Festival Economy ขับเคลื่อนอย่างไรให้ปัง

การจัดเทศกาลถูกนำมาใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลายประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่มีความพยายามผลักดันและยกระดับเทศกาลมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีข้อจำกัดและปัญหาที่ต้องแก้ไข ดังนั้น การนำบทเรียนของเทศกาลในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จมาเป็นแนวทางและปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศจึงมีความสำคัญ เพื่อให้เทศกาลของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เทศกาล (Festival) คือ ช่วงเวลาหนึ่งที่กลุ่มคนหรือชุมชนจะใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมเพื่อเฉลิมฉลองหรือทำกิจกรรมเป็นพิเศษร่วมกัน มักเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม มีการบูรณาการการทำงาน แสดงความคิดออกมาเป็นรูปธรรม และเผยถึงตัวตนของพื้นที่นั้น ๆ[27] ซึ่งในปัจจุบันเมื่อกระแสโลกเปลี่ยนแปลงไป ผู้คนเริ่มหันมาให้ความสนใจกับไลฟ์สไตล์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เทศกาลมีการพัฒนาให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและเกิดงานเทศกาลหลากหลายรูปแบบ เช่น เทศกาลอาหารจากพืช (Plant-based) จากเทรนด์การบริโภคที่คำนึงถึงความยั่งยืน หรือเทศกาลดนตรี โดยปัจจุบันแม้ว่าจะไม่มีการคาดการณ์มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลโดยตรง แต่จากรายงาน Event Tourism Market Outlook from 2024 to 2034[28] ที่คาดการมูลค่าการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ซึ่งเทศกาลเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวดังกล่าว พบว่า ในปี 2567 จะมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 1.63 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 2.38 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2577 หรือเพิ่มขึ้นกว่า 1.5 เท่า ภายในระยะเวลา 10 ปี นอกจากนี้ เทศกาลยังสร้างประโยชน์ในด้านอื่น ทั้งการสร้างรายได้ให้กับคนและผู้ประกอบการในพื้นที่จัดงาน การเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และการทำให้ผู้เข้าร่วมมีแนวโน้มที่จะมีความสุขมากขึ้น[29] รวมทั้งยังเป็นการเอื้อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ที่จัดงาน ซึ่งจากประโยชน์ดังกล่าว ทำให้หลายประเทศใช้เทศกาลเป็นเครื่องมือหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อาทิ ประเทศสิงคโปร์ที่มีการวางแผนสร้างเมืองให้เป็นศูนย์กลางของการจัดเทศกาล และมีการดึงศิลปิน นักร้องระดับโลก มาแสดงในประเทศ เช่นเดียวกับสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ที่มีการดำเนินการยกระดับเทศกาลหนังปูซานจนเมืองปูซานกลายเป็นเมืองแห่งศิลปวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทย รัฐบาลมีการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจเทศกาล ภายใต้การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) เป็นหน่วยงานหลักในการให้การสนับสนุนการจัดงานเทศกาล ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการสนับสนุนกว่า 100 งาน สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ประเทศกว่า 50,000 ล้านบาท[30] ซึ่งการขับเคลื่อนเทศกาลที่สำคัญในช่วงที่ผ่านมา อาทิ เทศกาลลอยกระทงของจังหวัดสุโขทัย ที่ TCEB ร่วมกับจังหวัดสุโขทัยส่งงานลอยกระทงเข้าร่วมการประกวดรางวัลงานเทศกาลที่มีศักยภาพ (ธีมงานกลางคืน) ในปี 2566 จนได้รับรางวัล Gold Prize จากสมาคมการจัดงานอีเวนท์

---

27 สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน), 2567, นิตยสาร The Knowledge ฉบับมกราคม - กุมภาพันธ์ 2567.

28 Future Market Insights (FMI), 2024, Event Tourism Market Outlook from 2024 to 2034 Report.

29 ข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2566 - 22 เมษายน 2567 การศึกษาของ Goldsmith's University ในปี 2561 พบว่า การเข้าร่วมการแสดงดนตรีสดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง สามารถเพิ่มความสุขได้ถึงร้อยละ 20 และอาจทำให้อายุยืนยาวมากขึ้น 9 ปี

30 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), (2567), บทความเรื่อง "ทีเส็บเดินหน้าขับเคลื่อนงานเทศกาลไทยสู่เวทีโลก".

