

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองผ่านเทศกาลศิลปะ อาหาร และดนตรี

เมธัส มะกล้าทอง¹ มนต์รัช มะกล้าทอง² และเกริดา โคตรชารี^{2*}

¹คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ²วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองผ่านงานเทศกาลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้แก่ เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ (Venice Biennale) เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ (Oktoberfest) และเทศกาลดนตรีทอมอร์โรว์แลนด์ (Tomorrowland) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการทบทวนเอกสารและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องผนวกกับการสำรวจภาคสนาม สังเกตการณ์ และถ่ายภาพ ซึ่งแต่ละกรณีศึกษา คือ ตัวอย่างของเทศกาลทางวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบ ได้แก่ ด้านศิลปะ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านดนตรี ผ่านการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมือง จำนวนผู้เข้าร่วม และผลลัพธ์ทางการพัฒนาเมืองด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และกายภาพ ผลการศึกษาพบว่า เทศกาลทั้งสามมีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองในด้านพลวัตของเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำคัญทางวัฒนธรรม ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ ด้านการดึงดูดการท่องเที่ยว ด้านการสร้างแบรนด์เมือง ด้านการฟื้นฟูเมืองและการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งผลกระทบในระดับสากล อันจะนำไปสู่การพัฒนาในด้านอื่น ๆ ของเมืองตามมา การประยุกต์ใช้ในบริบทของไทยสามารถนำจุดเด่นเหล่านี้ขึ้นมาเป็นใช้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านอาหารที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับโลก

คำสำคัญ: เทศกาลศิลปะ เทศกาลอาหาร เทศกาลดนตรี ความสามารถในการแข่งขันของเมือง

*อีเมล: querida@nmu.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

Enhancing Urban Competitiveness through Arts, Food and Music Festivals

Medhas Maglumtong¹, Montouch Maglumtong² and Querida Khotcharee^{2*}

¹Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, ²Institute of Metropolitan Development,
Navamindradhiraj University

Abstract

This article aims to present the analysis of the enhancement of urban competitiveness through major global cultural festivals, including the Venice Biennale, the Oktoberfest, and the Tomorrowland Music Festival. This qualitative research used documentation along with observation, surveys and photography. Each case study is an example of cultural festival types, including art, food and drink, and music, which were analyzed with the urban competitiveness, number of participants, and results of urban development in terms of economy, social and cultural, and physical. The results of the study show that the three festivals effected in enhancement of urban competitiveness in the local economy dynamics, which can be divided into 6 areas: (1) cultural importance; (2) economic impact; (3) tourism stimulation; (4) city branding; (5) urban revitalization and community participation; and (6) international-level impacts. This will lead to the development of other aspects of the city. While, the implementation in the Thai context can apply with the food tourism, as it is already well-known and accepted at the international level.

Keywords: arts festival, food festival, music festival, urban competitiveness

*E-mail: querida@nmu.ac.th (Corresponding Author)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตการขยายตัวหรือการเติบโตของเมืองเกิดจากการนำทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่นั้น ๆ ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาหรือการติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนเป็นทุนทรัพย์ในการพัฒนา แต่เมื่อทรัพยากรทางธรรมชาติเหล่านั้นลดลงหรือหมดไป (Smith et al, 2022) แนวทางการพัฒนาเมืองจึงต้องหาทางเลือกอื่นในการสร้างทุนทรัพย์ในการพัฒนา โดยหนึ่งนั้น คือ การใช้จุดเด่นของวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของเมืองแต่ละเมืองหรือต้นทุนทางความคิด นำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างจุดเด่นให้กับเมือง

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่ทุกคนเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้นในปัจจุบัน เมืองต่าง ๆ ทั่วโลกต่างแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงทรัพยากรมนุษย์ และการลงทุน ซึ่งเป็นผลให้เมืองทั่วโลกต่างพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองตนเอง โดยการสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของเมืองผ่านการนำเสนอทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ชุมชนที่มีชีวิตชีวา และประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ผู้มาเยือน (Popescu & Corbos, 2012) ซึ่งวิธีหนึ่งที่เมืองต่าง ๆ ใช้ในการช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ การจัดงานเทศกาลศิลปะ เทศกาลอาหาร และเทศกาลดนตรี (Smith et al, 2022) โดยเทศกาลเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ การเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้เมืองกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดผู้มาเยือน และกลุ่มธุรกิจ

ศิลปะ อาหาร และดนตรีเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมที่มีผลต่อความมีชีวิตชีวาทางเศรษฐกิจของเมือง โดยเป็นการสร้างรายได้ การสร้างงาน และการดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากเทศกาลเหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งใกล้และไกล ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการสนทนาระหว่างชุมชนที่หลากหลาย กระตุ้นการใช้จ่ายในธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารในท้องถิ่น (Foster, 2022) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังทำให้เมืองนี้มีชื่อเสียงในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการพักผ่อนและความบันเทิงอีกด้วย

งานเทศกาลต่าง ๆ ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการทำงานร่วมกันทางสังคม โดยชาวเมืองมารวมตัวเพื่อเฉลิมฉลองประเพณีที่มีร่วมกัน ผ่านการมีส่วนร่วมในเทศกาลสร้างโอกาสในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน สร้างเครือข่าย และส่งเสริมความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของเมือง ช่วยกระชับความสัมพันธ์ทางสังคมและส่งเสริมความภาคภูมิใจของพลเมือง (Chapple et al, 2010) ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในเมือง ด้วยการใช้พื้นที่ที่ถูกกละเลย และกำหนดนิยามใหม่ของเอกลักษณ์ของเมือง เพิ่มการใช้งานพื้นที่สาธารณะ ถนน และย่านใกล้เคียง ทำให้เมืองน่าอยู่และมีชีวิตชีวามากขึ้น ผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการจัดการเชิงพื้นที่ (Foster, 2022) ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทศกาลเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมือง

บทความนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบที่หลากหลายของเทศกาลทางวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยหยิบยกประเด็นสำคัญ ๆ ได้แก่ เทศกาลศิลปะ เทศกาลอาหาร และเทศกาลดนตรี ที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันของเมือง ผ่านการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่มีความโดดเด่นในระดับสากลถึง กระบวนการในการดำเนินการ และกลยุทธ์ในการพัฒนาเทศกาล รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเมือง ที่ช่วยส่งเสริมความมีชีวิตชีวาทางวัฒนธรรม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลและผลวิเคราะห์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือเทศกาลที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้แก่ เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ (Venice Biennale) เมืองเวนิส ประเทศอิตาลี เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ (Oktoberfest) เมืองมิวนิก ประเทศเยอรมนี และเทศกาลดนตรีทอมอร์โรว์แลนด์ (Tomorrowland) เมืองแอนท์เวิร์ป ประเทศเบลเยียม และถอดบทเรียนด้านการพัฒนาเมืองเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองผ่านงานเทศกาลทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเน้นไปที่แนวคิดบทบาทของวัฒนธรรมที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเมือง โดยแอน มาร์คูเซนและแอน แกดวา (Markusen & Gadwa, 2010) กล่าวว่าแนวคิดเมืองสร้างสรรค์และบทบาทของวัฒนธรรมได้นำไปสู่การสร้างบรรทัดฐาน 3 ประเด็น ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบต่อการปฏิรูป และผลกระทบทางวัฒนธรรม ในขณะที่เกรม อีวานส์ (Evans, 2005) กล่าวว่าวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญต่อการฟื้นฟูเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการช่วยให้เมืองสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการฟื้นฟูทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม โดยได้เน้นย้ำว่าการฟื้นฟูที่ใช้วัฒนธรรมเป็นตัวนำได้ทำให้เกิดการขยายตัวของการลงทุนด้านวัฒนธรรมให้กว้างขวางขึ้น (Stern & Seifert, 2010) โดยคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมที่มีต่อชาวเมือง เช่น การกีดกันทางสังคม ความเป็นอยู่ที่ดีของชาวเมือง และการมีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้น (Evans, 2005; Chapple et al, 2010) ทั้งนี้ การฟื้นฟูเมืองโดยใช้วัฒนธรรมเป็นตัวนำควรแสวงหาผลประโยชน์ของความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการทำงานร่วมกันทางสังคม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้คนในพื้นที่ที่มีความรู้สึกร่วม และรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับท้องถิ่นของตน (Evans, 2005; Currid, 2007) นอกจากนี้คาร์ล โกรดัก (Grodach, 2009) ได้ให้คำแนะนำว่า กระบวนการวางแผนย่านวัฒนธรรมจำเป็นต้องรวมองค์การศิลปะท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ และควรเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของเมืองและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เพียงพอที่จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการพิจารณาถึงการพัฒนาผู้คนและเครือข่ายทางสังคม (Brown et al, 2000; Stern & Seifert, 2010)

การเพิ่มขีดความสามารถของเมือง หมายถึง การที่เมืองสามารถสร้างผลผลิตโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้คุ้มค่าที่สุดเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเมืองและดึงดูดการลงทุนจากภายนอก (UN-HABITAT, 2015) โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ คุณภาพชีวิตประชากร ความรับผิดชอบของภาครัฐ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรมนุษย์ พลวัตของเศรษฐกิจท้องถิ่น และต้นทุนทางธุรกิจ (UN-HABITAT, 2015) จากนิยามของเทศกาลทางวัฒนธรรมเบื้องต้นจะเห็นได้ว่า เทศกาลทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับการดึงดูดการลงทุนจากภายนอก และมีส่วนช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถใน

การแข่งขันของเมืองในด้านพลวัตของเศรษฐกิจท้องถิ่น และนำมาสู่การศึกษาถึงบทบาทของเทศกาลศิลปะ อาหาร และดนตรีในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองผ่านกรณีศึกษาทั้ง 3 เทศกาลนี้

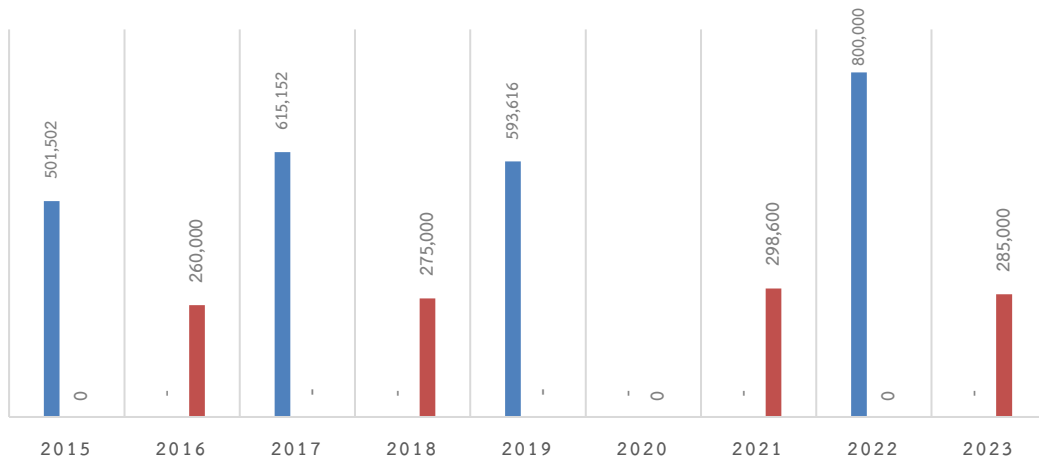
การดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการรวบรวมเอกสาร ร่วมกับการสำรวจภาคสนาม สังเกตการณ์ และบันทึกภาพโครงการในเมืองกรณีศึกษา ทำการวิเคราะห์จากกรณีศึกษา 3 เทศกาล ได้แก่ (1) เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ (Venice Biennale) เมืองเวนิส ประเทศอิตาลี (2) เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ (Oktoberfest) เมืองมิวนิก ประเทศเยอรมนี และ (3) เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ (Tomorrowland) เมืองแอนท์เวิร์ป ประเทศเบลเยียม ซึ่งแต่ละเทศกาลล้วนเป็นตัวแทนที่มีความสำคัญในประเภทเทศกาลของตนเอง คือ ด้านศิลปะด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านดนตรี โดยมีการประมวลข้อมูลและจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผลลัพธ์จากงานเทศกาลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองด้านพลวัตของเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อสรุปผลการศึกษาและเสนอแนะการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย

เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ (Venice Biennale)

