구는 지역축제의 제한적인 경제적 효과에도 불구하고 축제가 과잉 공급을 이유를 정치경제학적으로 설명하였다. 본 연구는 축제가 지역에 과잉 공급되고 있는 다음과 같은 몇 가지 정치경제적인 이유를 제시하였다. 첫째, 자치단체장의 단기적인 안목을 지적하였다. 단체장은 단기에 효과를 이끌어낼 수 있는 부문에 예산을 사용하여 재선을 원할 것이므로 그 효과가 단기에 나타날 수 있는 축제를 개최하기를 원할 것이다. 둘째, 관광산업은 산업연관 효과가 작다 할지라도 고용·소득효과가 크기 때문에 유권자의 표를 얻기에 더 유리할 것이다. 셋째, 축제는 자치단체장의 직접적인 홍보나 지역홍보와 지역이미지 부각을 통한 간접적인 홍보효과를 거둘 수 있는 좋은 기회를 제공한다.

이러한 이유로 축제는 과잉 공급되고 있으며, 그 효과도 과대 추정되어 발표되는 것으로 보인다. 본 연구는 이러한 개연성을 광주비엔날레에 대한 과거 경제적 효과에 대한 연구들과 함평나비축제에 대한 외부관람객 수의 추정을 평가함으로써 살펴보았다. 지방자치단체는 지역축제의 경제적 효과를 과잉 추정하려는 유인을 가지고 있기 때문에 축제의 평가시스템을 보다 엄밀하게 시행해야 할 것이다. 이점에서 본 연구는 축제 방문객의 추정에 정확성을 기할 수 있는 표준적인 기법이 사용되어야 할 것이다.

축제가 자치단체별로 성행하고 있는 현실에서 지역축제가 어느 정도의 경제적 효과를 가져 올 것인가를 살펴보는 것은 축제를 개최에 소요되는 막대한 경제적인 비용을 고려할 경우 큰 의미가 있다고 할 것이다. 이 점에서 지역축제의 경제적

의미를 조망하는 본 연구의 의미를 찾을 수 있을 것이다. 향후 축제를 비롯한 각종 문화행사는 경제적 효과에 근거하여 실행되기를 기원한다.

참 고 문 헌

- 광주광역시, 1996, 1998, 2003, 『시정백서』.
- 광주 동구청, 2004, <http://www.donggu.qwangju.or.kr/>
- 광주비엔날레, 1996, 『제1회 광주비엔날레 결과보고서』
- 광주비엔날레, 1996, 『제2회 광주비엔날레 결과보고서』
- 광주비엔날레, 1996, 『2000 광주비엔날레 결과보고서』
- 송태갑, 2003, 『광주 지역축제의 활성화 방안』, 광주전남발전연구원 정책연구 2003-02.
- 김규호, 2002, “문화행사가 지역경제에 미치는 효과분석: 경주지역에 미치는 애드-혹 소득승수 추정을 중심으로”, 『관광학연구』, 26(3), pp.53-72.
- 김규호 · 김사현, 1998, “지역산업연관모형에 의한 관광산업의 경제적 효과분석”, 『관광학연구』, 22(1), pp.151-171.
- 김상호, 2004a, “광주비엔날레의 지역경제 파급효과”, 한국국민경제학회 · 한국경상학회 · 전남매일 2004년 추계공동학술대회 발표논문집, pp.35-48.
- 김상호, 2004b, “함평나비축제의 지역경제 파급효과”, 『한국지역개발학회지』, 16(3), pp.101-116.
- 김태명 · 권혁일, 2000, “대전시 지역경제의 투입-산출분석에 관한 연구”, 『한국지역개발학회지』, 12(2), pp.1-19.
- 김호연, 1999, “환경규제가 지역경제에 미치는 영향”, 『지역연구』, 15(3), pp.1-13.
- 이성근 · 이춘근, 1995, “신도청의 건설투자사업의 지역경제 파급효과 분석”, 『한국지역개발학회지』, 7(1), pp.73-87.
- 이희찬, 2001, “메가이벤트의 지역경제효과 추정방법 연구-2000광주비엔날레를 사례로”, 『관광연구』, 25(2), pp.155-176.
- 이춘근, 1994, 『지역산업연관모형의 추정방법과 대구지역에의 적용』, 연구보고서 93-1, 대구경북개발연구원.
- 이충기, 2003, “월드컵 외국인방문객의 실제 관광지출액 추정과 그에 따른 경제적 파급효과”, 『관광학연구』, 26(4), pp.11-26.
- 이충기 · 박창규, “한국카지노 산업의 경제적 파급효과 분석: 산업연관모형을 중심으로”, 『관광학연구』, 19(2), pp.27-45.
- 오순환, 1999, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 『관광학연구』, 22(3), pp.202-221.