และเทศกาลนานาชาติ (International Festival & Event Association (IFEA) ภูมิภาคเอเชีย รวมทั้งในปี 2567 มีการจัดงาน Maha Songkran World Water Festival 2567 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยในช่วงระหว่างวันที่ 1 - 21 เมษายน จำนวนเกือบ 2 ล้านคน[31] และสร้างรายได้สูงถึง 90,028 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม จากรายงานผลการสำรวจ เรื่อง เทศกาลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจัยกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Festivals in Sount East Asia: Catalysts for the Creative Economy) ของ British Council Indonesia[32] ยังพบว่า ประเทศไทยมีการจัดเทศกาลขนาดใหญ่ไม่มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและความสนใจของประชาชน โดยเงินทุนในการจัดเทศกาลส่วนใหญ่มาจากภาคเอกชน อีกทั้ง ยังมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศค่อนข้างน้อย หรือมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 52 ทำให้เทศกาลส่วนใหญ่มีผู้เข้าร่วมน้อย โดยร้อยละ 48 ของเทศกาลมีผู้ชมต่ำกว่า 5,000 คน นอกจากนี้ การจัดเทศกาลที่ผ่านมายังมีประเด็นปัญหาเกิดขึ้น อาทิ การจราจรติดขัดและเกิดคอขวดบริเวณทางเข้างาน ราคาสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้น จุดบริการต่าง ๆ ไม่เพียงพอ การก่ออาชญากรรมหรือคุกคามทางเพศ[33] และความคลาดเคลื่อนในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งยังอาจสร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในภายหลัง เช่น ปัญหาขยะและของเสีย[34] ซึ่งหากไทยสามารถแก้ประเด็นปัญหาเหล่านี้ได้ จะส่งผลให้งานเทศกาลต่าง ๆ ของไทยมีศักยภาพโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งในการจัดเทศกาลระดับโลกมีบทเรียนในการจัดงานและตัวอย่างการแก้ไขปัญหาที่น่าสนใจ ดังนี้

1. **การสร้างจุดขายของเทศกาลที่แตกต่างจากเทศกาลอื่นหรือที่อื่น** ซึ่งในบางประเทศอาศัย**การดึงจุดแข็งของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มาเป็นจุดขาย** เช่น *เทศกาลริโอ คาร์นิวัล (Rio Carnival)* ของประเทศบราซิล ที่ไม่ใช่เพียงแค่การเฉลิมฉลองของชาวคริสต์ทั่วไป แต่มีการนำการเต้นแซมบ้า ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของชาวลาตินอเมริกามาผสมผสาน ทำให้มีเสน่ห์และโดดเด่นกว่าเทศกาลคาร์นิวัลที่จัดขึ้นในประเทศอื่น นอกจากนี้ องค์ประกอบอื่น ๆ ของงานที่จัดอย่างยิ่งใหญ่ ทั้งขบวนพาเหรด การแต่งกายสีฉูดฉาด ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกจนได้รับการประกาศโดย Guinness Book World Records 2010 ว่าเป็นปาร์ตี้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เช่นเดียวกับ *เทศกาลสาดสี (Holi Festival)* หนึ่งในงานเฉลิมฉลองที่ทั่วโลกรับรู้มากที่สุดของประเทศอินเดีย มีพื้นฐานมาจากความเชื่อในศาสนาฮินดู โดยเชื่อว่าการสาดสีเป็นการปัดเป่าสิ่งชั่วร้าย อย่างไรก็ตาม เทศกาลที่ประสบความสำเร็จอาจไม่ได้พึ่งพาศักยภาพของวัฒนธรรมหรือประเพณีดั้งเดิมแต่เป็น**การเพิ่มความคิดสร้างสรรค์หรือต่อยอดจากบางสิ่งบางอย่าง** อาทิ *เทศกาลปามะเขือเทศ (La Tomatina)* ในประเทศสเปน ที่จัดขึ้นทุกปี เฉพาะที่เมืองบูโญลเมืองเดียวเท่านั้น ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากเหตุทะเลาะวิวาทภายในงานเดินขบวนพาเหรดเมื่อปี ค.ศ. 1945 ที่มีการใช้มะเขือเทศปาใส่กัน จนเหตุดังกล่าวกลายมาเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างความสนุกที่ได้รับความนิยมจากคนในท้องถิ่น จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2002 เทศกาลนี้ถูกประกาศให้เป็นเทศกาลสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งปัจจุบันสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกว่าสองหมื่นคนให้เข้าร่วม จึงนับเป็นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ความเฉพาะตัว

นอกจากนี้ เทศกาลอีกหนึ่งรูปแบบที่เป็นที่นิยมอย่างมาก คือ เทศกาลดนตรี ซึ่งมีรูปแบบการจัดงานที่แตกต่างกันไปเพื่อตอบสนองต่อคนกลุ่มต่าง ๆ อาทิ *เทศกาลดนตรี Tomorrowland* ของประเทศเบลเยียม

---

31 https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/61918.