ในแวดวงสังคมของกลุ่มผู้สนใจด้านศิลปะและวัฒนธรรม มีงานเทศกาลที่เรียกได้ว่าเป็นเกียรติภูมิสำหรับศิลปินที่ได้จัดแสดงผลงานมากที่สุด คือ เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ โดยนิทรรศการนี้จัดขึ้นทุก ๆ 2 ปี ซึ่งย้อนกลับไปในปี ค.ศ. 1895 สลับกับงานเทศกาลสถาปัตยกรรมเวนิสเบียนนาเล่ โดยเทศกาลศิลปะจะจัดในปีเลขคี่ตามคริสต์ศักราช ส่วนเทศกาลสถาปัตยกรรมจะจัดในปีเลขคู่ตาม คริสต์ศักราช ซึ่งเทศกาลนี้ได้กลายเป็นรากฐานสำคัญของปฏิทินศิลปะระดับโลก (Bergamin Barbato & Mio, 2007) โดยได้ดึงดูดศิลปินภัณฑารักษ์ นักสะสม และผู้ชื่นชอบงานศิลปะจาก ทั่วโลกมายังเมืองเวนิส ประเทศอิตาลี และทำให้เวนิสกลายเป็นเวทีสำหรับการจัดแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัย สถาปัตยกรรม และภาพยนตร์ที่ล้ำสมัย โดยศิลปินหน้าใหม่ ซึ่งดึงดูดความสนใจของชุมชนศิลปะนานาชาติ ด้วยการจัดแสดงผลงานที่กำลังเป็นกระแสล่าสุด และการพัฒนาทางศิลปะ เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ยังยกระดับรูปแบบทางวัฒนธรรมของเวนิส และส่งเสริมสถานะของเมืองในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนทางศิลปะ

ด้านเศรษฐกิจ พบว่า เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่มีผลกระทบทางเศรษฐกิจและช่วยส่งเสริมการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสร้างรายได้จากการจำหน่ายตั๋ว การจองโรงแรม การใช้บริการร้านอาหาร และการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นภายในเมืองเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22 (Smith et al, 2022) จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและผู้สนใจศิลปะในช่วงเทศกาลนี้ ทำให้พลวัตของเศรษฐกิจในท้องถิ่นมีการหมุนเวียนของเงินเป็นจำนวนมากและสร้างโอกาสในการทำงาน ทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลกให้กับเมืองเวนิสอีกด้วย



ภาพที่ 1 สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ค.ศ. 2015 – 2023

ที่มา: <https://www.statista.com/>

เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานเฉลี่ยมากกว่าปีละ 5 แสนคน จากการจัดงานเป็นเวลา 7 เดือน โดยเทศกาลศิลปะมีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ยสูงกว่าเทศกาลสถาปัตยกรรม โดยเทศกาลสถาปัตยกรรมมีจำนวนผู้เข้าชมระหว่าง 250,000 – 300,000 คนต่อปี (ภาพที่ 1) จากที่แต่เดิม เทศกาลศิลปะจะจัดในปีเลขคู่ตามคริสต์ศักราช ส่วนเทศกาลสถาปัตยกรรมจะจัดในปีเลขคี่ตามคริสต์ศักราช แต่เนื่องจากในปี ค.ศ. 2020 เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ไม่สามารถจัดเทศกาลสถาปัตยกรรมในปีนั้นได้ จึงได้เลื่อนมาจัดในปี ค.ศ. 2021 และทำให้รอบการจัดงานระหว่างเทศกาลศิลปะกับเทศกาลสถาปัตยกรรมสลับกันตั้งแต่นั้นมา

ด้านสังคม พบว่า เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่เป็นโอกาสสำคัญที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความร่วมมือในระดับนานาชาติระหว่างศิลปิน ภัณฑารักษ์ และสถาบันทางวัฒนธรรมจากทั่วโลก มีการเสวนา การสร้างเครือข่าย และการทำงานร่วมกันผ่านนิทรรศการ การแสดง และการประชุมสัมมนา ซึ่งต่อยอดไปสู่การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในเมือง ช่วยจุดประกายความคิดใหม่ ๆ ความคิดริเริ่ม และการแทรกซึมของศิลปะในพื้นที่เมือง ตั้งแต่การจัดวางเฉพาะสถานที่ (installation art) ไปจนถึงโครงการศิลปะสาธารณะ ซึ่งเทศกาลศิลปะนี้ได้พลิกโฉมโครงสร้างเมืองเวนิส โดยผสมผสานเมืองเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และการทดลองทางศิลปะ และดึงดูดกำลังซื้อทางด้านผลงานศิลปะเข้าสู่เมืองรวมทั้งผู้ประกอบการที่กำลังมองหาสภาพแวดล้อมในเมืองที่มีชีวิตชีวา



ภาพที่ 2 เทศกาลเวนิสเบียนนาเล่

ที่มา: ผู้วิจัย

ด้านกายภาพ พบว่า เป็นด้านที่เทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในการฟื้นฟูเมืองและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากการปรับปรุงพื้นที่บริเวณสวนจิอาร์ดีนิ (Giardini) และโรงต่อเรืออาร์เซนาเล่ (Arsenale) ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออกของเมืองเวนิส และเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการใช้งานมาเป็นเวลานาน ช่วยฟื้นฟูพื้นที่ดังกล่าวให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง รวมทั้งยังมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานปรับปรุง และพัฒนาเครือข่ายการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัฒนธรรมเพื่อรองรับการหลังไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยว (Zorzetto et al, 2020) การลงทุนเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีต่อผู้มาเยือนเท่านั้น แต่ยังทิ้งมรดกที่ยั่งยืนของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของเมืองเวนิสอีกด้วย

งานเทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่ มีผลกระทบอย่างกว้างขวางในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของเมือง ด้วยการนำจุดเด่นของศิลปะ วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ผ่านการฟื้นฟูเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับ ทำให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในด้านการเสริมสร้างพลวัตของเศรษฐกิจในท้องถิ่นและเกิดผลกระทบที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง นอกจากนี้ยังทำให้เมืองเวนิสกลายเป็นผู้นำในโลกศิลปะ วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