- 임종인, 1996, “I/O모형을 이용한 광주시의 산업연관효과 분석”, 『지방시대와 선택』, 광주·전남발전 연구원. pp.281-349.
- 전중평, 1995, 『제1회 광주비엔날레의 지역경제 파급효과』, 광주전남발전연구원.
- 전중평, 1997, 『제2회 광주비엔날레의 지역경제 파급효과』, 광주전남발전연구원.
- 조광익·임재영, 2001, “MIRO 모형과 관광산업의 경제 파급효과: 강원지역을 중심으로”, 『관광학연구』, 24(3), pp.209-229.
- 최승업, 1997, “지역문화예술축제가 지역에 미치는 경제적 파급효과 분석-춘천인형극제를 중심으로”, 『강원연구』, 1(1), pp.65-94.
- 통계청, 『광공업통계조사보고서(지역편)』. 해당년도.
- 통계청, 『서비스총조사보고서』. 해당년도.
- 한국관광공사, 1993, 『관광산업의 국민경제 파급효과에 관한 투입산출분석』.
- 한국관광연구원, 1997, 『관광개발이 지역경제에 미치는 파급효과』.
- 한국은행, 2004, 1998, 1995, 『산업연관표』.
- Isard, W., 1960, *Methods of Regional Analysis*. Cambridge. Cambridge: The MIT Press. pp.123-126.
- Laumas, S. P., 1985, *Key Sectors in Underdeveloped Countries*, Northern Illinois University.
- Schaffer, W. A. and Chu, K., 1969, “Nonsurvey Techniques for Constructing Regional Inter-industry Model”, *Papers of Regional Science*, vol. 23. pp. 83-88.
- Shen, T. Y., 1960, “An Input-Output Table with Regional Weights”, *Papers and Proceedings of Regional Science*, vol. 6.
- Stevens, B. H. and Treyz, G. I., 1983, “A New Technique for the Construction of Non-survey Regional Input-Output Model”, *International Regional Science Review*, vol. 8. pp. 271-286.

<Abstract>

**Economic Impacts of Regional Festivities:
A Critical Evaluation**

Sangho Kim

Professor of Tourism Management, Honam University

This study evaluates the economic impacts of regional festivals and cultural events by utilizing regional input-output models of Gwangju and Jeonnam, which are derived by using a location-quotient approach. Tourism industry has modest forward and backward linkages with other industries, but its impacts on regional income and employment are much larger than other industries including manufacturing industry. Strong impacts on income and employment seem to provide rationale for promoting tourism industry in Gwangju-Jeonnam. This study also surveys the economic effects of the 2000 Gwangju Biennale and the 6th Hampyeong Butterfly Festival, two of the most famous festivities in Gwangju-Jeonnam area. From the survey, this study provides general features of economic effects of festivals and political economic reasons for the over-supply of regional festivals. The study suggests rigorous evaluation of economic effects of regional festivals to improve economic efficiency.

Keywords: regional festivals, tourism industry, Gwangju Biennale, Hampyeong Butterfly Festival, input-output model