32 https://www.britishcouncil.sg/sites/default/files/festivals_in_south_east_asia_report_.pdf.

33 สำรวจความเห็นประชาชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 1,725 คน ระหว่างวันที่ 24 - 30 มี.ค. 2566 เกี่ยวกับวันสงกรานต์ พบว่า ผู้เข้าร่วมงานร้อยละ 85.7 เคยถูกฉวยโอกาสลวนลาม

34 รายงานผลกระทบด้านสังคมของเทศกาลถือศีลกินผัก จังหวัดภูเก็ต ปี 2565 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

เป็นเทศกาลดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ (EDM) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีจุดเด่นด้านการออกแบบเวทีที่อลังการและธีมงานที่สร้างสรรค์ที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละปี รวมถึงยังรวบรวมศิลปิน ดีเจ ดนตรีแนวอิเล็กทรอนิกส์จากทั่วโลก

2. **การยกระดับระบบความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ร่วมงาน** โดยประเทศบราซิลถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีปัญหาอาชญากรรมและความรุนแรง[35] โดยในช่วง *เทศกาลริโอคาร์นิวัล* ได้มีการบังคับใช้กฎหมาย “No Is No” เพื่อเป็นมาตรการในการปกป้องและดูแลความปลอดภัยสตรีในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะการล่วงละเมิดทางเพศ ซึ่งจะประสานความร่วมมือสถานประกอบการท่องเที่ยว ตั้งแต่ที่พักไปจนถึงร้านอาหาร ไนต์คลับ และบริการขนส่ง ในการป้องกันอันตรายและคุ้มครองผู้หญิงในสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีศูนย์ปฏิบัติการริโอ (COR) ซึ่งเป็นห้องสังเกตการณ์พร้อมเจ้าหน้าที่ 60 คนต่อกะ และมีโดรนส่งภาพขบวนพาเหรดในตัวเมืองริโอเพื่อรายงานสถานการณ์แบบเรียลไทม์ไปยังเจ้าหน้าที่ควบคุม อีกทั้ง ยังมีการเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจให้ประจำการอยู่ทุกแห่ง เช่นเดียวกับ *เทศกาลปามะเซือเทศ* ที่ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ขณะที่มีข้อจำกัดด้านขนาดพื้นที่ของเมือง จึงออกมาตรการจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมและเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน โดยมีการจำหน่ายตั๋วเข้าร่วมที่มีจำนวนจำกัด และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั่วบริเวณงานและมีรถพยาบาลประจำอยู่แต่ละจุด ตลอดจนมีการเตรียมเฮลิคอปเตอร์เพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดคิด นอกจากนี้ บางประเทศได้มีการนำเทคโนโลยีในการจัดงาน (Event Technology) มาใช้ โดยสหรัฐอเมริกาได้มีการติดตั้ง OPENGATE เทคโนโลยีตรวจจับอาวุธขั้นสูงใน*เทศกาลดนตรีฮิปฮอประดับโลกอย่าง Rolling Loud* ที่มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 100,000 คน ซึ่งช่วยกระชับเวลาและขั้นตอนการคัดกรองของเจ้าหน้าที่ได้ถึงร้อยละ 64[36]

3. **การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน** หนึ่งในปัญหาที่พบอยู่บ่อยครั้งของการจัดงานเทศกาล คือ การจราจรที่หนาแน่นและติดขัด ขณะที่การมีระบบคมนาคมที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกันถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกับงานเทศกาลนั้น ๆ โดยประเทศเบลเยียมได้มีมาตรการรองรับสำหรับ *เทศกาลดนตรี Tomorrowland* ที่มีการเชื่อมโยงระบบขนส่ง โดยจัดให้มีบริการรถรับส่งจากสนามบินบรัสเซลส์ (สนามบินใกล้สุดของงาน) ไปยังที่จุดจัดงานโดยตรงซึ่งจะเปิดให้จองล่วงหน้าผ่านทางเว็บไซต์ของงาน ขณะเดียวกัน ยังจัดให้มีรถไฟสายพิเศษไปยังสถานที่จัดงานเทศกาล เพิ่มเติมจากระบบปกติ อีกทั้ง ยังมีที่จอดรถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้ ผู้จัดงานยังได้ประสานความร่วมมือกับผู้สนับสนุน (Sponser) อย่างสายการบินบรัสเซลส์ แอร์ไลน์ ในการออกแพ็กเกจทริป “Tomorrowland’s Global Journey” ที่ประกอบด้วยตั๋วเข้าร่วมงาน ตั๋วเครื่องบิน พร้อมโรงแรมที่พัก เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมงาน[37] อีกทั้ง ภายในงานยังมีเต็นท์