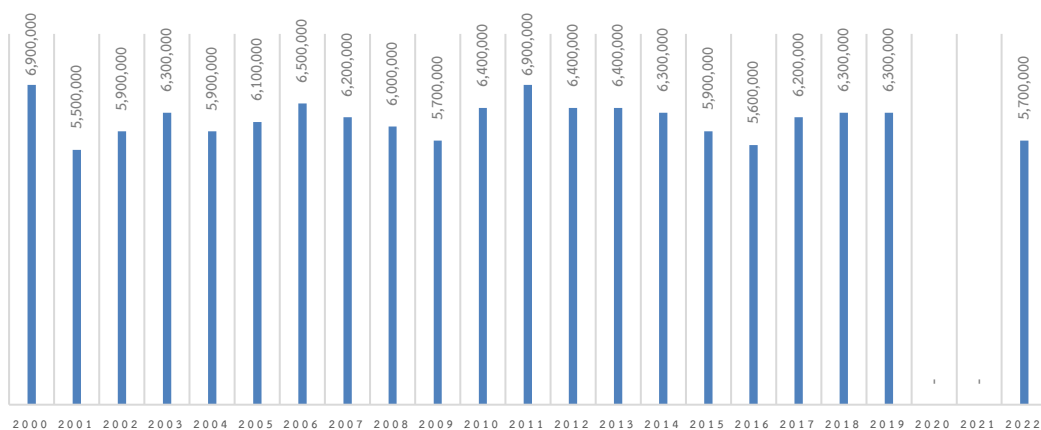
เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ (Oktoberfest)

เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์เป็นเทศกาลประเพณีท้องถิ่นที่ใหญ่ที่สุดในโลก และมีความเก่าแก่มากเป็นลำดับต้น ๆ โดยถือกำเนิดขึ้นในเมืองมิวนิก ประเทศเยอรมนี ในปี ค.ศ. 1810 และเป็นเทศกาลที่โดดเด่นและโด่งดังที่สุดงานหนึ่งในปฏิทินเทศกาลระดับโลก จนกลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายล้านคนจากทั่วโลกให้มาร่วมเฉลิมฉลอง นับเป็นสัญลักษณ์แห่งวัฒนธรรมและประเพณีบาวาเรีย (Lozano, 2023) ด้วยการนำเสนอ มรดกทางวัฒนธรรมจากรากฐานที่มีมายาวนานหลายศตวรรษของเบียร์ในแคว้นบาวาเรีย

ด้านเศรษฐกิจ พบว่า เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจและการดึงดูดการท่องเที่ยวให้กับเมืองมิวนิกเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากอัตราการจองที่พักในเมืองมิวนิกซึ่งมักจะเต็มในช่วง

เดือนตุลาคมของทุกปี สร้างรายได้ 1.25 พันล้านยูโร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2 ของจีดีพี (GDP) ของประเทศเยอรมนี (Lozano, 2023) และกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคต่าง ๆ ตั้งแต่อุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมการผลิตเบียร์ ร้านอาหาร ไปจนถึงการค้า และการขนส่ง และสร้างงานให้กับประชากรเมือง นอกจากนี้ เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ยังสร้างตราสัญลักษณ์หรือแบรนด์เมือง (city branding) ให้กับมิวนิกในฐานะต้นแบบของเทศกาลอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก โดยกลายเป็นต้นแบบให้กับงานเทศกาลท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น งาน Cannstatter Volksfest ที่เมืองสตุทการ์ท งาน Cranger Kirmes ที่เมืองเอิร์ธิน งาน Rheinkirmes ที่เมืองดუსเซลดอร์ฟ และงาน Freimarkt ที่เมืองเบอร์เมน เป็นต้น สำหรับการวางแผน การจัดการ และการดำเนินการอย่างพิถีพิถันของเมือง Oktoberfest เป็นตัวอย่างความเชี่ยวชาญในการจัดงานสำคัญ ๆ เนื่องจากเทศกาลต้องใช้ไฟฟ้าและก๊าซหุงต้มเป็นจำนวนมาก การวางแผนรองรับกรณีเกิดเหตุขัดข้องจึงต้องอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อไม่ให้งานสะดุดหรือติดขัดระหว่างที่จัดงาน รวมไปถึงระบบขนส่งมวลชนที่รองรับคนจำนวนมากที่เข้าออกงานในแต่ละวันอีกด้วย

เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานเฉลี่ยประมาณปีละ 5 – 6 ล้านคน จากการจัดงานเป็นเวลา 17 - 18 วัน เฉลี่ยวันละประมาณ 315,000 คน โดยในปี ค.ศ. 2000 และ 2011 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานสูงถึง 6.9 ล้านคน (ภาพที่ 3) ซึ่งเป็นปีที่มีการเฉลิมฉลองเข้าสู่สหัสวรรษใหม่ และปีที่ฉลองครบรอบ 200 ปีของเทศกาลตามลำดับ ในจำนวนนี้พบว่า ร้อยละ 72 เป็นผู้เข้าร่วมงานจากแคว้นบาวาเรีย และร้อยละ 15 เป็นชาวต่างชาติ ภายในงานมีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงถึง 2.9 ล้านกิโลวัตต์/ชั่วโมง ก๊าซหุงต้ม 159,000 ลูกบาศก์เมตร และมีเบียร์ถูกเสิร์ฟในแต่ละปีสูงถึง 7.7 ล้านลิตร



ภาพที่ 3 สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงานปี ค.ศ. 2000 - 2022

ที่มา: <https://www.statista.com/>

ด้านสังคม พบว่า เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์เป็นเทศกาลที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมโดยใช้อาหารและเครื่องดื่มเป็นสื่อกลางเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรมที่หลากหลาย สร้างบรรยากาศแห่งมิตรภาพภายในพื้นที่อาหารและเครื่องดื่มจากเมืองต่าง ๆ ทั่วแคว้นบาวาเรีย (Lozano, 2023) ช่วยกระชับความสัมพันธ์ของมิวนิกกับเมืองและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก

รวมทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการต้อนรับและการเปิดกว้างต่อชุมชนทั่วโลกผ่านเทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงในฐานะเมืองที่เป็นมิตรและมีความเป็นสากล

ด้านกายภาพ การฟื้นฟูเมือง และการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์จัดขึ้นที่บริเวณที่เรียกว่า เทเรเซียนวีเซ (Theresienwiese) ซึ่งตั้งอยู่ในเขตใจกลางเมืองมิวนิก ทางด้านทิศใต้ของสถานีรถไฟมิวนิก ครอบคลุมพื้นที่ 420,000 ตารางเมตร นอกเหนือจากงานเทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์แล้ว ยังมีอีก 2 งานที่จัดในพื้นที่เดียวกันนี้ คือ เทศกาลฤดูใบไม้ผลิมิวนิก (Munich Frühlingsfest) ในเดือนเมษายน - พฤษภาคม และเทศกาลทอลล์วู้ด (Tollwood Festival) ในเดือนธันวาคม ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวถึง 650,000 คน โดยจากการใช้พื้นที่ดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นว่าเทศกาลที่จัดในบริเวณนี้มีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูเมืองด้วยการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะตลอดทั้งปีและก่อให้เกิดรายได้ให้กับเมือง (Ryabev et al, 2021) ซึ่งผลกระทบของเทศกาลได้ขยายออกไปนอกพื้นที่จัดงาน เนื่องจากธุรกิจนักท่องเที่ยวและย่านใกล้เคียงต่างได้รับประโยชน์จากการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก



ภาพที่ 4 เทศกาลออกโทเบอร์เฟสต์

ที่มา: ผู้วิจัย

เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเมืองมิวนิกโดยการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สำคัญ นั่นคือ อาหารและเครื่องดื่มที่ผลิตในแคว้นบาวาเรีย ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบมากขึ้น มีการใช้งานพื้นที่ในเมืองมากขึ้น และได้ส่งเสริมการส่งออกของวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่สายตาชาวโลก เทศกาลนี้ยังได้แสดงให้เห็นถึงสถานะของมิวนิกในฐานะเมืองที่มีชีวิตชีวาและมีความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก ซึ่งช่วยในการดึงดูดงานเทศกาล การประชุม และการรวมตัวระดับนานาชาติในอนาคต และเสริมสร้างความแข็งแกร่งในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการท่องเที่ยวและธุรกิจ

เทศกาลดนตรีทอมอร์โรว์แลนด์ (Tomorrowland)

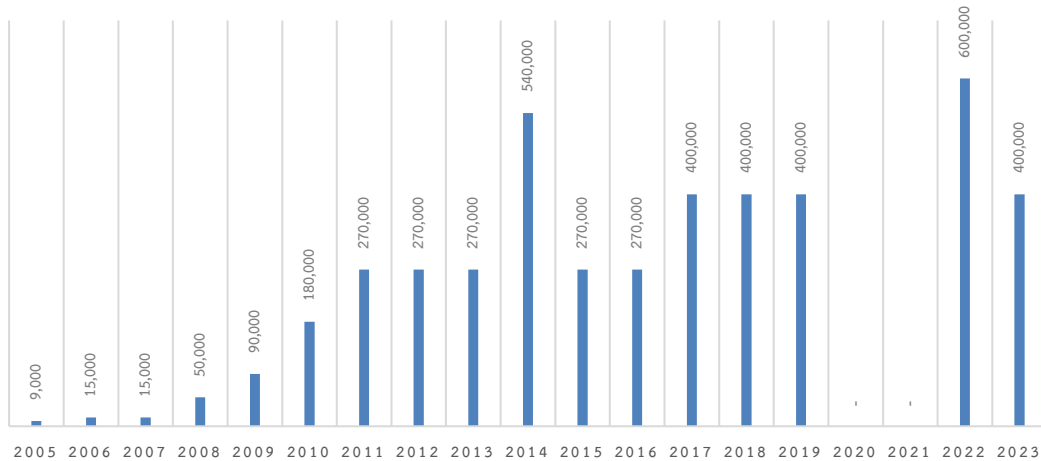
ท่ามกลางภูมิประเทศอันเขียวชอุ่มของสวนสาธารณะเดอ ชคอร์ (De Schorre Provincial Recreational Park) บริเวณตอนใต้ของชานเมืองแอนท์เวิร์ป ประเทศเบลเยียม มีงานเทศกาลดนตรีจัดขึ้นทุกปีในช่วงฤดูร้อนที่ครองใจผู้คนนับล้านทั่วโลก นั่นคือ เทศกาลดนตรีทอมอร์โรว์แลนด์ ซึ่งเป็นเทศกาลดนตรี

ต้นรำอิเล็กทรอนิกส์ที่ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2005 และได้พัฒนาจนกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก (global cultural showcase) มีการออกแบบเวทีที่น่าตื่นตาตื่นใจ และการแสดงที่น่าหลงใหลจากดีเจชื่อดังที่คัดสรรมาจากทั่วโลก เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์จึงกลายเป็นสัญลักษณ์แห่งความคิดสร้างสรรค์และหนึ่งในตัวแทนทางวัฒนธรรมของเบลเยียม (Smith et al, 2022) การเฉลิมฉลองดนตรีต้นรำอิเล็กทรอนิกส์ดึงดูดผู้รักเสียงเพลงจากทุกสาขาอาชีพ ทำให้เบลเยียมเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม และมีชื่อเสียงในเวทีระดับโลก (ภาพที่ 6)

ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจของเทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ในประเทศเบลเยียมมีความน่าสนใจมาก เนื่องจากเทศกาลดนตรีนี้ได้สร้างรายได้หลายล้านยูโร การจ้างงานที่เกิดขึ้นจากเทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ทำให้มีเงินเข้าประเทศเบลเยียมกว่า 70 ล้านยูโรในปี ค.ศ. 2013 โดย 19 ล้านยูโรเป็นชาวต่างชาติ ในปี ค.ศ. 2016 เทศกาลดนตรีนี้ทำเงินกว่า 100 ล้านยูโรภายในระยะเวลา 3 วัน และเกิดการจ้างงานถึง 700 ตำแหน่งทั้งก่อนและระหว่างการจัดงาน ในปี ค.ศ. 2019 อัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้นสูงถึง 15,000 ตำแหน่งในระหว่างการจัดงาน และมีผลกำไรถึง 20 ล้านยูโร (Foster, 2022) ผลลัพธ์เหล่านี้ได้ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจในภาคต่าง ๆ ตั้งแต่ภาคธุรกิจบริการไปจนถึงการคมนาคมขนส่ง (Smith et al, 2022) แสดงให้เห็นว่าเทศกาลนี้ได้ช่วยขับเคลื่อนพลวัตของเศรษฐกิจท้องถิ่น และสร้างโอกาสในการทำงานให้กับผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเทศกาลซึ่งช่วยเพิ่มอัตราการเข้าพักในโรงแรม การจองร้านอาหาร และการค้าขาย

การสร้างแบรนด์จากเทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ได้ทำให้ประเทศเบลเยียมเป็นผู้นำในด้านการจัดการกิจกรรมระดับโลก ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานสำหรับการจัดเทศกาลดนตรีขนาดใหญ่ทั่วโลก ทั้งด้านการวางแผน การจัดการ และการดำเนินการอย่างพิถีพิถันของเทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ เป็นตัวอย่างที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญของชาวเบลเยียมในการจัดงานสำคัญ ๆ และรองรับผู้เข้าชมหลายแสนคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Markusen & Gadwa, 2010) ซึ่งการจัดเทศกาลดนตรีนี้ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเบลเยียมในการดึงดูดกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การประชุม และการรวมตัวระดับนานาชาติ เสริมสร้างชื่อเสียงในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับธุรกิจและการพักผ่อนให้กับประเทศเบลเยียม

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 เป็นต้นมา เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานสะสมมากกว่าสี่ล้านคน โดยในปี ค.ศ. 2005 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 9,000 คน จัดเป็นเวลา 1 วัน ก่อนที่จะเพิ่มจำนวนวันเป็น 2 วันในปี ค.ศ. 2007 ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นเป็น 15,000 คน และเพิ่มวันงานเป็น 3 วันในปี ค.ศ. 2011 ทำให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานสูงถึง 270,000 คน ในปี ค.ศ. 2014 มีการเพิ่มวันงานเป็น 6 วัน และทำให้จำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า เนื่องจากการเฉลิมฉลองครบรอบ 15 ปีของเทศกาล ก่อนที่จะลดลงมาเหลือ 3 วันเช่นเดิมในปี ค.ศ. 2015 – 2016 และกลับมาเพิ่มเป็น 6 วันอีกครั้งในปี ค.ศ. 2017 ทำให้มีผู้เข้าร่วมงานถึง 400,000 คน อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เทศกาลต้องหยุดไปในปี ค.ศ. 2020 – 2021 และกลับมาจัดอีกครั้งในปี ค.ศ. 2022 เป็นเวลา 9 วัน มีผู้เข้าร่วมงานถึง 600,000 คน จากความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้คนหลังจากที่ต้องกักตัวเป็นเวลากว่า 2 ปี (Foster, 2022; Smith et al, 2022) (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 สถิติจำนวนผู้เข้าร่วมงานปี ค.ศ. 2005 - 2023

ที่มา: <https://www.statista.com/>

ด้านสังคม วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ พบว่า เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์ทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ส่งเสริมความสัมพันธ์และมิตรภาพระหว่างผู้คนต่างเชื้อชาติ ด้วยบรรยากาศและจิตวิญญาณแห่งความสามัคคีของเทศกาลที่ส่งเสริมความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมด้วยภาษาของดนตรีที่เป็นสากล (Popescu & Corbos, 2012)

ด้านกายภาพ การฟื้นฟูเมือง และการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์มีส่วนในการสนับสนุนการฟื้นฟูเมืองและการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ผ่านการฟื้นฟูพื้นที่สาธารณะ และส่งเสริมการใช้งานพื้นที่สวนสาธารณะเดอ ชคอร์ให้คุ้มค่า มีการติดตั้งผลงานศิลปะที่โด่งดังมากมาย เช่น ประติมากรรม One World โดย Arne Quinze ผลงาน Magical Troll Forest โดย Thomas Dambo บันไดประดับกระเบื้องโมเสก The Stairway to Unity รวมทั้งสะพานที่ให้ผู้มาร่วมงานได้สลักข้อความทิ้งไว้เป็นที่ระลึกที่เสมือนเป็นบันทึกแห่งความทรงจำของเทศกาลตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 ผลกระทบของเทศกาลในเชิงกายภาพได้ขยายไปไกลกว่าพื้นที่จัดงานเทศกาล เนื่องจากธุรกิจโรงแรมและอาหารในท้องถิ่นและย่านใกล้เคียงที่มีการพัฒนาที่พักของตนในบริเวณ Dreamville ซึ่งปัจจุบันเป็นพื้นที่แคมป์ไปถึง 7 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเวลาที่มีการจัดงาน (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 เทศกาลทูมอร์โรว์แลนด์

ที่มา: ผู้วิจัย

เทศกาลดนตรีฮูมอร์โรว์แลนด์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองและภูมิภาคของเบลเยียมโดยเป็นการเฉลิมฉลองมรดกทางวัฒนธรรม กระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ จัดแสดงความสามารถในการจัดการงานอีเวนต์ ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยภาษาแห่งดนตรีซึ่งเป็นภาษาสากล รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมสถานะของเบลเยียมในฐานะประเทศที่มีชีวิตชีวาและมีความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้ง 3 เทศกาล สามารถนำมาเปรียบเทียบโดยแบ่งเป็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ ดังตารางที่ 1 นี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบ 3 กรณีศึกษา

เมือง	Venice Biennale	Oktoberfest	Tomorrowland
จำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ย	<ul style="list-style-type: none"> ปีละ 5 แสนคน 	<ul style="list-style-type: none"> ปีละ 6 ล้านคน 	<ul style="list-style-type: none"> ปีละ 4 แสนคน
ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ส่วนแบ่งรายได้จากการขายผลงานศิลปะจะถูกเก็บเข้ากองทุนเปียนนาเล่เพื่อใช้ในการจัดงานต่อไป ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารในท้องถิ่นมียอดจำหน่ายสูงขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจเบียร์ในแคว้นบาวาเรีย ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารในท้องถิ่นมียอดจำหน่ายสูงขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นทั้งพนักงานประจำ และในช่วงที่จัดงาน ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารในท้องถิ่นมียอดจำหน่ายสูงขึ้น
ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> การขยายตลาดของผลงานศิลปะร่วมสมัย การผสมผสานศิลปะสมัยใหม่เข้ากับความเป็นเมืองอนุรักษ์ของเวนิส 	<ul style="list-style-type: none"> การเรียนรู้วัฒนธรรมบาวาเรียผ่านอาหารและเครื่องดื่ม 	<ul style="list-style-type: none"> วัฒนธรรมร่วมสมัย โดยการใช้ดนตรีสมัยใหม่เป็นสื่อกลาง
ผลกระทบด้านกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาพื้นที่ด้านตะวันออกของเมือง ซึ่งไม่ถูกใช้งาน ได้แก่ Arsenale และ Giardini 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้งานพื้นที่เพื่อจัดงานเทศกาลตลอดทั้งปี ทั้งงาน Munich Frühlingsfest งาน Oktoberfest และงาน Tollwood Festival 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้งานสวนสาธารณะ โดยมีการเพิ่มประติมากรรม และสิ่งนันทนาการต่าง ๆ เข้าไปในสวน

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลกระทบของเทศกาลศิลปะเวนิสเปียนนาเล่ เทศกาลเบียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ และเทศกาลดนตรีฮูมอร์โรว์แลนด์ ที่มีต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมือง สามารถสรุปได้ว่า ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ เทศกาลทั้ง 3 เทศกาลได้ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนเข้าประเทศผ่าน