[35] มีอัตราการก่ออาชญากรรมสูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก จากข้อมูลของ Crime Index

[36] Susanna Roberts. 2562. รายงานเรื่อง Exploration of NO2 and PM 2.5 air pollution and mental health problems using high-resolution data in London-based children from a UK longitudinal cohort study.

[37] https://theattraction.co/tomorrowland/.

ไว้คอยให้บริการ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่พักให้ผู้เข้าร่วมงาน **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ** ได้จัดให้มีบริการเช่าล็อกเกอร์สำหรับเก็บสัมภาระ ห้องน้ำ สถานีชาร์จโทรศัพท์ รวมถึงมีจุด Info point เพื่อให้บริการด้านข้อมูล ซึ่งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน อีกทั้ง ยังมีแผนที่แบบโต้ตอบได้ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Tomorrowland ทั้งนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในงานยังออกแบบโดยคำนึงถึงผู้เข้าร่วมที่มีความพิการ อาทิ ทางเข้าที่มีลิฟต์ ห้องน้ำที่ออกแบบโดยเฉพาะ อีกทั้ง ยังอนุญาตให้นำสุนัขนำทางเข้ามาในบริเวณงานได้ และมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลในการเข้าถึงบริเวณต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี Tomorrowland bracelet ซึ่งเป็นสายรัดข้อมือที่ไม่เพียงเป็นเสมือนตั๋วเข้าร่วมงานเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางชำระเงินบริการต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมสามารถเติมเงินเข้าไปได้ ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไม่จำเป็นต้องพกเงินสด[38]

4. **การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลและมีมาตรการส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย**

ซึ่งประเทศสกอตแลนด์มีการวางกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ *Edinburgh Festival Fringe หรือเทศกาลศิลปะกลางแจ้ง*ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งมีการจัดทำข้อมูลเพื่อวางแผนและจัดลำดับการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า MOSAIC[39] ในการรวบรวมและจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงลึกอย่างเป็นระบบ ซึ่งทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ที่ไหน มีสัดส่วนเท่าไหร่ มีพฤติกรรมการจับจ่าย หรือมีกิจกรรมวันหยุดเป็นอย่างไร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้สามารถเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดทิศทางการทำการตลาด รวมถึงข้อมูลที่ต้องการสื่อสารออกไปให้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยสื่อโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง ผ่านแฮชแท็ก #EdinburghFestival #Fringe ที่ใช้ร่วมกันในทุกแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ยังมีการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรศิลปะ บริษัทเอกชน และหน่วยงานท่องถิ่นทั้งในและต่างประเทศ รวมถึง Influencer ในการประชาสัมพันธ์และสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานเทศกาล อีกทั้ง ยังมีการใช้ Google analytics เพื่อประเมินผลการประชาสัมพันธ์และสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดเทศกาลต่อไป

5. **การสนับสนุนจากภาครัฐและการบูรณาการความร่วมมือกับเอกชนและหน่วยงานท้องถิ่น**

ในการจัดงานเทศกาลจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาร่วมดำเนินการ ซึ่งจะต้องกระจายบทบาทหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญอย่างเหมาะสม สำหรับการจัดงาน*เทศกาลริโอคาร์นิวัล* มีการสร้างความร่วมมือและดำเนินการจัดงานไปพร้อมกันอย่างเป็นระบบ โดยเทศบาลนครริโอเดจาเนโร มีบทบาทหลักในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจัดงาน ทั้งด้านการจราจรและด้านความปลอดภัย ขณะที่ภาคเอกชนจะเข้ามาร่วมในฐานะสปอนเซอร์ที่เน้นให้การสนับสนุนด้านการเงิน การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด ส่วนภาคประชาชนถือเป็นตัวแปรในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ภายในงานที่สำคัญ โดยดำเนินการผ่านสมาคมต่าง ๆ อาทิ สมาคมโรงเรียนแซมบ้าอิสระ (LIESA) สมาคมนักดนตรี สมาคมนักออกแบบ และสมาคมผู้ผลิตเครื่องดนตรี ซึ่งเป็นไฮไลท์สำคัญของริโอคาร์นิวัล สำหรับ*เทศกาลโคลน* ของประเทศเกาหลีใต้ หน่วยงานท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ใช้ประโยชน์จากโคลน โดยให้มีการศึกษาความปลอดภัยและสรรพคุณของโคลน Boryeong รวมถึงวิจัยส่วนประกอบเพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว อีกทั้ง

---

[38] https://belgium.tomorrowland.com/en/practical/at-the-festival-site/.