การขายตัวเข้าชมงาน การขายสินค้า รวมทั้งธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม และที่พัก ด้านผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม เทศกาลทั้ง 3 เทศกาลได้ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมผ่านศิลปะ อาหาร และดนตรี และด้านผลกระทบด้านกายภาพ เทศกาลทั้ง 3 เทศกาลช่วยให้เกิดการใช้งานพื้นที่เมืองอย่างคุ้มค่า

การอภิปรายผลการศึกษาร่วมกับแนวคิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเมืองสามารถแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำคัญทางวัฒนธรรม ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ ด้านการดึงดูดการท่องเที่ยว ด้านการสร้างแบรนด์เมือง ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการฟื้นฟูเมือง และผลกระทบในระดับสากล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านความสำคัญทางวัฒนธรรม ทั้ง 3 เทศกาลต่างส่งเสริมวัฒนธรรมในเมืองของตนเองแตกต่างกันออกไป โดยเทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองศิลปะร่วมสมัย สถาปัตยกรรมและภาพยนตร์ มีการจัดแสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและนวัตกรรมทางศิลปะในระดับโลก ในขณะที่เทศกาลเปียร์ออกโทเบอร์เฟสต์เป็นการรวบรวมวัฒนธรรมและประเพณีของแคว้นบาวาเรียทางตอนใต้ของประเทศเยอรมนี โดยการนำเสนอมรดกอันยาวนานของชาวเยอรมันผ่านอาหาร และเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเปียร์ที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของแคว้นนี้ และเทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์เป็นการเฉลิมฉลองวัฒนธรรมดนตรีอิเล็กทรอนิกส์และเพลงเต้นรำ โดยมีการนำศิลปินสมัยใหม่และผู้สนใจจากทั่วโลกมารวมตัวกันในพื้นที่ขานเมืองเพื่อสัมผัสและดื่มด่ำประสบการณ์ที่มีชีวิตชีวาของเทศกาลดนตรี ซึ่งเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมสำคัญของมนุษยชาติ

ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจพบว่า ทั้ง 3 เทศกาลมีผลกระทบโดยตรงต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของเมือง โดยเวนิสเบียนนาเล่สร้างรายได้จากการขายตัวเข้าชมนิทรรศการ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งช่วยส่งเสริมธุรกิจนักท่องเที่ยวและสนับสนุนภาคศิลปะ เทศกาลออกโทเบอร์เฟสต์ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญผ่านการขายอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบจากการค้าขายเป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวหลักล้านคนต่อปี ทำให้ตลาดงานของมิวนิกมีความเฟื่องฟูและเกิดการจ้างงานในพื้นที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันเทศกาลทูมอร์โรว์แลนด์มีจำนวนผู้เข้าชมงานเพิ่มขึ้นทุกปี สร้างรายได้นับล้านยูโรจากการจำหน่ายตั๋ว สินค้า และช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในเบลเยียม รวมทั้งธุรกิจนักท่องเที่ยว

ด้านการดึงดูดนักท่องเที่ยวพบว่า ทั้ง 3 เทศกาลมีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยเทศกาลศิลปะเวนิสเบียนนาเล่สามารถดึงดูดผู้ชื่นชอบงานศิลปะ นักสะสม และนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มเสน่ห์ด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติของเวนิส ส่วนเทศกาลเปียร์ออกโทเบอร์เฟสต์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายล้านคนต่อปี โดยเป็นบุคคลทั่วไปที่ต้องการมาเฉลิมฉลองและลิ้มรสเปียร์และอาหารเยอรมัน ทำให้มิวนิกเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับผู้ชื่นชอบเปียร์และนักเดินทางเชิงวัฒนธรรม ในขณะที่เทศกาลดนตรีทูมอร์โรว์แลนด์นำแฟนเพลงอิเล็กทรอนิกส์จากกว่า 200 ประเทศมายังเบลเยียม ซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบ และนำเสนอความเป็นเบลเยียมต่อนานาชาติ

ด้านการสร้างแบรนด์เมืองพบว่า ทั้ง 3 เทศกาลได้สร้างอัตลักษณ์ที่สำคัญให้กับทั้ง 3 เมือง ทำให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ทั่วโลก โดยเวนิสเปียนนาเล่ช่วยส่งเสริมเวนิสในฐานะเมืองหลวงทางวัฒนธรรมและเป็นศูนย์กลางในการแสดงออกทางศิลปะ นอกเหนือไปจากกายภาพเมืองที่โดดเด่นไปด้วยคลองและการคมนาคมทางน้ำ ซึ่งช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงในระดับโลกให้แก่ เวนิส ในขณะที่เทศกาลออกโทเบอร์เฟสต์ได้สถาปนามิวนิคในเวทีโลกในฐานะผู้นำระดับโลกด้านการจัดการกิจกรรมเบียร์ขนาดใหญ่และการรับรองที่ยอดเยี่ยมสำหรับแขกผู้มาเยือน ซึ่งช่วยต่อยอดเอกลักษณ์ของเมืองในฐานะมหาอำนาจทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ส่วนเทศกาลดนตรีทุมอร์โรว์แลนด์เป็นการนำเสนอเบลเยียมในฐานะประเทศที่มีชีวิตชีวาและสร้างสรรค์ให้เป็นที่รู้จักในด้านนวัตกรรมด้านดนตรี ศิลปะ และการจัดงานในวงกว้าง

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการฟื้นฟูเมือง พบว่า ทั้ง 3 เทศกาลต่างมีส่วนร่วมจากประชาชนและชุมชนในพื้นที่ โดยเทศกาลศิลปะเวนิสเปียนนาเล่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมผ่านการฟื้นฟูพื้นที่ที่ตายแล้วในเมืองให้กลับมามีชีวิตชีวา ได้แก่ ย่านจิวาร์ดีนีและอาร์เขนาเล ส่วนเทศกาลออกโทเบอร์เฟสต์ได้สร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นมิตรในหมู่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือน รวมทั้งฟื้นฟูพื้นที่ใกล้เคียงและพื้นที่สาธารณะให้ได้รับการใช้งานอย่างเต็มที่ ในขณะที่เทศกาลดนตรีทุมอร์โรว์แลนด์ใช้การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นผ่านการรับอาสาสมัครและการมีส่วนร่วมของพลเมือง ใช้พื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ในเมืองในการจัดงาน ซึ่งในเวลาปกติถูกใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการทำงานร่วมกันทางสังคม

ด้านผลกระทบในระดับสากลพบว่า ทั้ง 3 เทศกาลต่างมีผลกระทบในระดับสากลทั้งสิ้น เห็นได้จากการจัดงานประเภทเดียวกันนี้ในเมืองอื่น ๆ ทั่วโลก เช่น ทุมอร์โรว์เวิร์ลที่สหรัฐอเมริกา หรือทุมอร์โรว์แลนด์บราซิล ออกโทเบอร์เฟสต์ในเมืองอื่น ๆ ในเยอรมนี เทศกาลศิลปะในเมืองต่าง ๆ รวมทั้งในประเทศไทย ทั้งนี้แต่ละเทศกาลมีผลกระทบแตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมาย โดยเวนิสเปียนนาเล่มีอิทธิพลต่อกระแสศิลปะระดับโลกและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ผ่านการกำหนดรูปแบบวาทกรรมเกี่ยวกับศิลปะและสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ในขณะที่เทศกาลออกโทเบอร์เฟสต์เป็นแรงบันดาลใจให้กับเทศกาลเบียร์ที่คล้ายกันทั่วโลก ซึ่งมีส่วนทำให้วัฒนธรรมและประเพณีเบียร์ของเยอรมันได้รับความนิยมไปทั่วโลก ส่วนทุมอร์โรว์แลนด์ได้สร้างมาตรฐานให้กับเทศกาลดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก

กล่าวโดยสรุป แม้ว่าแต่ละเทศกาลจะมีการมุ่งเน้นให้ความสำคัญทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละด้าน ซึ่งมีลักษณะเฉพาะเป็นแบบฉบับของตนเอง แต่เทศกาลกรณีศึกษาทั้ง 3 เทศกาล มีลักษณะสำคัญร่วมกัน คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเมืองผ่านการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างแบรนด์เมือง การมีส่วนร่วมของชุมชน การช่วยฟื้นฟูเมืองทั้งกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนการสร้างการรับรู้ในระดับสากล ทำให้โดยรวมแล้ว เทศกาลทั้ง 3 เทศกาลต่างมีส่วนร่วมสร้างความมีชีวิตชีวาและความสามารถในการแข่งขันของเมืองด้วยการจัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในระดับโลก

ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้กับการจัดกิจกรรมและเทศกาลในบริบทของไทย เช่น เทศกาลศิลปะร่วมสมัยในประเทศไทย ที่เริ่มมีการจัดขึ้นในจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ งานเทศกาลเชียงรายเปียนนาเล่ พ.ศ. 2567 ที่เป็นการจัดงานเทศกาลศิลปะในจังหวัดรอง งานเทศกาลอาหารในจังหวัดต่าง ๆ เนื่องจากอาหารไทยเป็น

อาหารที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว สามารถนำขึ้นมาเป็นจุดเด่นได้ไม่ยาก หรืองานเทศกาลดนตรีที่เคยมีการจัดขึ้น เช่น Big Mountain ที่เขาใหญ่ หรือ Wonder Fruit ที่พัทยา เป็นต้น โดยประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเทศกาลเหล่านี้เพื่อแสดงออกถึงมรดกทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว กระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้วยการวางแผนอย่างรอบคอบ การทำงานร่วมกัน และการเคารพในประเพณีท้องถิ่น เทศกาลเหล่านี้สามารถกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของภูมิทัศน์วัฒนธรรมของประเทศไทยและมีส่วนช่วยในการแข่งขันในเวทีระดับโลก

เอกสารอ้างอิง

- Bergamin Barbato, M & Mio, C. (2007). Accounting and the Development of Management Control in the Cultural Sphere: The Case of the Venice Biennale. *Accounting, Business & Financial History*, 17(1), 187-208.
- Brown, A, O’Conner, J & Cohen, S. (2000). Local Music Policies with Global Music Industry: Cultural Quarters in Manchester and Sheffield. *Geoforum*, 31(4), 437 – 451.
- Chapple, K, Jackson, S & Martin, A. (2010). Concentrating Creativity: The Planning of Formal and Informal Arts Districts. *City, Culture and Society*, 1, 225 – 234.
- Currid, E. (2007). The Economics of a Good Party: Social Mechanics and the Legitimization of Art/Culture. *Arts and Culture Symposium*, 31, 386 – 394.
- Evans, G. (2005). Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture’s Contribution to Regeneration. *Urban Studies*, 42(5), 959 – 983.
- Foster, N. (2022). From Urban Consumption to Production: Rethinking the Role of Festivals in Urban Development Through Co-Creation. *Urban Planning*, 7(3), 379 – 393.
- Grodach, C. (2009). Art Spaces, Public Space, and the Link to Community Development. *Community Development Journal*, 44(4), 474 – 493.
- Lozano, M. (2023). *Residents’ Perceptions of Social Benefits and Costs of the Oktoberfest Festival in Munich*. Master’s Thesis in Tourism Development and Culture. ISCTE Business School, Instituto Universitario de Lisboa, Lisbon, Portugal.
- Markusen, A & Gadwa, A. (2010). *Creative Placemaking*. Washington, DC: National Endowment for the Arts.
- Popescu, R & Corbos, R. (2012). The Role of Festivals and Cultural Events in the Strategic Development of Cities: Recommendations for Urban Areas in Romania. *Informatica Economica*, 16(4), 19 – 28.

- Ryabev, A, Salii, V & Shyian, D. (2021). Event Tourism Classification Limitations, Its Impact on the Infrastructure Support of Urban Tourism and the Approach to Overcoming Them, in: *Theoretical Foundations in Practice and Science*, December 21 – 24, 2021, in Bilbao, Spain, 600 – 604.
- Smith, A, Osborn, G & Quinn, B. (2022). *Festivals and the City: The Contested Geographies of Urban Events*. London: University of Westminster Press.
- Statista. (n.d.). The Statistics Portal for Market Data. <https://www.statista.com/>
- Stern, M & Seifert, S. (2010). Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 262 – 279.
- UN-HABITAT. (2015). Enhancing the Competitiveness of Cities. Urban Economy Branch, Discussion Paper #4, October 2015.
- Zorzetto, A, Barrios Padura, A & Molina Huelva, M. (2020). Ephemeral Architecture as Medium for Regenerating the Historical City: The Case of Venice, in Amoeda, R, Lira, S & Pinheiro, C. (eds): *Heritage 2020: Proceedings of the 7th International Conference on Heritage and Sustainable Development*, July 8 – 10, 2020 in Coimbra, Portugal, 717 – 723.