[39] คือ ระบบซอฟแวร์อัจฉริยะที่นำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาข้อมูลที่มีความซับซ้อนที่ออกแบบมาเพื่อจำแนกประเภท วิเคราะห์ และสังเคราะห์ชุดข้อมูลเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจประชากรเป้าหมายได้อย่างละเอียด ตั้งแต่ข้อมูลพื้นฐาน และครอบคลุมไปถึงไลฟ์สไตล์ ความชอบ และพฤติกรรมของประชากรเป้าหมาย

ภาคการศึกษายังมีส่วนร่วมในการปรับแผนพัฒนาเชิงวัฒนธรรมให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ มีการจัดกิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นโคลน การแข่งขันกีฬาในโคลน การเพ้นท์โคลน จนเทศกาลมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก

6. **การจัดการกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการจัดเทศกาล** การจัดงานเทศกาลมักมีผู้เข้าร่วมจำนวนมากและจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรค่อนข้างมาก จึงหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ยาก ซึ่ง*เทศกาลดนตรีและศิลปะระดับโลก Coachella* ที่จัดขึ้นในสหรัฐอเมริกา ได้มีความพยายามในการส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมงานลดปริมาณขยะ เนื่องจากในแต่ละปีมีขยะเกิดขึ้นในปริมาณมาก ซึ่งปี 2564 มีขยะมากถึง 1,600 ตัน ขณะที่ มีขยะที่สามารถนำมารีไซเคิลได้เพียงร้อยละ 20 เท่านั้น โดยผู้จัดงานได้มีมาตรการสนับสนุนการรีไซเคิลขวดน้ำ โดยให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำขวดน้ำพลาสติกเปล่ามาแลกขวดน้ำ รวมถึงมีสิทธิ์แลกรับบัตรชิงช้าสวรรค์ เสื้อยืด โปสเตอร์ และของที่ระลึกอื่น ๆ นอกจากนี้ ในบางเทศกาลดนตรี ยังมีการปรับตัวโดยจัดงานให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ *งานคอนเสิร์ต Music Of The Spheres World Tour* ของวง Coldplay ได้ร่วมมือกับบริษัทบีเอ็มดับเบิลยู (BMW) พัฒนาแบตเตอรี่แบบชาร์จไฟได้เพื่อใช้จัดแสดง รวมถึงติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์พื้นพลังงานจลน์ (kinetic floors) และโซนปั่นจักรยาน เพื่อกักเก็บพลังงานจากการเคลื่อนไหวของผู้ชมไว้แปลงเป็นพลังงานไฟฟ้าเพื่อใช้ในการจัดงานครั้งต่อไป อีกทั้งยังมีการผลิตสายรัดข้อมือเรืองแสงแบบใช้ซ้ำ โดยทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ ซึ่งจะมีส่วนช่วยลดก๊าซเรือนกระจกได้มาก โดย Tyndall Center for Climate Change Research ปี 2564 พบว่า การจัดคอนเสิร์ตในสหราชอาณาจักรในระยะเวลา 1 ปี จะสร้างก๊าซเรือนกระจกประมาณ 405,000 ตัน

จากข้อค้นพบที่ได้จากศึกษาการจัดงานเทศกาลจากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จข้างต้น ถือเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์สำหรับประเทศไทย ในการนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศ ซึ่งอาจช่วยแก้ปัญหา ลดข้อจำกัด ตลอดจนการปรับปรุงแนวทางการขับเคลื่อน Festival Economy ของไทยที่มีเป้าหมายเพื่อให้ไทยเป็นจุดหมายที่โดดเด่นในการจัดงานเทศกาลระดับโลกในระยะถัดไป ดังนั้น จำเป็นต้องเร่งสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการผลักดันการจัดงานเทศกาล โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การยกระดับศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในมิติต่าง ๆ การบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการพัฒนาการจัดงานให้สอดรับกับเป้าหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้การจัดงานเทศกาลของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และได้รับความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